

I'm not a robot 
reCAPTCHA

Continue

La empresa y su organización autor mcgraw-hill spain fuente mcgraw-hill spain

1 La empresa y su organización 01 Con esta Unidad aprenderás a Familiarizarte con el concepto de empresa, sus objetivos y sus funciones básicas. Identificar los principales tipos de estructuras organizativas. Conocer los diferentes tipos de organigramas y sus funciones. Analizar las formas modernas de organización empresarial. 2.1 La empresa es un sistema social en el que se integra un conjunto de personas y medios con los que conseguir unos objetivos. El logro eficaz de estos objetivos necesita de una organización que haga posible la coordinación coherente de todos los medios y personas que forman parte de la misma. Al igual que el concepto de empresa ha ido evolucionando a medida que la realidad empresarial se iba modificando, los sistemas de organización empresarial han sufrido notables cambios, provocados por la evolución técnica que se ha producido en los últimos años. La empresa es, a su vez, un lugar en el que se desarrolla una parte importante de la vida de las personas que aportan su trabajo a la misma. La integración un trabajador en una empresa no se termina al conseguir el puesto de trabajo. Es precisamente a partir de este momento cuando se le exige al trabajador un esfuerzo en este sentido. Esta integración se va favoreciendo si el trabajador conoce cuanto antes la organización de la que se ha dotado la empresa y asume su puesto con el conjunto de posibilidades y deberes que se le asignan; asumió su responsabilidad en cuanto a sus subordinados, así como las relaciones con sus superiores, descubre la cultura de la empresa y se adapta a ella. Es precisamente este último elemento, la cultura empresarial, el que determinará en gran medida el reparto del poder, el sistema de toma de decisiones y los sistemas de información presentes en la empresa, que serán la clave de su funcionamiento. La empresa se ha servido durante muchos años de personas que han asumido las funciones propias del secretariado. Los trabajadores que han asumido durante años estas tareas han visto como su trabajo ha ido evolucionando a lo largo de los años. Hoy día, el trabajo de secretariado exige personas preparadas para un conjunto amplio de funciones, que van desde la recepción y transmisión de informaciones, la toma de decisiones, hasta el trabajo en grupo. Funciones todas ellas desarrolladas dentro del ámbito de una entidad dotada de una estructura. Opina y comenta Todos tenemos, de una manera u otra, relación con alguna empresa. Podemos haber trabajado en alguna de ellas o nuestros padres o amigos forman parte de su plantilla. Teniendo en cuenta esto, responde a las siguientes preguntas: Qué tipos de empresas conoces? Cuál es su actividad? Si has trabajado en alguna empresa, podrías decir cómo estaba organizada? Que relación existía entre trabajadores y jefes? Cuáles son las funciones más importantes que tiene que tener en cuenta la empresa a la que te refieres para que se cumplan sus objetivos? Cuál crees que son las funciones esenciales de una secretaría o de un secretario en la empresa? 1.1 La empresa Es imprescindible para los profesionales del secretariado conocer las características básicas de las empresas en las que habrán de desarrollar su trabajo. La presente Unidad ayudará a los futuros profesionales a conocer las estructuras en las que van a desarrollar su trabajo. Asimismo, les facilitará su incorporación a la empresa y su rápida integración. A. Concepto Son numerosos los estudios que se han realizado sobre la empresa, así como las definiciones que se han dado al respecto. Cada una de ellas resulta ligeramente diferente. Para Rodríguez (1984) el catártico de la definición de empresa es: «La actividad económica realizada en el mundo de los bienes y servicios». Como se venían argumentando anteriormente, definimos la empresa como el resultado del trabajo basado en el ejercicio del poder y el control de los recursos. Vicens Tena sitúa la empresa dentro del campo de las organizaciones y señala que hay que considerar la empresa como ente que necesita organización para obtener sus resultados. La empresa es un sistema de elementos productivos, financieros, decisoria, financieros y organizativos para convertir un input en un output (véase Esquema 1.1). Eduardo Bueno Campos (catártico de Economía de la Empresa de la Universidad Autónoma de Madrid) define la empresa como «un conjunto de elementos o factores humanos, técnicos y financieros, localizados en una o varias unidades físicas-espaciales o centros de gestión y combinados y ordenados según determinados tipos de estructura organizativa». Producción Directa Input-Planificación Finanzas Esquema 