

UNIVERSIDAD MARIANO GALVEZ DE GUATEMALA

Curso: Seminario de administración

Catedrática: Licda. Nancy Ortiz

Sección: "D"

Horario: 11:30 a.m. – 13:30 p.m.



ENTORNO EMPRESARIAL, COMPETITIVO E INDUSTRIAL

ANA SARAI GONZALEZ LEIVA

CARNE: 022-09-11872

Guatemala, 15 de agosto del 2014

ÍNDICE

CONTENIDO	PÁGINA
Introducción	
Entorno	4
Análisis del Entorno	4
Entorno Empresarial	
Entorno Competitivo	6
Entorno Industrial	8
Conclusiones	9
Recomendaciones	10
Glosario	11
E-grafía	12

INTRODUCCIÓN

Las empresas de hoy día enfrentan a entornos muy diversos, complejos y globales, por lo que sin duda, de manera constante deben de estar vigilando y examinando sus entornos, anticipando de alguna manera sus efectos, así como analizando a sus competidores y generando estrategias que les permitan tener una ventaja competitiva sobre otras organizaciones.

El entorno empresarial es inestable, complejo y competitivo. La empresa debe ser capaz de conocer ese entorno, adaptarse a las necesidades, prever los cambios con anticipación, evaluar el impacto de esos cambios en su actividad y prepararse para cuando se produzcan.

Por lo anteriormente mencionado en este trabajo de investigación se conocerá tres entornos importantes a nivel empresarial, entorno empresarial, competitivo e industrial, los cuales permitirán ampliar el conocimiento del lector sobre estos ambientes.

ENTORNO

El entorno es todo aquello fuera y dentro de los límites del sistema empresa.

ANALISIS DEL ENTORNO

La definición de empresa como sistema abierto, lleva a considerarla como una entidad en relación con el entorno en que se desenvuelve. El estudio del entorno se tiene que realizar con un método que parte de una perspectiva global o genérica, hasta llegar a un análisis específico o de la estructura económica en que realmente compite la empresa, llámese mercado o sector.

ENTORNO EMPRESARIAL

La creación y el desarrollo de una empresa constituyen no sólo una aventura apasionante, sino también un reto. Para ayudar a los empresarios a afrontarlo, es esencial la creación de un entorno empresarial favorable. Iniciativas tales como facilitar el acceso a la financiación, mejorar la comprensión de la legislación y hacerla más eficaz, y desarrollar una cultura y unas redes de apoyo empresarial son valiosas aportaciones a la puesta en marcha y el crecimiento de las empresas.

El entorno empresarial hace referencia a los factores externos a la empresa que influye en la organización y condicionan su actividad. Entorno empresarial o marco externo no es un área, es un todo, y no permite su desarrollo. De este modo, la empresa puede considerarse como un sistema abierto al medio en el que se desenvuelve, en el que influye y recibe influencias.

Dentro del marco externo, hay que distinguir entre el entorno general y el entorno específico:

- **Entorno general:** se refiere al marco global o conjunto de factores que afectan de la misma manera a todas las empresas de una determinada sociedad o ámbito geográfico.
 - ❖ Factores económicos: indicadores económicos que influyen en las expectativas y la confianza de los agentes económicos.
 - ❖ Factores socioculturales: Debe de permitir caracterizar y cuantificar la población que constituye el mercado de los productos de la empresa y la determinación de la tasa/s de crecimiento.
 - ❖ Factores político-legales: se trata de leyes, reglamentos y otras normativas que afectan a la actividad empresarial.
 - ❖ Factores tecnológicos: El nivel de desarrollo tecnológico de la empresa.
 - ❖ Factores propios de cada sector:

- **Entorno específico:** se refiere únicamente a aquellos factores que influyen sobre un grupo específico de empresas, que tienen unas características comunes y que concurren en un mismo sector de actividad.
 - ❖ La competencia
 - ❖ Los clientes reales o potenciales
 - ❖ Los proveedores e intermediarios
 - ❖ Los prescriptores

ENTORNO COMPETITIVO

El entorno competitivo, también conocido como la estructura del mercado, es el sistema dinámico en el que la empresa compete. El estado del sistema en su conjunto limita la flexibilidad del negocio. Las condiciones económicas mundiales, por ejemplo, podrían aumentar los precios de las materias primas, obligando a las empresas que abastecen su industria a cobrar más, elevando sus costos fijos. En el otro extremo de la escala, los eventos locales, tales como la escasez de mano de obra regional o desastres naturales también afectan al entorno competitivo.

Los competidores directos

Los competidores directos ofrecen productos o servicios similares. Por ejemplo, las pequeñas tiendas minoristas compiten con clubes de almacenes y megamercados minoristas que utilizan su enorme poder de compra para reducir los gastos generales, lo que les permite ofrecer grandes descuentos que las tiendas pequeñas no pueden permitirse.

Los competidores indirectos

Además de los competidores directos, algunas empresas también se enfrentan a la competencia de los proveedores de productos o servicios no similares. Por ejemplo, un restaurante de alta cocina compete con otros restaurantes de la zona, aunque también compete con los supermercados cercanos que ofrecen comidas listas para consumir.

