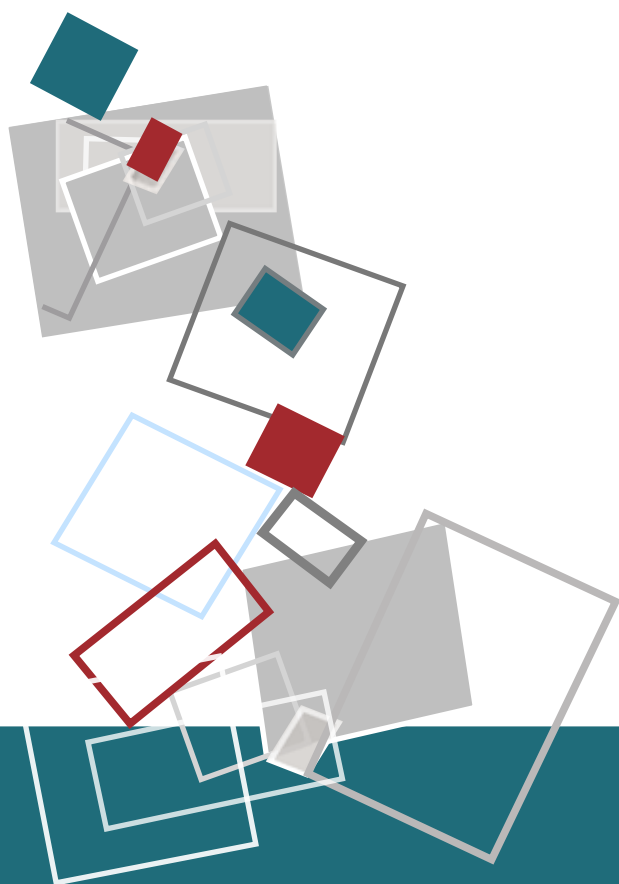




EMPRESA

La Empresa

Partamos de su conceptualización:

La empresa es la organización en la cual se coordinan el capital y el trabajo, y que valiéndose del proceso administrativo, produce y comercializa bienes y servicios en un marco de riesgo. Además busca armonizar intereses de sus miembros y tiene por finalidad: crear, mantener y distribuir riqueza entre ellos.

La empresa como organización económica, combina los diferentes factores en cantidades determinadas, destinadas a la producción de bienes y servicios con voluntad de existir, alcanzando los objetivos establecidos. Tales factores son: funciones operativas, funciones operativas reales, funciones de información y función de interfaz.

Características fundamentales de la empresa:

1. Es un emprendimiento que conlleva riesgo.
2. Es el impulso vital, aportado en el seno de la vida económica y en la que coordina capital y trabajo.
3. Posee la aptitud para percibir la calidad y la cantidad de bienes y servicios, cuya producción es deseable para el perfeccionamiento de la vida social.
4. La iniciativa es el centro motor de la noción de empresa y se vale del proceso administrativo: planificar, organizar, dirigir, controlar.
5. Tiene cuatro causas específicas:

Veamos cada una de ellas:

La causa final: la de producir bienes y servicios susceptibles de adoptar a todos, las condiciones materiales necesarias para la vida del hombre, considerado en su totalidad, o sea mantener y distribuir riquezas.

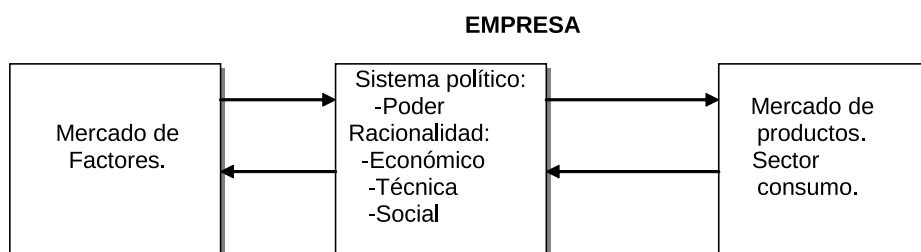
La causa formal: se refiere a que es sostenida por una forma jurídica conforme al derecho privado.

La causa eficiente: la empresa está constituida por decisiones libres de los hombres que, vinculándose por un contrato, cooperan juntos en la obra común, y esto en pie de igual dignidad. El comportamiento del valor trascendente de la persona implica la paridad jurídica de todos los miembros de la empresa, sin negar la posibilidad del principio de autoridad y la propiedad privada sobre los bienes de producción. La propiedad privada no excluye la propiedad social de la empresa.

La causa material: la persona humana no sólo es el fin de la actividad económica, sino que también su agente, pero es la causalidad económica que no debe ser dominante.

6. En ella interactúan cuatro racionalidades: políticas, económica, técnica y social.
7. Promueve la organización de la economía, el crecimiento económico, la paz social y evita el desajuste social.
8. Desarrolla la competencia a través de la innovación en los productos, los procedimientos, los métodos comerciales, formas de organización y formas de dirección.