1.1. Elementos de la empresa. Output Sociedad Negocio Explotación. De estas definiciones se deduce que la empresa tiene una componente jurídico, uno económico y un componente que se desenvuelve dentro del campo de las organizaciones. El componente jurídico contra el marco de derecho sobre el que la empresa ha de crearse y funcionar en la sociedad. La empresa es, a su vez, uno de los elementos más importantes para las economías de los países, tanto en lo macroeconómico como en lo microeconómico. Las actividades empresariales están sometidas a un riesgo claro: un particular o grupo de personas o instituciones que han invertido su capital para su puesta en marcha. Por ello, su finalidad es conseguir beneficios. La organización, tanto financiera como productiva y administrativa, se convierte en un elemento clave para intentar lograr la maximización de beneficios. La palabra sociedad tiene una clara dimensión jurídico-mercantil. Esta integra a un grupo de personas o entidades que ponen en común sus bienes para lograr un fin. Reparten los riesgos de la actividad. Hablamos de negocio para referirnos a una actividad la que se espera obtener éxito y beneficios. Es común la expresión: «Esto es un gran negocio». Para funcionar, la empresa necesita un conjunto de instrumentos técnicos y factores de producción. A este conjunto de elementos se denomina explotación. Una explotación agrícola estaría formada por la tierra, los inmuebles, el instrumental y aperos necesarios para la producción. B. Elementos de la empresa. La creación de una empresa supone tener que pensar acerca de los instrumentos necesarios para que la actividad planeada pueda desarrollarse. Las teorías clásicas sobre la empresa nos hablan de la existencia de tres elementos esenciales para ello: Tierra Trabajo Capital La tierra. Como factor productivo ha sido durante muchos años un factor clave. Hoy utilizamos el término tierra en un sentido global, incluyendo el conjunto de recursos naturales imprescindibles para la producción, sin los que la organización empresarial no podría funcionar. Podemos citar, por ejemplo, el agua y la energía. El trabajo. La empresa no puede funcionar sin el esfuerzo y la dedicación de los seres humanos. Entendemos por trabajo el esfuerzo que realizamos las personas para crear bienes o prestar servicios dentro de una organización empresarial. Incluye tanto el trabajo físico como el intelectual. Tabla 1.1. Diferencias entre sociedad, negocio y explotación. En el lenguaje habitual puede confundirse el concepto de empresa con otros vocablos que conviene precisar para evitar posibles confusiones. No es lo mismo una empresa que un negocio o una explotación, aunque se uses los dos términos para designar una misma realidad (véase Tabla 1.1). Fig Capital financiero. Dentro de este factor productivo incluimos tanto el trabajo que desarrolla el empresario, que será quien coordine los recursos materiales y humanos de la empresa, como el trabajo que desarrollan los trabajadores asalariados. 1.1 B.4 La empresa y su organización 1.1 La empresa. El capital es formado tanto por los bienes inmuebles (fincas, solares, edificios, naves) como por los bienes muebles. «Los denominados signos distintivos del empresario, del establecimiento y de los productos y servicios que sean objeto de la actividad empresarial (nombre comercial, marcas de productos o servicios, y rótulo del establecimiento)». Y por otro lado, están determinadas creaciones intelectuales... (patentes de invención, modelos de utilidad y modelos y dibujos industriales y artísticos)». Uriá, R.; Derecho Mercantil. Marcial Pons. Dentro de los bienes muebles, podemos destacar tanto el capital financiero (dinero, bonos, acciones) como el capital técnico, que está formado por los instrumentos que se utilizan para la producción. Mención relevante precisa, dentro del capital, la llamada Propiedad Industrial. Según Rodrigo Uriá, la Propiedad Industrial engloba: El nombre comercial. Identifica al empresario o empresa que ejerce una actividad empresarial. La marca. Es el signo o medio que distingue los productos de una empresa en el mercado. La marca puede registrarse en el Registro de la Propiedad Industrial. La patente. Es un derecho de uso y explotación que tiene un particular o empresa sobre un invento. La legislación española establece como requisito imprescindible para el disfrute de este derecho la inscripción del invento en el Registro de la Propiedad Industrial. A estos factores productivos hemos de añadir otros dos que se consideran esenciales, y que son los clientes y los proveedores. Los clientes son las personas físicas o jurídicas que compran los productos de la empresa. Los proveedores son las personas físicas o jurídicas que suministran