

Consideraciones generales sobre el entorno económico de la organización empresarial

*Arcadio José Guzmán Nogales**

* Profesor de la Facultad de Ciencias de
la Administración de la Universidad
del Valle.

INTRODUCCION

Este artículo aborda el análisis del Entorno Económico de la Organización Empresarial alejándose, deliberadamente, del enfoque microeconómico acostumbrado y adoptando en cambio una perspectiva «Sistémico-estructural» que se estima más conveniente para contribuir de una manera más efectiva a las necesidades administrativas y académicas de Planeación Estratégica. Se pretende así, hacer un aporte complementario a la literatura existente sobre el tema ahondando en la descripción de la forma como el Entorno Económico influye el comportamiento de la empresa.

El artículo se divide en dos partes, en la primera se tratan aspectos conceptuales y metodológicos y en la segunda se analiza la interrelación existente entre la empresa productora de bienes y servicios y su Entorno Económico. Al final se plantean conclusiones y se presentan referencias bibliográficas.

ASPECTOS CONCEPTUALES Y METODOLOGICOS

Su importancia para la Organización Empresarial

En el campo de la Planeación Estratégica diferentes autores desde diferentes perspectivas han dado pautas para el análisis del medio ambiente organizacional, sin embargo parece haber consenso, en la literatura administrativa, acerca de la naturaleza cambiante e incierta, y algunas veces turbulenta, del entorno de las organizaciones. Algunos autores llegan a afirmar que los factores esenciales del éxito son cada vez más *ajenos* a la organización¹ y en consecuencia le confieren gran valor a la sensibilidad corporativa a la flexibilidad y a la comprensión del

¹ Véase el artículo Consideraciones Generales sobre el Entorno Cultural de Fernando Cruz Kronfly (En este mismo número).

cambio, haciendo énfasis en que en la situación actual lo significativo es la diversidad, el ritmo y la interrelación de los cambios en el medio ambiente organizacional², como fuente de Oportunidades y Amenazas para la empresa.

Los límites del Entorno Económico

Cuando hablamos del Entorno Económico de la empresa (aspectos económicos del medio ambiente de la organización que la afectan y no están bajo su control o le son «ajenos»), lejos estamos de pensar que debemos referirnos únicamente al ámbito de la economía nacional.

La *economía global* de fines del siglo xx se nos aparece cada vez más como un *sistema fuertemente interconectado* en el cual los avances en la microelectrónica, informática, telemática y en los medios de comunicación en general, y la cada vez más acelerada Revolución Científico - tecnológica actual, expresan y desatan complejos cambios sociales, económicos, políticos y culturales. Estamos en un capitalismo cada vez más *integrado y transnacionalizado* donde los factores de geopolítica internacional, los procesos de integración regionales y subregionales y las acciones de las grandes corporaciones transnacionales, de las agencias internacionales, de la Banca Internacional y los Organismos Multilaterales Financieros, así como el propio funcionamiento integrado de los mercados de mercancías, cambiarios y monetarios hacen que el Entorno Económico relevante de las organizaciones no se limite a las fronteras de cada país. El mundo ahora es una pequeña aldea en la cual las empresas y los países son cada vez más interdependientes y más afectados por el funcionamiento de la economía internacional que cada vez más condiciona las políticas económicas de los gobiernos «nacionales» y los modelos de desarrollo de economías «nacionales» pero en proceso de Apertura, Internacionalización y Modernización.

² Wilson Ian. Los beneficios del análisis del medio ambiente. En Kenneth Albert. «Manual de Administración Estratégica». Mc Graw Hill S.A. México 1984.

Intentos de definición conceptual

En esta situación aumenta la incertidumbre sobre el presente y el futuro de la organización, haciendo cada vez más dificultosa la definición de una estrategia empresarial y cada vez más necesario el análisis y evaluación del Entorno Económico. Es decir, el *Entorno Económico específico de la Organización*, (los aspectos económicos que verdaderamente la afectan) pues el «Entorno Económico» tiene validez inicial como concepto abstracto, pero el análisis relevante para la toma de decisiones a nivel empresarial lo que debe identificar es el *Entorno Económico de una determinada organización*, lo que implica responder, como condición previa para intentar definir dicho entorno, unas preguntas fundamentales acerca de la organización a nivel «interno», preguntas cuyas respuestas iluminarán y guiarán el análisis del medio ambiente «externo» (entorno económico en nuestro caso), con este procedimiento intentamos acoplar desde un principio el análisis «interno» y el «externo», pues este último no tiene sentido sino está referido permanentemente a la realidad «interna» de la organización. Debemos tener claro entonces, como punto de partida del análisis, sus aspectos internos fundamentales: ¿cuál es la naturaleza de la empresa? ¿qué hace? ¿cómo lo hace? ¿qué proyecta hacer en el futuro? ¿cuál es su estructura? ¿cuál es su cultura? ¿qué grado de desarrollo tiene de la planeación estratégica?