Observemos el siguiente esquema:



Los tipos de empresa:

Por su actividad las empresas pueden ser industriales, agropecuarias, comerciales y de servicios:

- **Las empresas industriales** a su vez pueden ser extractivas cuando tienen por fin explotar los recursos naturales tales como: aserraderos, minerías, petroleras, pesqueras, etc, y manufactureras (o de fabricación) que transforman las materias primas en productos intermedios; o finales: maquinarias, productos químicos, alimentos, equipos electrónicos, prendas de vestir, etc.
- **Las empresas agropecuarias** son aquellas cuya explotación es la agricultura y la ganadería.
- **Las empresas comerciales** son aquellas encargadas de relacionar al productor y el consumidor. Pueden, ser mayoristas cuando venden al comercio y por menor o minoristas, cuando sirven al consumidor.
- **Las empresas de servicios** son las que proveen los diferentes servicios que una comunidad necesita tales como: energía, transporte, educación, dinero, turismo, salud, etc. Pertenecen a los estados algunos y otros, al sector privado. En la segunda sus propietarios son particulares que buscan rentabilidad de sus inversiones.
- **La empresa privada** puede ser nacional cuando sus propietarios residen en el país y transnacionales, en el caso inverso, ya que las utilidades se remiten al país de origen.

En el cuadro siguiente se presenta una clasificación de los tipos de empresa:

Según su tamaño.	Grandes	Pequeñas	Microemprendimientos	
Según su finalidad.	Industriales	Comerciales	De servicios	Financieras
Según su conformación legal.	Sociedades de hecho	Sociedades de responsabilidad limitada	Sociedades por acciones	Otras
Según el ámbito donde se desempeñan.	Locales	Nacionales	Transnacionales (abarcan más de una nación)	Globales (se desempeñan en todo el mundo)
Según el grado de participación en el capital.	Privadas	Públicas	Mixtas (parte del capital es del Estado y parte, de particulares)	
Según la modalidad de ventas.	Mayoristas	Minoristas		

Pasemos el siguiente tema:

Microemprendimiento y PYME

La historia de la micro empresa en la Argentina data de los fines de siglo XIX y principios del siglo XX, cuando miles de inmigrantes de Europa se instalaron en nuestro país atraídos por interesantes propuestas que se les ofrecían. Algunos optaban por la agricultura, otros se inclinaban hacia las artesanías y otros por el comercio, posteriormente se convirtieron en progresistas microempresarios que luego de haber comenzado con las rudimentarias herramientas, tradicional tecnología e importante experiencia que pudieron traer de su tierra natal, fueron adaptando sus pequeñas empresas a la evolución tecnológica que se produjo en esa época.

Con las crisis que se vivieron en el país a partir de 1930 hasta la actualidad se produjo un paulatino aumento del desempleo y de la precariedad del empleo existente, que originaron la necesidad de dedicarse a efectuar tareas por cuenta propia. La necesidad del auto empleo dio origen a una importante cantidad de microempresas.

Importancia de la microempresa:

La difusión de las microempresas resulta un importante instrumento de política económica. No sólo se debe a la gran capacidad de generar un alto porcentaje de lugares de trabajo, sino también al valor agregado que generan. Por ello es muy importante que los planes de gobierno contemplen y estimulen el desarrollo de las microempresas.

Actualmente las microempresas son generadoras de un aumento de la riqueza productiva posibilitando la disminución de los desequilibrios regionales. En la actualidad no se caracterizan por ser un sistema de ofertas de bienes o servicios para satisfacer las necesidades, sino más bien como un sistema que tiene un objetivo inmediato: la generación de autoempleo, siendo la meta final la satisfacción de ciertas necesidades pero a precios más bajos.

Se debe tener en cuenta que la política de fomento a la microempresa no es sólo útil para los países subdesarrollados, sino también para los desarrollados.

¿Que son las microempresas?

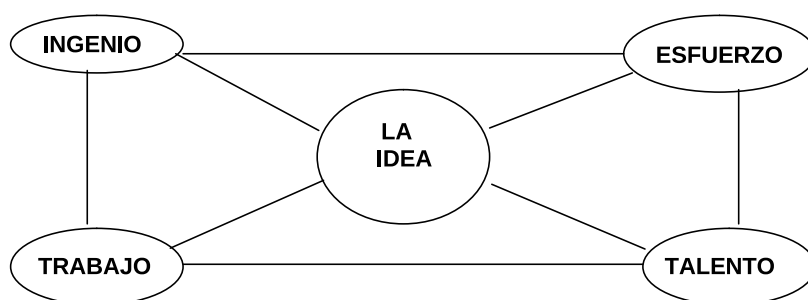
En sentido amplio podemos decir que una microempresa es una pequeña unidad económico- productiva que tiene posibilidades de auto desarrollarse, crecer y autosostenerse.

En un sentido más estricto, podemos decir que la microempresa es una pequeña unidad económica, de producción y /o comercialización que tiene posibilidades de auto desarrollarse, abastecerse y de crecimiento.

La idea:

Es el punto de partida del microemprendimiento empresario. El descubrimiento de la oportunidad es el primer paso que debe dar un emprendedor y ello se logra cuando se percibe una necesidad de algún tipo de producto, que sea demandado por aquellas personas que puedan ser consideradas como clientes potenciales.

Todo proyecto de microempresa se desarrolla en torno a una idea que surge como consecuencia de la detección de una oportunidad de negocio.



¿Qué es innovar? ¿En qué consiste ser innovador?:

Hemos oído hablar mucho de innovación y de su importancia a la hora de enfocar un nuevo negocio. Pero: ¿qué se considera innovar? **Innovar significa básicamente cambio y lógicamente, para mejor.**

Puede ser un cambio drástico en un producto, servicio, proceso o técnica de gestión, o puede ser un cambio menos importante pero que aporte una diferencia positiva, una mejora que lleve a un resultado exitoso en el mercado.