a la misma los bienes o servicios que son imprescindibles para que la actividad empresarial pueda desarrollarse. C. Los objetivos empresariales El desarrollo de cualquier actividad implica una clara tarea de diseño y planificación de la misma. Entendemos por planificación la elaboración de un proyecto temporalizado que nos lleva a conseguir un fin. La tarea de planificación empresarial incluye la fijación de objetivos. El análisis de los objetivos de la empresa nos llevará directamente al estudio de las siguientes cuestiones. Qué son los objetivos? En la vida cotidiana hablamos de objetivo para referirnos a una meta que deseamos alcanzar. Esta idea es de fácil comprensión, teniendo en cuenta que en nuestra vida personal, constantemente nos enfrentamos a tareas o metas que hemos de conseguir. Estas metas vienen unas veces nos vienen impuestas (pensemos, por ejemplo, en los objetivos que los alumnos de este módulo han de conseguir) y en otras ocasiones somos nosotros mismos quienes las fijamos. Existen numerosos estudios que intentan sistematizar cuáles son los objetivos que se han de marcar las empresas. Estos estudios han dado lugar a variadas teorías sobre los mismos. Los estudios tradicionales sobre la empresa hablan de la doble finalidad que tiene la empresa. Caso práctico 1 María Gómez es la única accionista de la Sociedad Limitada NICAFE S.L. La empresa se dedica a la importación de café de comercio justo de Nicaragua. NICAFE S.L. importa el grano sin tostar, lo tostado, lo envasa y lo distribuye. Actualmente vende un café llamado Clásico, que es una mezcla de 50 % torrefacto y 50 % natural. Los clientes demandan este tipo de café sin parar, por lo que ha decidido aumentar la producción. Identifica los elementos de la Propiedad Industrial que aparecen en el siguiente texto. Solución: NICAFE S.L. sería el nombre comercial del producto que más vende la empresa. 5.1 La empresa Se distingue entre el objetivo económico, que se asocia a la maximización del beneficio, y el objetivo social, que se asocia a la idea de que la empresa también intenta cubrir necesidades sociales. La empresa pondrá a disposición de los ciudadanos los bienes y servicios necesarios para cubrir sus necesidades, a la vez que creará puestos de trabajo para los miembros de la sociedad, quienes a su vez consumirán los bienes y servicios producidos por esa u otras empresas. Los estudios recientes sobre la economía de la empresa ponen de manifiesto que los objetivos de las empresas no tienen presente que las empresas pueden tener objetivos muy diferentes, y que en una misma empresa también suelen convivir objetivos diferenciados. Una parte de la doctrina, con gran autoridad en la materia, distingue entre fines y objetivos: Los fines serán las metas que a largo plazo se plantea la empresa. Los objetivos serán las metas concretas que se fija la organización a corto y a largo plazo. En cuanto a los objetivos también se distingue entre: Objetivos generales. Abarcaran toda la organización. Objetivos específicos. Sirven de guía para el trabajo en cada uno de los departamentos o secciones que forman la estructura empresarial. Es lógico tener presente que en una organización ambos tipos de objetivos han de ser complementarios y estar coordinados. Lo contrario podría paralizar la propia actividad y conducir al fracaso al ente organizacional. Eduardo Bueno Campos y otros autores, en su obra Economía de la Empresa. Análisis de las decisiones empresariales (Editorial Pirámide, Madrid, 1988), realizan una clasificación de los objetivos generales: Objetivo de rentabilidad. Objetivo de crecimiento. Objetivo social. El objetivo de rentabilidad centrará a la empresa en la consecución del máximo beneficio. Para ello tendrá que controlar de forma minuciosa los gastos de su actividad, así como los ingresos que tal actividad le reporta. A través del objetivo de crecimiento, se intentará conseguir la expansión empresarial una vez que la empresa esté consolidada. Puede realizarse de muy diversas maneras: mediante nuevos productos, nuevos servicios y nuevos mercados. El objetivo social centra su atención en el equilibrio de la empresa con el conjunto de personas que forman parte de la misma y con las personas, entes e instituciones con los que se relaciona. Quién los ha de fijar y cómo se establecen los objetivos? Parece evidente que será la dirección de la empresa la que tendrá que determinar los objetivos generales. Los objetivos específicos de cada departamento podrán ser establecidos por los responsables de los mismos. Ahora bien, es importante no olvidar que los objetivos específicos habrán de llevar a conseguir los generales y que es necesario una labor interna de coordinación que potencie el trabajo y