Diferenciación

Diferenciar el producto o servicio en un entorno competitivo implica adoptar un elemento de negocio que los competidores no puedan imitar. Por ejemplo, si un restaurante de pizza italiana sabe igual que los de los competidores, los clientes no tienen por qué salir de su manera de frecuentar el restaurante. Pero si la pizza es diferente, quizá más grande, mejor sabor o estilísticamente diferente, los clientes que quieren ese tipo de pizza visitarán el único restaurante que la ofrezca.

Tecnología

La innovación tecnológica también afecta al entorno competitivo, lo que dificulta a los que no se adaptan. Por ejemplo, Internet ha permitido que los restaurantes puedan ofrecer en línea para llevar pedidos a través de sus sitios web, lo cual algunos consumidores encuentran más conveniente que realizar un pedido por teléfono. Los restaurantes que no se ajusten a este nuevo entorno competitivo podrían tener una desventaja.

El análisis competitivo es un proceso que consiste en relacionar a la empresa con su entorno. El análisis competitivo ayuda a identificar las fortalezas y debilidades de la empresa, así como las oportunidades y amenazas que le afectan dentro de su mercado objetivo.

ENTORNO INDUSTRIAL

Un sector industrial está compuesto por un grupo de empresas que fabrican productos que son sustitutos similares. Cuando estas empresas compiten, también influyen unas en otras. Por lo general los sectores industriales incluyen una abundante mezcla de estrategias para competir, que las empresas utilizan cuando buscan la competitividad estratégica y los rendimientos superiores al promedio.

El entorno del sector a menudo tiene un efecto en la competencia estratégica y los rendimientos superiores al promedio de una empresa más directo que el efecto que produce el entorno general.

La industria debe de localizarse en los espacios que ofrecen las condiciones más ventajosas para lograr el máximo beneficio. No todos los factores tienen el mismo peso en la localización de la industria y su importancia varía para cada sector industrial y con el paso del tiempo.

- ❖ Mercado de consumo amplio: asegura a las empresas un mínimo de rentabilidad y propicia las economías de escala.
- ❖ Mano de obra: abundante y barata o bien preparada para trabajar.
- ❖ Sistemas de transporte: eficaces para los productos.
- ❖ Capital: o la capacidad para atraerlo.
- ❖ Sectores de apoyo: servicios, buenas infraestructuras y equipamientos.
- ❖ Política industrial: favorable a la implantación de fábricas

Las mejoras tecnológicas permiten localizar las industrias en los emplazamientos más ventajosos.

CONCLUSIONES

- ❖ Todo buen gerente, plenamente identificado con sus funciones a desempeñar en la realidad actual de los escenarios comerciales, proactivos, dinámicos, competitivos, tiene que estar atento en todo lo concerniente con el comportamiento del entorno empresarial.
- ❖ El entorno empresarial, puede definirse como el contexto de la organización con todos los elementos que influyen de manera significativa en las operaciones diarias de la empresa.
- ❖ Muchas son las empresas que su gerencia no se ha preocupado con relación a lo que representa el entorno en donde actúan, lo que éste puede originar, más, en un escenario turbulento y riesgoso.

RECOMENDACIONES

- ❖ Determinar no solamente las oportunidades, amenazas, sino que propiciar los cambios, acciones necesarias, para garantizar una buena operatividad, participación en los mercados en donde opera y en aquellos que pretende conquistar.
- ❖ Es necesario contar con herramientas específicas precisas y simples orientadas a facilitar las operaciones de la Organización.
- ❖ Además, el análisis del entorno ha de prestar una especial atención a su desarrollo futuro, a largo plazo. En este sentido, es necesario contar con instrumentos de análisis adecuados.

GLOSARIO

- 1. Entorno:** Conjunto de circunstancias o factores sociales, culturales, morales, económicos, profesionales, etc., que rodean una cosa o a una persona, colectividad o época e influyen en su estado o desarrollo.
- 2. Empresarial:** De la empresa, de los empresarios o relacionado con ellos.
- 3. Competitivo:** Que es capaz de competir con otros que aspiran a un mismo objetivo o a la superioridad en algo.
- 4. Industrial:** Que tiene en la industria su principal fuente de riqueza.
- 5. Iniciativa:** Proposición o idea que sirve para iniciar alguna cosa.
- 6. Geográfico:** De la geografía o relacionado con ella.
- 7. Proveedores:** persona que surte a otras empresas con existencias necesarias para el desarrollo de la actividad.
- 8. Prescriptores:** Personas, personalidades o entidades capaces de influir en un determinado público con sus opiniones.
- 9. Tecnología:** Conjunto de instrumentos, recursos técnicos o procedimientos empleados en un determinado campo o sector.
- 10. Oportunidad:** Circunstancia, momento o medio oportunos para realizar o conseguir algo.

EGRAFIA

- ❖ http://es.wikipedia.org/wiki/Entorno_empresarial
- ❖ <http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/12093/6/TEMA%203.pdf>
- ❖ http://educativa.catedu.es/44700165/aula/archivos/repositorio//2750/2767/html/411_el_entorno_general.html
- ❖ <http://html.rincondelvago.com/ambiente-empresarial.html>
- ❖ <http://pyme.lavoztx.com/cul-es-el-significado-de-un-entorno-competitivo-6142.html>
- ❖ http://www.catedu.es/geografos/images/Documentos/temitas_PAEU/Industria_S_ruiz.pdf
- ❖ <http://el-portal-del-administrador.lacocelera.net/post/2012/03/10/la-importancia-del-analisis-del-entorno-empresarial>