Un producto innovador tiene que serlo tanto en una fase preliminar – la fase creativa -, la concepción de la idea, el desarrollo del prototipo, como en una segunda fase – la fase de implantación – donde será el mercado el que dictamine si efectivamente estamos hablando de innovación.

La creatividad es la idea, es buscar nuevas soluciones, nuevos enfoques; la innovación, es llevarlas a cabo, es asumir los riesgos que conlleva su puesta en escena en un mercado muy competitivo y global.

Plan de viabilidad:

Una vez que seleccionamos la idea necesitamos efectuar una verificación previa de la viabilidad de la misma para lo cual se debe elaborar un plan.

El plan de viabilidad es un informe que nos indica las posibilidades de funcionamiento y rentabilidad que podría tener la microempresa. Es decir, es necesario analizar el negocio previamente desde distintos puntos de vista, ya sea, técnico, económico, financiero, etc.

Este plan se elabora a partir de los resultados obtenidos por:

- Un estudio de mercado eficiente.
- Fuentes de financiamiento del proyecto.
- Plan de ventas proyectadas.
- Análisis de costos.
- Ubicación del o los puntos de venta.
- Tecnología utilizada y capacitación del personal.

El estudio del mercado:

Consiste en un análisis de la oferta y la demanda de bienes y servicios que producirá y/o comercializará la empresa.

Este estudio se efectúa con el fin de asegurarse que el proyecto es viable.

El estudio de mercado en definitiva nos permite hacer un pronóstico para saber si hay demanda suficiente para nuestros productos, si los clientes potenciales están dispuestos a pagar el precio, si existe relación entre la capacidad de producción de la microempresa y las ventas proyectadas, si existe la capacidad de aumentar la producción de manera proporcional ante un aumento en las cantidades demandadas, etc.

El estudio de mercado, nos brinda básicamente información; y ésta se puede obtener a través de la realización de **encuestas**, que es un instrumento que permite obtener información en forma directa o indirecta proveniente del mercado.



Segmento de mercado:

Segmentar el mercado es la demarcación de la parte del mercado a la cual está destinada la oferta de los bienes o servicios que vendemos; es decir, es necesario dividir el mercado en grupos de clientes con características y consumos comunes entre sí.

Por ello es muy importante al crear una empresa definir previamente el mercado al cual van dirigidos nuestros productos y para ello es necesario efectuar una segmentación del mercado.

La segmentación consiste en dividir el mercado en categorías o grupos más pequeños de clientes que tienen uno o más factores de demanda en común. Para lograr esta segmentación debemos agrupar a los clientes potenciales en función de una característica común de su demanda, por ejemplo: por edad, por nivel de ingresos, por sexo, etc.

Plan de Microemprendimiento:

El plan de una microempresa debe contener como mínimo los siguientes requisitos:

1. Presentación del plan y de la microempresa:

- Presentación de la microempresa:
 - La idea.
 - El objetivo: se deben detallar cuáles son los objetivos que se persiguen mediante la creación y funcionamiento de la microempresa. Si es posible se puede hacer una cuantificación estimativa de los objetivos, de lo contrario se puede expresar de forma cualitativa.
- Los componentes del grupo.
- La localización de la microempresa.
- Resumen del plan de empresa.

2. El producto:

- Descripción.
- Necesidades que cubre.
- Diferencias con productos de la competencia.
- Existencia de algún derecho sobre el producto a comercializar.
- Determinación del precio de costo:
 - Costos fijos.
 - Costos variables.
 - Costos totales.
- Determinación del precio de venta.
- Determinación del punto muerto o umbral de rentabilidad.

3. Estudio de mercado:
 - Nuestros clientes.
 - Nuestros competidores.
4. Los recursos:
 - Recursos financieros.
 - Recursos económicos.
 - Recursos humanos.
5. El plan operativo:
 - Plan de aprovisionamiento.
 - Plan de producción / Prestación de servicios.
6. La organización.
7. El calendario de operaciones.

Clasificación de la microempresa:

Según la actividad que desarrollan pueden ser:

Microempresas Productivas: se dedican a la transformación de materias primas, convirtiéndolas en productos terminados.

Microempresas Comerciales: se dedican a la venta de bienes o servicios en el mismo estado en que los adquieren.

Según la propiedad de capital:

Microempresas Familiares: cuando el propietario del capital de la microempresa es el grupo familiar, en consecuencia la familia es quien se apropia de los beneficios que genere la empresa.

Microempresas Asociativas o Societarias: surgen de un acuerdo entre una o más personas que aportan el capital básico para la puesta en marcha de la microempresa. Los beneficios que genera la empresa se distribuirán entre los asociados.

Microempresas Unipersonales o Individuales: Cuando el propietario de la micro empresa es una sola persona, en consecuencia es el que se apropia de los beneficios que genere el microemprendimiento.

Según tipo de población involucrada:

Microempresas de Subsistencia: su característica más destacada es que poseen un bajo nivel de productividad, de manera que solo le permite generar ingresos que posibiliten la subsistencia del micro emprendedor y su familia mediante la adquisición de bienes y servicios de consumo indispensables.

Microempresas de Acumulación simple: las rentas que generan solo permiten superar los costos de producción, pero no logran excedentes importantes que le faciliten realizar inversiones en bienes de capital.