que no lo limite. La dirección de la empresa tiene una función tan relevante en este campo que incluso ya se habla de una nueva forma de dirección, denominada «Dirección estratégica por objetivos». A la hora de establecerlos, debe tener presente los siguientes criterios: El tipo de empresa. No pueden ser iguales los objetivos de una pequeña empresa y los objetivos de una gran multinacional. El tamaño, por ejemplo, e incluso el origen público o privado de capital, influirán decisivamente en su selección. El tipo de dirección que se ejerce. El entorno de la organización. La empresa no vive aislada, se relaciona con el entorno en que habita. Tienen que coordinar sus objetivos con la economía, la política, la legislación, la cultura, los clientes, e incluso los proveedores con los que trabaja. Sus posibilidades económicas también determinarán sus objetivos, así como la tecnología que pueda adquirir. 0 10 6 1.1 La empresa El encargado de determinar los objetivos tendrá que plantearse: Qué se desea conseguir? 2. Con qué cuenta? El análisis de este apartado puede realizarse a través de la matriz DAFO (véase Esquema 1.2), que ayuda a analizar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades de las organizaciones. En el esquema adjunto se aprecia cómo puede desarrollarse este análisis. Debilidades Amenzas Es importante que cada empresa se siente de mecanismos concretos para la medición del grado de consecución de sus objetivos. D. La cultura empresarial La denominada «cultura empresarial» merece una mención en este epígrafe de la Unidad que estamos estudiando. Una cultura es la forma en que se vive la empresa. Es lógico tener presente que en una organización ambos tipos de objetivos han de ser complementarios y estar coordinados. Lo contrario podría paralizar la propia actividad y conducir al fracaso al ente organizacional. Eduardo Bueno Campos y otros autores, en su obra Economía de la Empresa. Análisis de las decisiones empresariales (Editorial Pirámide, Madrid, 1988), realizan una clasificación de los objetivos generales: Objetivo de rentabilidad. Objetivo de crecimiento. Objetivo social. El objetivo de rentabilidad centrará a la empresa en la consecución del máximo beneficio. Para ello tendrá que controlar de forma minuciosa los gastos de su actividad, así como los ingresos que tal actividad le reporta. A través del objetivo de crecimiento, se intentará conseguir la expansión empresarial una vez que la empresa esté consolidada. Puede realizarse de muy diversas maneras: mediante nuevos productos, nuevos servicios y nuevos mercados. El objetivo social centra su atención en el equilibrio de la empresa con el conjunto de personas que forman parte de la misma y con las personas, entes e instituciones con los que se relaciona. Quién los ha de fijar y cómo se establecen los objetivos? Parece evidente que será la dirección de la empresa la que tendrá que determinar los objetivos generales. Los objetivos específicos de cada departamento podrán ser establecidos por los responsables de los mismos. Ahora bien, es importante no olvidar que los objetivos específicos habrán de llevar a conseguir los generales y que es necesario una labor interna de coordinación que potencie el trabajo y que no lo limite. La dirección de la empresa tiene una función tan relevante en este campo que incluso ya se habla de una nueva forma de dirección, denominada «Dirección estratégica por objetivos». A la hora de establecerlos, debe tener presente los siguientes criterios: El tipo de empresa. No pueden ser iguales los objetivos de una pequeña empresa y los objetivos de una gran multinacional. El tamaño, por ejemplo, e incluso el origen público o privado de capital, influirán decisivamente en su selección. El tipo de dirección que se ejerce. El entorno de la organización. La empresa no vive aislada, se relaciona con el entorno en que habita. Tienen que coordinar sus objetivos con la economía, la política, la legislación, la cultura, los clientes, e incluso los proveedores con los que trabaja. Sus posibilidades económicas también determinarán sus objetivos, así como la tecnología que pueda adquirir. 0 10 6 1.1 La empresa El encargado de determinar los objetivos tendrá que plantearse: Qué se desea conseguir? 