Las respuestas a estos interrogantes permiten vislumbrar, en una primera aproximación, lo que podría constituir el entorno económico inmediato de la organización concreta de que estamos hablando: *el sector económico en el cual se ubica*: sus mercados de venta y de provisión de equipos, tecnología y materias primas, sus competidores y sus proveedores. Desde el inicio debemos disponernos a efectuar un análisis diacrónico y sincrónico que integre el pasado, el presente y el futuro de la empresa, sus mercados, su competencia y sus proveedores, con el propósito de identificar un Entorno Económico que arroje *señales significativas para la organización*, e intentar un pronóstico provisional de las macrotendencias de dicho entorno en el largo y mediano plazo. Se trata de una análisis cualitativo: que permita identificar la dinámica de los acontecimientos; y cuantitativo: que se fundamente en un acopio inicial de información estadística sobre los aspectos mencionados, sin caer en el prejuicio

positivista de rechazar nociones o intuiciones apriorísticas sobre las cuales no se cuente inicialmente con evidencia empírica.

6. No sobra hacer énfasis en que se trata de encontrar con estos análisis y estudios, *señales significativas para la organización*. Hay aquí una idea fundamental de interrelación en doble sentido, entradas y salidas, de la empresa con su medio ambiente, en la cual *una y otro interactúan y se definen mutuamente*. Por lo tanto se plantea la simultaneidad y la conexión del análisis «interno» de la organización y del análisis de su medio ambiente «externo».

El Sistema Económico, la Organización, la Realidad Social

Debe quedar claro que estamos partiendo de la idea de que la organización o la empresa, no es más que una célula de un organismo complejo y en permanente evolución: el SISTEMA ECONOMICO, esto es, un conjunto de fenómenos interrelacionados de producción, intercambio, distribución y consumo de productos y servicios que satisfacen necesidades humanas y que debe ser apreciado en su *totalidad* si se desea entender tanto el SISTEMA mismo como las partes que lo componen. Esta visión global implica la necesidad de identificar claramente los elementos y relaciones que condicionan objetivamente su realidad y comportamiento. Se sobreentiende que el SISTEMA ECONOMICO está insertado en el contexto más amplio de la Realidad Social Global y ésta, así como todos sus componentes, se encuentra configurada histórica y espacialmente y además articulada a una División Internacional del Trabajo (Economía Internacional, Economía Mundial).

Tenemos entonces un concepto de orden e integración de las partes en un MACRO SISTEMA GLOBAL, del cual además aspiramos a distinguir los elementos permanentes (estructurales) de los transitorios (coyunturales). Planteadas así las cosas no podemos entender ni los entornos de las organizaciones en general, ni el entorno económico en particular, como «compartimentos estancos», separados e incommunicados. Así los entornos tengan su identidad propia, lo que permite que sean abordados por disciplinas independientes, la amplia Realidad Social a la que pertenecen se encuentra *integrada*, de tal manera que cualquier «partición», que de ella se haga, en diferentes «entornos» (económico,

jurídico, social, político, cultural, ecológico) no puede significar más que «una etapa metodológica, una aproximación preliminar, una reducción inicial que requiere su inmediata vinculación con otros elementos condicionantes, o sea, la colocación del análisis en encuadramientos cada vez más amplios»³, con el propósito de reconstruir y recuperar conceptualmente, en la medida de lo posible, la multifacética complejidad social real que inicial y metodológicamente fue particionada en diferentes «entornos».

En otras palabras se requiere de la síntesis integradora e interdisciplinaria para obtener un resultado *útil* para la toma de decisiones a nivel empresarial en el mediano y largo plazo (Planeación Estratégica).

Carácter histórico e interdisciplinario del problema

La compleja interrelación de la realidad que integra y circunda a la empresa nos convoca, con urgencia, a la «comunicación interdisciplinaria», al trabajo en equipos multiespecializados conformados por sociólogos, abogados, economistas, historiadores, politólogos y en general estudiosos de cualquier área que se considere pertinente, de manera que se produzca el retorno a las interrelaciones entre todas las disciplinas sociales y todas las ciencias, tomando como eje del análisis a la empresa y sus objetivos ya que se trata de obtener un conocimiento útil para la toma de decisiones estratégicas, evitando el error de construir un estudio «interesante» acerca del medio ambiente «externo» pero inadecuado para identificar Oportunidades y Amenazas para la Organización.

Es conveniente hacer referencia al carácter «histórico» de los fenómenos que son objeto de estudio del pensamiento administrativo, esto es, al hecho de que estos fenómenos, se modifican con el tiempo en diferentes espacios, en diferentes economías, en diferentes naciones.