Microempresas de Acumulación Ampliada o "Micro-Top": su característica principal es la capacidad que tienen de generar una elevada productividad que posibilita al micro emprendedor acumular excedentes, de manera que puedan utilizarlos en la inversión para el crecimiento de la microempresa, tienen un nivel muy importante de competidores que le exige un permanente incremento de su productividad, actualización tecnológica y mejora en la calidad de bienes y servicios que produce.

Según la cantidad que desarrolla:

Microempresas de función única: Desarrolla una sola actividad que es el centro de su accionar.

Microempresas de dos funciones: desarrollan dos funciones que raramente tienen la misma importancia, porque generalmente una supera en importancia a la otra.

Microempresas de función múltiple: incorporan varias funciones. Su gestión suele ser más complicada.

Según la novedad de su producción:

Microempresas de producción por copia: producen bienes o servicios que ya están en el mercado, tratando de marcar alguna diferencia en el marketing para absorber demandantes.

Microempresas de producción innovadora: producen nuevos bienes o servicios, o producen bienes o servicios existentes a los que se le introduce alguna modificación.

Ventajas y desventajas de las Microempresas:

Ventajas

En general:

- Permite una distribución más democrática de los ingresos.
- Facilita una mayor transparencia de los mercados.
- Permite el desarrollo estable de las economías regionales.
- Genera fuentes de empleo.
- Se adapta con mayor facilidad a los cambios económicos.

En particular:

- Permite una dirección más centralizada y en consecuencia, agiliza la toma de decisiones.
- Simplifica y disminuye los costos de la estructura administrativa.
- Inicia la colaboración entre quienes la integran.

- Posibilita la creatividad e inventiva personal.
- Tiene posibilidades de expansión en capital y espacio.

Desventajas

- Aislamiento.
- Dificultades en la gestión de créditos.
- No poseen poder de decisión en el medio.
- Limitaciones para acceder a la información y a la investigación.
- Excesiva dependencia hacia el/los propietarios.
- Dificultades en la inserción en mercados competitivos.

El Microemprendedor:

El Microemprendedor es un individuo que tiene capacidad para iniciar un negocio, identificando una o más necesidades no satisfechas, modificando un bien o servicio existente para presentar un factor diferenciador, que reúne los recursos necesarios para producir bienes o servicios capaces de satisfacer la necesidad o diferenciarse de la competencia, con el fin de obtener un beneficio.

Debemos tener en cuenta la capacidad de percibir, crear, accionar, en definitiva de emprender, para lograr su desarrollo; se debe eliminar todo aquello que obstaculiza esa capacidad.

El micro emprendedor permanentemente debe tomar decisiones muy importantes para la vida de la microempresa. En el caso del micro empresario muchas veces carece de la información con que cuentan las empresas medianas y pequeñas, y por lo tanto deberá aplicar más frecuentemente su creatividad y su intuición para tomar decisiones.

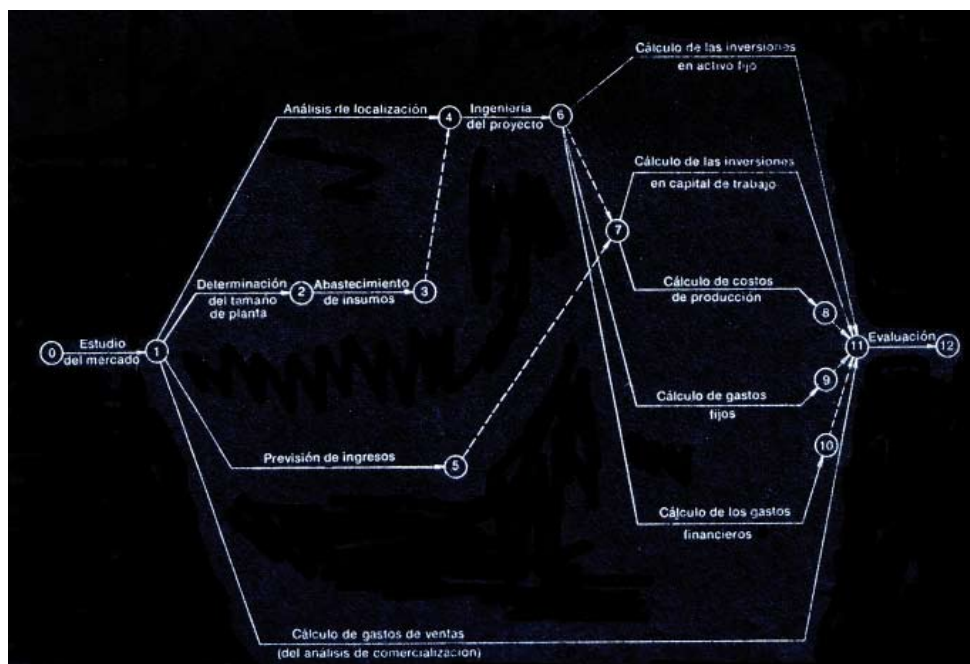
En la microempresa de tipo societaria, las decisiones deben ser tomadas en conjunto. La marcha de la microempresa dependerá, de la capacidad que tengan quienes la dirigen para tomar decisiones eficientes y oportunas.

Los microempresarios deben recordar que resulta útil hacer una investigación previa acerca de los posibles resultados de la decisión que se va a adoptar. Deben tener en cuenta que los objetivos que se fijan deben ser definidos y cuantificables. Deben reconocer que muchas veces deberán desarrollar sus actividades bajo condiciones adversas, variables y a veces conflictivas.