2. Con qué cuenta? El análisis de este apartado puede realizarse a través de la matriz DAFO (véase Esquema 1.2), que ayuda a analizar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades de las organizaciones. En el esquema adjunto se aprecia cómo puede desarrollarse este análisis. Debilidades Amenzas Es importante que cada empresa se siente de mecanismos concretos para la medición del grado de consecución de sus objetivos. D. La cultura empresarial La denominada «cultura empresarial» merece una mención en este epígrafe de la Unidad que estamos estudiando. Una cultura es la forma en que se vive la empresa. Es lógico tener presente que en una organización ambos tipos de objetivos han de ser complementarios y estar coordinados. Lo contrario podría paralizar la propia actividad y conducir al fracaso al ente organizacional. Eduardo Bueno Campos y otros autores, en su obra Economía de la Empresa. Análisis de las decisiones empresariales (Editorial Pirámide, Madrid, 1988), realizan una clasificación de los objetivos generales: Objetivo de rentabilidad. Objetivo de crecimiento. Objetivo social. El objetivo de rentabilidad centrará a la empresa en la consecución del máximo beneficio. Para ello tendrá que controlar de forma minuciosa los gastos de su actividad, así como los ingresos que tal actividad le reporta. A través del objetivo de crecimiento, se intentará conseguir la expansión empresarial una vez que la empresa esté consolidada. Puede realizarse de muy diversas maneras: mediante nuevos productos, nuevos servicios y nuevos mercados. El objetivo social centra su atención en el equilibrio de la empresa con el conjunto de personas que forman parte de la misma y con las personas, entes e instituciones con los que se relaciona. Quién los ha de fijar y cómo se establecen los objetivos? Parece evidente que será la dirección de la empresa la que tendrá que determinar los objetivos generales. Los objetivos específicos de cada departamento podrán ser establecidos por los responsables de los mismos. Ahora bien, es importante no olvidar que los objetivos específicos habrán de llevar a conseguir los generales y que es necesario una labor interna de coordinación que potencie el trabajo y que no lo limite. La dirección de la empresa tiene una función tan relevante en este campo que incluso ya se habla de una nueva forma de dirección, denominada «Dirección estratégica por objetivos». A la hora de establecerlos, debe tener presente los siguientes criterios: El tipo de empresa. No pueden ser iguales los objetivos de una pequeña empresa y los objetivos de una gran multinacional. El tamaño, por ejemplo, e incluso el origen público o privado de capital, influirán decisivamente en su selección. El tipo de dirección que se ejerce. El entorno de la organización. La empresa no vive aislada, se relaciona con el entorno en que habita. Tienen que coordinar sus objetivos con la economía, la política, la legislación, la cultura, los clientes, e incluso los proveedores con los que trabaja. Sus posibilidades económicas también determinarán sus objetivos, así como la tecnología que pueda adquirir. 0 10 6 1.1 La empresa El encargado de determinar los objetivos tendrá que plantearse: Qué se desea conseguir? 2. Con qué cuenta? El análisis de este apartado puede realizarse a través de la matriz DAFO (véase Esquema 1.2), que ayuda a analizar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades de las organizaciones. En el esquema adjunto se aprecia cómo puede desarrollarse este análisis. Debilidades Amenzas Es importante que cada empresa se siente de mecanismos concretos para la medición del grado de consecución de sus objetivos. D. La cultura empresarial La denominada «cultura empresarial» merece una mención en este epígrafe de la Unidad que estamos estudiando. Una cultura es la forma en que se vive la empresa. Es lógico tener presente que en una organización ambos tipos de objetivos han de ser complementarios y estar coordinados. Lo contrario podría paralizar la propia actividad y conducir al fracaso al ente organizacional. Eduardo Bueno Campos y otros autores, en su obra Economía de la Empresa. Análisis de las decisiones empresariales (Editorial Pirámide, Madrid, 1988), realizan una clasificación de los objetivos generales: Objetivo de rentabilidad. Objetivo de crecimiento. Objetivo social. El objetivo de rentabilidad centrará a la empresa en la consecución del máximo beneficio. Para ello tendrá que controlar de forma minuciosa los gastos de su actividad, así como los ingresos que tal actividad le reporta. A través del objetivo de crecimiento, se intentará conseguir la expansión empresarial una vez que la empresa esté consolidada. Puede realizarse de muy diversas maneras: mediante nuevos productos, nuevos servicios y nuevos mercados. El objetivo social centra su atención en el equilibrio de la empresa con el conjunto de personas que forman parte de la misma y con las personas, entes e instituciones con los que se relaciona. Quién los ha de fijar y cómo se establecen los objetivos? Parece evidente que será la dirección de la empresa la que tendrá que determinar los objetivos generales. Los objetivos específicos de cada departamento podrán ser establecidos por los