Al fenómeno Empresa u Organización, por ejemplo, a un alto nivel de abstracción se le puede atribuir características «atemporales» y

³ Para una profundización del enfoque sistémico y estructural, veáse el prefacio de Anibal Pinto al libro *Introducción a la Economía, un Enfoque Estructuralista*, de Antonio Barros de Castro y Carlos Francisco Lessa. Siglo XXI Editores, Ed. No. 48. Bogotá.

«aespaciales», Vgr: la afirmación general que normalmente se encuentra en los textos de microeconomía y de administración que nos dice que «la empresa» combina «factores» de producción: Capital, Trabajo, Recursos Naturales y Tecnología para cumplir sus objetivos. Efectivamente esta puede ser una característica universal de «la empresa», todas las empresas en cualquier sistema económico efectúan dicha combinación de «factores». «sinembargo, al confrontar estas abstracciones generales con una realidad histórica determinada, a fin de comprenderla o modificarla, será indispensable incorporar elementos sustanciales y relativamente específicos a la misma»⁴.

Al analizar, por ejemplo, la microempresa o la pequeña y mediana empresa en nuestro país y en latinoamérica, observamos que, tai vez enfrentan el «mismo» problema: combinar de la mejor manera factores de producción, al igual que una gran empresa norteamericana, pero lo que más importa para la toma de decisiones, es precisamente, establecer las *diferencias y particularidades* del asunto en cada caso. Es decir, reconocer a la empresa y su Entorno Económico como una realidad históricamente determinada.

Al aproximarnos de esta manera a la comprensión de las realidades empresariales de Colombia y América Latina estaremos formulando en cierto modo una «teoría» o un saber «autóctono» que no implica la negación absoluta de las abstracciones más generales formuladas inicialmente pero que si las enriquece y especifica con las connotaciones propias de nuestro medio.

En resumen, la validez «atemporal» y «aespacial» de las proposiciones fundamentales de la teoría administrativa está en relación inversa con su capacidad operativa: cuanto más abstractas y válidas en términos generales, sean las formulaciones, menor será su valor explicativo y su validez operacional frente a una situación empresarial concreta y particular definida por la coyuntura histórica.

Sea la ocasión para convocar a la superación de los textos extranjeros sobre la materia, que habitualmente circulan en las escuelas de administración de América Latina, ajenos a las problemáticas específicas

⁴ Barros de Castro Antonio y Lessa Carlos Francisco. *Op Cit.* p. 8.

de nuestras organizaciones. La reelaboración conceptual, la mirada crítica, la valoración juiciosa, la adaptación a nuestro medio de planteamientos abstractos producidos en los países desarrollados puede significar una forma de evitar y/o superar el colonialismo cultural e intelectual que nos ha convertido en usuarios pasivos y acríticos del pensamiento administrativo producido en otras latitudes; configurando en nuestros medios académicos un modo de pensar y de actuar, proclive a la repetición acrítica, que inhibe la creatividad y la innovación de procesos y productos tan necesaria en las características contemporáneas que ha adquirido la competencia capitalista.

Lo mismo puede argumentarse, y con mayor razón, para el concepto de «Entorno Económico»: la formulación de «modelos abstractos» solo parece tener un valor metodológico, de sugerencia inicial, pero de ninguna manera se puede albergar la tentación de convertir un modelo, guía para la acción, en una receta mágica operativa: una secuencia inflexible e infalible de pasos a seguir. Análogos argumentos pueden esgrimirse para criticar afirmaciones del siguiente tipo: «las variables que se deben considerar (para definir el entorno económico) son las siguientes:». Y a continuación se agrega un listado de las principales variables agregadas macroeconómicas. Con ésto no se logra mucho puesto que lo que se requiere en realidad, para configurar el entorno económico de la organización, es aunar los esfuerzos de un experto conocedor de la empresa y de un economista que posea un buen entendimiento de las estructuras y dinámicas económicas regionales, nacionales e internacionales; para que ambos, trabajando conjuntamente, determinen cuales de las variables macroeconómicas *realmente y de qué manera afectan a dicha organización* y por lo tanto entrarían a configurar, en parte, el Entorno Económico de la misma. Porejemplo, *La devaluación*, afecta directa y positivamente a una empresa exportadora y simultáneamente puede afectar directa y negativamente a una empresa orientada al mercado interno y que requiere en alta proporción de insumos importados; pero si la devaluación, vía elevación de costos de producción, conlleva presiones inflacionarias, también puede, al mismo tiempo estar restringiendo el poder adquisitivo de los clientes de una empresa «nacional» que no sea ni exportadora ni importadora. Por lo

tanto la variable macroeconómica *tipo de cambio* y su alteración (en este caso devaluación) afecta de diferente manera a las organizaciones, dependiendo el efecto en cada caso del grado de vinculación de la empresa con el comercio exterior, pero aún una empresa no vinculada al mercado externo podría verse afectada por las consecuencias inflacionarias de la devaluación si estas le deprimen su propio mercado.