La potencialidad de un individuo para ser empresario está directamente relacionada con la situación económica familiar de los que van a participar de la microempresa.

El ser micro emprendedor implica una actitud de vida que requiere un constante auto perfeccionamiento, que le permita mirar con mayor nitidez hacia el futuro.

Observemos el siguiente esquema donde se presentan las partes de un estudio de mercado:



Antes de continuar con el desarrollo de los contenidos le recordamos consultar con su docente tutor mediante el Aula Virtual, si se le presentan dudas sobre los temas.

Concepto de Pequeña y Mediana Empresa:

El concepto de **pequeña empresa** es relativo, la participación en el mercado, el volumen de ventas, el monto de inversiones fijas, número de empleados y la cantidad de energía consumida.

Desde el punto de vista de la dirección, la actividad estratégica y operativa está en manos de una o dos personas, que son al mismo tiempo responsables de las decisiones más importantes de la empresa. Las decisiones más importantes son el producto, el mercado y las materias primas, siendo el horizonte solo de corto plazo.

Con respecto a la **mediana empresa**, podemos ampliar el concepto de pequeña empresa agregando que en la mediana, hay una mayor diferenciación de las funciones: encontramos personal técnico y profesional a nivel directivo y se observa una delegación de autoridad explícita.

En ambas categorías el capital y el empresario se identifica con uno, dos o tres personas desde el punto de vista de la dirección en las PYMES, es el gerente y el propietario que conocen personalmente a todos los empleados.

**Características generales de las PYMES:**

Encontramos en las PYMES características que comprenden a la organización como un todo, en algunas de las áreas específicas y las funcionales. Entre las primeras las características sociales. La dirección está centrada en una persona o como máximo tres.

En cuanto a las características de la organización: estructuralmente existe una jerarquía basada en la antigüedad o en el hombre de confianza, el funcionamiento de la organización está apoyado en la estructura no formal, la coordinación, la decisión y el control. Esto es asumido por el propietario y con su presencia física las funciones no son fijas ni delimitadas y suelen estar diseñadas en función de las personas, superponiendo las cuestiones operativas con aspectos subjetivos.

Las características funcionales son:

- Empresario-gerente, con escasa especialización en administración.
- Estrecha relación o casi personal entre empresario, proveedores y clientes.
- No obtiene fondos en el mercado de capitales con facilidad.
- Por influencia de la personalidad de sus propietarios configuran características que no hacen practicable modelos estandarizados de consultaría.
- El ciclo de vida de la empresa coincide con el ciclo de vida del fundador o de la familia.
- La familia es directa o indirectamente el órgano político de la empresa.
- Complejo de inferioridad para pensar y actuar estratégicamente.
- Prioridad del problema técnico frente al económico- financiero y social.
- Dirección independiente, nadie ajeno a la empresa puede influenciar al empresario.

Las consecuencias de las características de las PYMES pueden ser las siguientes:

- Un exceso de atribuciones del propietario o de la familia que deben ser delegados a los funcionarios de línea.
- Una falta de visión global del negocio que no permite definir una estrategia de crecimiento.
- Inadecuado sistema de información o mal uso de la informática.
- La ausencia de una contabilidad gerencial para el control de la gestión.
- La falta de sistemas de costos.





- La precaria administración financiera como mecanismo de crecimiento.
- La ausencia de mecanismos para medir la eficacia comercial.
- La falta de control de calidad.

Las ventajas de las empresas PYMES:

Las pequeñas y medianas empresas son vehículo para introducir el desarrollo económico. Permiten la redistribución de la renta en los países que necesiten desarrollarse y resolver el problema del desempleo. Este es un sector generador de empleo por excelencia.

Las PYMES son un verdadero nexo entre los vendedores y consumidores en el negocio de la distribución.

Estas empresas requieren para su funcionamiento una menor cantidad de capital y experiencia empresarial.

Características del empresario PYMES:

El empresario de una PYME debe poner en funcionamiento determinados recursos con el fin de crear y distribuir bienes y servicios de un modo provechoso y acumulativo en un medio que evoluciona constantemente.

¿Cuáles son los criterios que permiten definir a un empresario?

- La dirección (orientación).
- El riesgo.
- La remuneración del riesgo por utilidades realizadas.
- Largo plazo.
- Es el control último de la empresa.
- La acción.
- La actitud innovadora.
- La continuidad de la empresa.

La **función del empresario** es en general:

- La combinación óptima de los recursos en medio del cambio acelerado.
- Armonizar la eficacia de la empresa con su valor humano.
- Modificar constantemente el orden existente.
- Hacer que la justicia social dependa de la estructura económica y no sólo de las relaciones de fuerzas existentes en dicha estructura.
- Modernizar las estructuras económicas.
- Garantizar la creatividad económica a través de la empresa.
- Comprender la lógica de la empresa.

**Tipos de empresas PYMES:**

Hay cuatro tipos de empresas, las que se describen a continuación:

1. Hay empresas que no pueden crecer por errores de origen y que están deformadas por la manera que han sido dirigidas. El costo de asistencia no proporciona retorno económico –social.
2. Las empresas que por su propia naturaleza tienen que permanecer pequeñas.
3. Las empresas con potencialidades que no pueden crecer porque están mal administradas.
4. Las empresas que crecen pero están desorganizadas.