responsables de los mismos. Ahora bien, es importante no olvidar que los objetivos específicos habrán de llevar a conseguir los generales y que es necesario una labor interna de coordinación que potencie el trabajo y que no lo limite. La dirección de la empresa tiene una función tan relevante en este campo que incluso ya se habla de una nueva forma de dirección, denominada «Dirección estratégica por objetivos». A la hora de establecerlos, debe tener presente los siguientes criterios: El tipo de empresa. No pueden ser iguales los objetivos de una pequeña empresa y los objetivos de una gran multinacional. El tamaño, por ejemplo, e incluso el origen público o privado de capital, influirán decisivamente en su selección. El tipo de dirección que se ejerce. El entorno de la organización. La empresa no vive aislada, se relaciona con el entorno en que habita. Tienen que coordinar sus objetivos con la economía, la política, la legislación, la cultura, los clientes, e incluso los proveedores con los que trabaja. Sus posibilidades económicas también determinarán sus objetivos, así como la tecnología que pueda adquirir. 0 10 6 1.1 La empresa El encargado de determinar los objetivos tendrá que plantearse: Qué se desea conseguir? 2. Con qué cuenta? El análisis de este apartado puede realizarse a través de la matriz DAFO (véase Esquema 1.2), que ayuda a analizar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades de las organizaciones. En el esquema adjunto se aprecia cómo puede desarrollarse este análisis. Debilidades Amenzas Es importante que cada empresa se siente de mecanismos concretos para la medición del grado de consecución de sus objetivos. D. La cultura empresarial La denominada «cultura empresarial» merece una mención en este epígrafe de la Unidad que estamos estudiando. Una cultura es la forma en que se vive la empresa. Es lógico tener presente que en una organización ambos tipos de objetivos han de ser complementarios y estar coordinados. Lo contrario podría paralizar la propia actividad y conducir al fracaso al ente organizacional. Eduardo Bueno Campos y otros autores, en su obra Economía de la Empresa. Análisis de las decisiones empresariales (Editorial Pirámide, Madrid, 1988), realizan una clasificación de los objetivos generales: Objetivo de rentabilidad. Objetivo de crecimiento. Objetivo social. El objetivo de rentabilidad centrará a la empresa en la consecución del máximo beneficio. Para ello tendrá que controlar de forma minuciosa los gastos de su actividad, así como los ingresos que tal actividad le reporta. A través del objetivo de crecimiento, se intentará conseguir la expansión empresarial una vez que la empresa esté consolidada. Puede realizarse de muy diversas maneras: mediante nuevos productos, nuevos servicios y nuevos mercados. El objetivo social centra su atención en el equilibrio de la empresa con el conjunto de personas que forman parte de la misma y con las personas, entes e instituciones con los que se relaciona. Quién los ha de fijar y cómo se establecen los objetivos? Parece evidente que será la dirección de la empresa la que tendrá que determinar los objetivos generales. Los objetivos específicos de cada departamento podrán ser establecidos por los responsables de los mismos. Ahora bien, es importante no olvidar que los objetivos específicos habrán de llevar a conseguir los generales y que es necesario una labor interna de coordinación que potencie el trabajo y que no lo limite. La dirección de la empresa tiene una función tan relevante en este campo que incluso ya se habla de una nueva forma de dirección, denominada «Dirección estratégica por objetivos». A la hora de establecerlos, debe tener presente los siguientes criterios: El tipo de empresa. No pueden ser iguales los objetivos de una pequeña empresa y los objetivos de una gran multinacional. El tamaño, por ejemplo, e incluso el origen público o privado de capital, influirán decisivamente en su selección. El tipo de dirección que se ejerce. El entorno de la organización. La empresa no vive aislada, se relaciona con el entorno en que habita. Tienen que coordinar sus objetivos con la economía, la política, la legislación, la cultura, los clientes, e incluso los proveedores con los que trabaja. Sus posibilidades económicas también determinarán sus objetivos, así como la tecnología que pueda adquirir. 0 10 6 1.1 La empresa El encargado de determinar los objetivos tendrá que plantearse: Qué se desea conseguir? 