Hay factores tanto externos como internos que afectan a las PYMES, que no les permiten crecer y consolidarse como empresas.

En la relación profesional-empresario hay un cortocircuito. El profesional enfoca los problemas con el criterio académico- libresco-irreal. El empresario con un criterio práctico-intuitivo-irreal también.

Las ventajas de las PYMES se resumen en una gran capacidad de adaptación, versatilidad y rapidez para reaccionar, así como los cambios en la estructura económica.

Estudiemos ahora las características y particularidades de las empresas de familia:

Las Empresas de Familia:

No pueden confundirse con las pequeñas y medianas empresas. Lo que ocurre es que en la Argentina la mayoría de las PYMES son familiares. Tampoco puede definirse a la empresa familiar como aquellas que tienen dificultades de gerenciamiento, porque la mayoría de los más importantes grupos empresarios argentinos familiares son empresarios o se identifican con una familia: ARCOR S.A. Aeroruta, Macri, Pérez Compang. Se calcula que en Occidente el 50 % de las empresas son familiares y proveen el 50 % del empleo.

Entre los elementos que definen a una empresa familiar tenemos que la propiedad del capital y la dirección son una o más familias. La empresa se transmite de padres a hijos, existe una alta dependencia de los proveedores y clientes; la empresa es vista como un patrimonio de familia y se identifica el honor de la empresa con el honor de la familia.

También encontramos empresas de capital familiar y la dirección es totalmente profesionalizada. El problema que plantea este modelo es que mientras sean sociedades cerradas, en algún momento tienen dificultades para su mantenimiento y para su crecimiento, porque no concurren al mercado de capitales. La estrategia de crecimiento se basa en la capitalización de sus utilidades como en caso de ARCOR S.A.



Las principales características de las Empresas de Familia:

- La confianza reemplaza la documentación de ciertos actos.
- Los negocios se tratan en reuniones familiares.
- La dirección formal o legal no funciona.
- La ampliación de la familia no es acompañada con un cambio en la estructura jurídica y organizacional.
- La sucesión normalmente no es prevista.
- Los asesores externos sólo cumplen la tarea de arbitrarios en los conflictos de familia.

Las principales áreas de actividades de una empresa: Marketing y Ventas

Marketing y ventas es la función que relaciona al consumidor de un producto o al usuario de un servicio con una empresa. En efecto investiga las motivaciones del consumidor, desarrolla y diseña los productos y luego los pone a su disposición.

Las principales funciones son:

- investigación de mercado;
- pronóstico de ventas;
- estudio del comportamiento del consumidor;
- estudios de los costos comerciales;
- políticas de precios;
- estudio y diseño de envases;
- distribución física de los productos y
- la dirección de las fuerzas de ventas.

La **investigación de mercado** tiene por objeto la recolección, registro, análisis del mercado. El mercado es el conjunto de los demandantes reales y potenciales de un producto y el lugar en que se encuentran.

El **pronóstico de ventas** es la estimación de las mismas en base a la demanda existente de un producto. Sería la demanda probable para una empresa determinada. Se puede calcular en base a la curva de demanda del mercado y a series estadísticas existentes en la empresa.

El **estudio del comportamiento del consumidor** es el estudio de las motivaciones que éste tiene para comprar un producto.

Los costos **comerciales** son los costos agregados del área de comercialización.

La **política de precios** se refiere al modo de determinación de los precios: a partir de los costos de la empresa, a partir de los competidores directos y a través del mercado.

El **estudio y diseño de envases**, es parte del diseño del producto y está vinculado a la función de investigación y desarrollo.

La **distribución física de los productos** es el modo mediante el cual el producto sale de fábrica y llega al consumidor. Puede ser directamente desde la fábrica a través de mayoristas y de minoristas.

La administración de ventas es un área de apoyo de comercialización, que realiza diferentes tareas administrativas del área: facturación, entrega de pedidos, estadísticas comerciales.

La promoción y la publicidad están estrechamente vinculadas. La primera lleva un mensaje personalizado al mercado y la segunda, un mensaje no personalizado.

La **fuerza de ventas** está constituida por: representantes, comisionistas, etc. Son aquellos que vinculan a la empresa, producto y cliente.

Producción:

Es la función por fin de la elaboración de productos y el desarrollo de los métodos adecuados para tal fin utilizando materias primas, mano de obra, tecnología, herramientas, instalaciones y materiales.

Las principales funciones son: ingeniería del producto, ingeniería de planta, ingeniería industrial, abastecimiento, planeamiento y control de producción, fabricación y control de la calidad.

El factor económico clave de las empresas transformadas es la incorporación a los procesos de producción de los avances que supone la revolución científica-tecnológica. La incorporación de nuevas técnicas a la empresa se denomina innovación, la que puede referirse no sólo a los procesos de producción, sino también a los productos y los sistemas de organización. Las soluciones a que pueden apelar las empresas son la compra de tecnología y la instalación en la empresa de la función investigación y desarrollo. La función más relevante es el planeamiento y el control de la producción. Esta función básica determina el flujo que debe seguir el trabajo y cuáles son las etapas de fabricación. Se planean las horas de mano de obra, la cantidad de materia prima y materiales, las máquinas. Verificar que el flujo de trabajo previsto se ajuste a lo planeado en la función de control.

Finanzas y Control:

Es la función encargada de un óptimo uso de los recursos puestos a disposición de la empresa. Ella busca y obtiene los fondos que son necesarios para el giro de la empresa.

Las principales funciones son: planificación y control de fondos, contabilización, control de los costos, control interno y cobranzas.

Esta función es la encargada de proveer el funcionamiento de las operaciones de la empresa. Para su funcionamiento ella debe captar capitales fuera de la empresa: créditos de los proveedores y préstamos bancarios. Esas son las fuentes más comunes. Existen otras fuentes, especialmente de largo plazo pero que en la realidad son difíciles de obtener.

Administración del Personal:

Es la función de servicio para toda la empresa que contribuye a la adecuada administración del potencial humano de la misma.



Las principales funciones son: reclutamiento y selección del personal, desarrollo de la carrera del personal dentro de la empresa, capacidad, liquidación de sueldos y salarios, relaciones con el sindicato y administración de los servicios para el personal.

Estas diferentes áreas de la empresa no funcionan en forma independiente, al contrario hay relación de interdependencia mutua porque las entradas (en forma de pedidos que recibe comercialización), una vez elaboradas son salidas que se transforman en entradas de producción y así sucesivamente hasta que los pedidos, transformados en productos, se convierten en dinero para luego retornar nuevamente a la empresa.

Todas las áreas funcionales de una empresa forman un conjunto de partes interrelacionadas entre sí. De modo que un problema o una acción en cualquiera de ellas repercuten en las otras.

También es necesario destacar que el proceso administrativo no sólo se aplica a la empresa globalmente, sino también a cada una de las áreas funcionales. En cada una de ellas se planifica, se dirige, y se controla.

Los principales Recursos de la Empresa:

Los fines y objetivos que se proponen en una empresa sólo pueden lograrse con los recursos necesarios para alcanzarlos.

Los resultados relacionados con los recursos que se han utilizado se denominan productividad.

El potencial humano es el más importante de los recursos. Las personas asumen las diferentes funciones de la empresa y a través de sus conocimientos, experiencia, inteligencia y capacidad pueden ser utilizados los otros recursos.

Dichas funciones son asumidas por los diferentes roles de la empresa: propietario, gerente, técnico, supervisores, oficinistas y obreros.

Los otros recursos que puede utilizar una empresa son: materiales, técnicos y financieros.

La Productividad:

Este tema está ligado estrechamente a la administración de las empresas. Tiene relación con la inflación porque evita el alza de los costos y puede permitir una posición competitiva a las empresas que actúan en un mercado. Además es el seguro para el crecimiento económico y para resolver los problemas de balanza de pagos en un país.

Qué es la productividad y cómo se mide ha provocado discrepancias. En lo que la mayoría está de acuerdo es que la productividad es una acción positiva para garantizar una utilización eficiente de los recursos materiales, financieros y humanos. Las medidas se expresan en ratios, porcentajes o índices.

¿Cómo medir la productividad?

En el numerador el valor neto de la producción (a precios ajustados) y en el denominador tienen que ir los factores que han contribuido a lograrlo. Sería la productividad total.

En realidad no es la suma de todos los factores sino más bien, la combinación de ellos. Existen factores que influyen en la productividad total de un país en forma negativa: un Estado sobre dimensionado e ineficaz, un sistema educativo incapaz de insertarse en el sistema productivo, falta de capacitación en la fuerza laboral, el alto costo de la energía, exceso de maquinarias y equipos, instalaciones anticuadas, reducción de gastos en investigación y desarrollo, aumento de ocupación disfrazada, cambio en las actitudes y motivación de los trabajadores, políticas fiscales que desalientan la inversión y la inflación.

Luego de estudiar los puntos centrales de los microemprendimientos y las PYMES, pasemos a ver las características del empresario:

El Empresario

El **empresario** es el que personaliza a la empresa en su actuación. El mecanismo que utiliza es la decisión, por la cual procurará el logro de los objetivos.

Este moviliza los recursos a su disposición con el objeto de crecer y distribuir bienes y servicios de un modo provechoso y acumulativo, en un medio que evoluciona constantemente.

La otra forma de conceptualizar al empresario es hacerlo a través de las características de su acción: dirige, asume riesgos, cobra por los riesgos asumidos con las utilidades realizadas, piensa en el largo plazo, es el responsable final de los resultados, posee una actitud innovadora y es capaz de dar continuidad a la empresa. También se puede mencionar que el empresario tiene la responsabilidad de lograr una combinación óptima de los recursos, armonizar la eficacia empresaria con el valor humano, modificar el orden existente y modernizar las estructuras económicas. En nuestro país, en general en lo que se refiere a la empresa argentina, nos encontramos en la primera etapa.

De acuerdo a la ideología, nuestros empresarios son predominantes individualistas y de conducta llamada tradicional, específica de un país de escaso desarrollo industrial y tecnológico. La crisis más importante de nuestro país es una crisis por falta de administradores.

Esta crisis ha convertido a la Argentina en un país subdesarrollado con un capitalismo primitivo de prácticas socialistas, situado en la periferia del mundo industrializado.



El liderazgo:

Podemos decir que **líder** es aquel que puede influir en el comportamiento de los integrantes de un grupo. El líder es el que organiza, hace propuestas, moviliza y motiva fundamentalmente a los integrantes de un grupo.

Una de las características fundamentales de un líder es la de facilitar la comunicación dentro de un grupo, ya que, a partir de allí se puede lograr: la coordinación de las actividades, el control de las actividades ejecutadas, la capacitación de los recursos humanos, el ejercicio de la autoridad, la resolución de conflictos.