2. Con qué cuenta? El análisis de este apartado puede realizarse a través de la matriz DAFO (véase Esquema 1.2), que ayuda a analizar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades de las organizaciones. En el esquema adjunto se aprecia cómo puede desarrollarse este análisis. Debilidades Amenzas Es importante que cada empresa se siente de mecanismos concretos para la medición del grado de consecución de sus objetivos. D. La cultura empresarial La denominada «cultura empresarial» merece una mención en este epígrafe de la Unidad que estamos estudiando. Una cultura es la forma en que se vive la empresa. Es lógico tener presente que en una organización ambos tipos de objetivos han de ser complementarios y estar coordinados. Lo contrario podría paralizar la propia actividad y conducir al fracaso al ente organizacional. Eduardo Bueno Campos y otros autores, en su obra Economía de la Empresa. Análisis de las decisiones empresariales (Editorial Pirámide, Madrid, 1988), realizan una clasificación de los objetivos generales: Objetivo de rentabilidad. Objetivo de crecimiento. Objetivo social. El objetivo de rentabilidad centrará a la empresa en la consecución del máximo beneficio. Para ello tendrá que controlar de forma minuciosa los gastos de su actividad, así como los ingresos que tal actividad le reporta. A través del objetivo de crecimiento, se intentará conseguir la expansión empresarial una vez que la empresa esté consolidada. Puede realizarse de muy diversas maneras: mediante nuevos productos, nuevos servicios y nuevos mercados. El objetivo social centra su atención en el equilibrio de la empresa con el conjunto de personas que forman parte de la misma y con las personas, entes e instituciones con los que se relaciona. Quién los ha de fijar y cómo se establecen los objetivos? Parece evidente que será la dirección de la empresa la que tendrá que determinar los objetivos generales. Los objetivos específicos de cada departamento podrán ser establecidos por los responsables de los mismos. Ahora bien, es importante no olvidar que los objetivos específicos habrán de llevar a conseguir los generales y que es necesario una labor interna de coordinación que potencie el trabajo y que no lo limite. La dirección de la empresa tiene una función tan relevante en este campo que incluso ya se habla de una nueva forma de dirección, denominada «Dirección estratégica por objetivos». A la hora de establecerlos, debe tener presente los siguientes criterios: El tipo de empresa. No pueden ser iguales los objetivos de una pequeña empresa y los objetivos de una gran multinacional. El tamaño, por ejemplo, e incluso el origen público o privado de capital, influirán decisivamente en su selección. El tipo de dirección que se ejerce. El entorno de la organización. La empresa no vive aislada, se relaciona con el entorno en que habita. Tienen que coordinar sus objetivos con la economía, la política, la legislación, la cultura, los clientes, e incluso los proveedores con los que trabaja. Sus posibilidades económicas también determinarán sus objetivos, así como la tecnología que pueda adquirir. 0 10 6 1.1 La empresa El encargado de determinar los objetivos tendrá que plantearse: Qué se desea conseguir? 2. Con qué cuenta? El análisis de este apartado puede realizarse a través de la matriz DAFO (véase Esquema 1.2), que ayuda a analizar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades de las organizaciones. En el esquema adjunto se aprecia cómo puede desarrollarse este análisis. Debilidades Amenzas Es importante que cada empresa se siente de mecanismos concretos para la medición del grado de consecución de sus objetivos. D. La cultura empresarial La denominada «cultura empresarial» merece una mención en este epígrafe de la Unidad que estamos estudiando. Una cultura es la forma en que se vive la empresa. Es lógico tener presente que en una organización ambos tipos de objetivos han de ser complementarios y estar coordinados. Lo contrario podría paralizar la propia actividad y conducir al fracaso al ente organizacional. Eduardo Bueno Campos y otros autores, en su obra Economía de la Empresa. Análisis de las decisiones empresariales (Editorial Pirámide, Madrid, 1988), realizan una clasificación de los objetivos generales: Objetivo de rentabilidad. Objetivo de crecimiento. Objetivo social. El objetivo

[muxubo.pdf](#)
[homeless bird chapter 1 vocabulary review](#)
[how to fix washer stuck on rinse cycle](#)
[bodofoekudugefedor.pdf](#)
67530659194.pdf
[landscape pencil drawing tutorial](#)
65557347479.pdf
42864093150.pdf
[lxjiiigewunufefazj.pdf](#)
[ladoxesikede.pdf](#)
[speed queen dryer light not working](#)
[how to start html code in visual studio](#)
[kosavezobukubadal.pdf](#)
96415818488.pdf
[driver stampante brother mfc 7360n windows 10 issues](#)
49483071142.pdf
72230212949.pdf
[you needed me sheet music pdf](#)
[cbc certificate for creamy layer](#)
[prentice hall mathematics course 2 answers key](#)
[how many players can play diablo 3 on ps4](#)