El liderazgo es un proceso de influencia interpersonal que determina el desempeño de los miembros de la organización.

Cuando hablamos de líder es importante tener en cuenta varios elementos como ser: el líder es único, forma parte de un grupo, tiene características tales que los restantes miembros del grupo le dan autoridad, influye sobre el resto de los integrantes de un grupo, etc.

Existen líderes que surgen como consecuencia de sus propias capacidades y otros que surgen de la autoridad formal, es decir, que surgen como consecuencia de la estructura jerárquica.

Hay diferentes clases de liderazgos:

- **El líder autoritario:** generalmente surge de la estructura formal, se considera por encima del grupo, no se integra y generalmente se comunica a través de órdenes.
- **El líder democrático:** es aquel líder que permite la opinión y acepta sugerencias del resto de los integrantes del grupo y que surge como consecuencia de sus capacidades innatas.
- **El líder permisivo:** es aquel que no posee influencia sobre el grupo, no es un elemento aglutinante y no tiene representatividad dentro del grupo.

Todo líder se caracteriza por tener un cierto número de seguidores, el líder eficiente es el que logra resultados visibles y es importante destacar que el liderazgo no es un cargo, privilegio, título, sino fundamentalmente una responsabilidad.

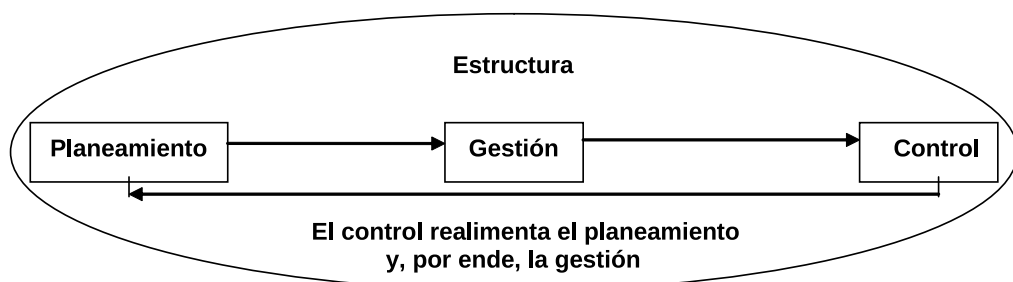


Sigamos adelante...

Actividad empresarial

Las organizaciones, desde el conocimiento de su dinámica administrativa, comprenden la estructura y sus procesos de trabajo. El planeamiento, la gestión y el control son acciones que se realizan a partir de la estructura para el logro de las múltiples actividades o de las múltiples finalidades u objetivos que tienen las organizaciones que constituyen un proceso integrado.

Observemos el siguiente esquema:





Proceso de planeamiento:

El proceso de planeamiento, dirección, gestión y control es una actividad administrativa que se verifica de manera permanente en las organizaciones.

El planeamiento es el proceso de enunciar anticipadamente lo que se va a hacer: ¿cómo hacerlo, cuándo y quién ha de hacerlo?, en este proceso se establecen los objetivos de la organización, fundamentalmente.

El planeamiento es una herramienta eficaz para la conducción y, además, permite practicar controles que indican si la gestión se realiza según lo planeado o requiere correcciones.

Los componentes del proceso de planeamiento son:

- a. Los objetivos y metas.
- b. La selección de políticas, programas, procedimientos y prácticas para conseguirlos.
- c. Los recursos.
- d. El diseño de los procedimientos para la toma de decisiones y la forma de organizar como ejecutar el plan.
- e. El control.

El planeamiento es un proceso dinámico, creativo y complejo, que estructura eventos esperados por la organización que la van a afectar directa o indirectamente.

Proceso de gestión:

El proceso de gestión produce los acontecimientos, acciones, decisiones y operaciones en el mundo real de las transacciones organizacionales, que lleva adelante a través de sus miembros para alcanzar los objetivos establecidos en la etapa de planificación para que se concreten en resultados esperados.

En el medio de un ambiente inestable, la gestión es la gran productora de información, pues las acciones concretas y el enfrentamiento con la realidad pueden convalidar o refutar la información tenida en cuenta en el proceso de planeamiento.

La calidad del proceso de gestión depende en buena medida de la estructura organizacional porque es a través de ella desde donde se dividen y coordinan las tareas, se realiza el proceso de comunicación, etc.

Proceso de control:

El control es un proceso posterior a la ejecución o gestión de las actividades organizacionales.

El control es la comparación entre lo realizado y aquello que estaba planeado. Por medio del mismo se identifican los posibles desvíos, se revisan decisiones y planes y se determinan las acciones que corrijan la gestión.

El enfoque moderno del control se orienta a una participación intensa de los integrantes de la organización, y se procura que el trabajo sea estructurado y estimulante, que los empleados tengan información para comprender ampliamente lo que la organización espera de ellos.

Los nuevos conceptos de gerenciamientos organizacionales llevan al autocontrol y a la autogestión, y esto se realiza a través de la capacitación de los recursos humanos, el trabajo en equipo, la descentralización de las actividades y el creer que las personas pueden comprometerse con sus tareas y que las pueden hacer bien.

*Con el estudio de la Actividad Empresarial
llegamos al final de la Unidad 2, esperamos que la
lectura le haya resultado interesante y productiva.
En la próxima unidad veremos la toma
de decisiones y el planeamiento.*