Análogas consideraciones pueden hacerse respecto de las demás variables macroeconómicas que normalmente son afectadas por la coyuntura y las políticas económicas gubernamentales de corto plazo (política monetaria, política fiscal, política cambiaria), de tal manera que no tiene sentido hacer un listado o una serie estadística del comportamiento de dichas variables en un período de tiempo a no ser que, por un lado, se conozca la teoría económica que explica las causas y efectos de sus alteraciones y sus implicaciones sobre la estructura económica (conocimiento propio del economista) y, por otro lado, se conozca la teoría administrativa y la realidad de la empresa de tal manera que se pueda valorar, para dicha empresa, con base en el conocimiento propio del administrador, los efectos probables presentes y futuros de la alteración en la variable macroeconómica.

Como hemos podido ver, en este ejemplo, es el esfuerzo conjunto del economista y del administrador lo que en últimas permite precisar si la alteración en una variable macroeconómica constituye una Amenaza o una Oportunidad para una empresa concreta.

LAS ORGANIZACIONES EMPRESARIALES PRODUCTORAS DE BIENES Y SERVICIOS Y SU ENTORNO ECONOMICO

EL ENTORNO ECONÓMICO MÁS CERCANO A LA ORGANIZACIÓN

Los mercados de venta según el producto de la Empresa

Una empresa productora de bienes y servicios para el desarrollo de sus actividades adquiere, en los respectivos mercados, los factores necesarios para llevar a cabo la producción: fuerza de trabajo, equipos, tecnología,

recursos naturales y materias primas, para producir una mercancía o un servicio cuyo destino puede ser el *mercado de bienes intermedios*, si se trata de producción de materias primas; *mercado de bienes de capital* si se trata de equipos productivos o el *mercado de bienes de consumo* si se trata de objetos que satisfacen directamente las necesidades de los consumidores. Interesa por lo tanto conocer a fondo la estructura de dichos mercados: su concentración, segmentación y posibilidades de ampliación. En el análisis del comportamiento de los mercados se encuentran los elementos fundamentales para el diseño de una estrategia competitiva.

La Gestión Tecnológica

Para llevar a cabo la producción la empresa hace uso de una determinada tecnología, que puede estar incorporada en las máquinas y equipos y/o en libros, planos o manuales de procedimientos y/o en la inteligencia de su fuerza de trabajo. Esto implica desarrollar una Gestión Tecnológica, que conlleva a un análisis de fortalezas y debilidades internas y de amenazas y oportunidades externas para definir una estrategia de desarrollo, tanto en el campo productivo como tecnológico. Las oportunidades de diversificación y nuevos negocios se basan en buena medida en las fortalezas tecnológicas de la empresa y esta encuentra una fuente de beneficios en la innovación de producto y de proceso. Una parte de la tecnología de la empresa se desarrolla internamente, a través de procesos de Investigación y Desarrollo (I&D), otra debe ser comprada en los correspondientes mercados de equipos, conocimientos y procedimientos tecnológicos.

Los mercados de aprovisionamiento de factores y tecnología

En una mirada «hacia atrás» (antes de empezar la producción) vemos que la empresa ha tenido que comprar en los mercados internos y/o externos, los llamados «factores de producción», interesa por lo tanto conocer la estructura de dichos mercados, (competitivo, medianamente concentrado, oligopolístico, monopolista), pues en ellos se forman los precios que constituyen costos de producción para la empresa, por lo tanto el conocimiento de la estructura de los mercados de

aprovisionamiento permitiría hacer una valoración del poder de negociación de la empresa, con respecto a sus proveedores, lo cual a su vez tendría implicaciones en cuanto a definir una «función de producción»⁵ o una determinada opción tecnológica, decisión que está estrechamente relacionada con los costos de producción, productividad y precios de venta.

Tenemos entonces aquí una *interacción de la empresa con el aparato productivo interno y/o externo que condiciona decisiones administrativas*, pues los administradores «encaran la combinación de factores como un *problema económico*, es decir, sus decisiones son guiadas por los *precios* de los factores e insumos por un lado, y por los *precios* y posibilidades de salida de sus productos al mercado, por el otro»⁶. De esta manera la innovación tecnológica en procesos y productos aparece como pilar fundamental de la competitividad de la empresa.

Un asunto Crucial: La inserción de la empresa en los diferentes mercados

La empresa depende fundamentalmente de dos mercados: uno que le suministra insumos y otro que le da salida a sus productos. Observando los mercados de insumos y la participación de la empresa en ellos vemos que la variedad y peso relativo (en el valor agregado producido) de la venta o de la adquisición de insumos, nos da una idea del grado de articulación de la empresa con el aparato productivo y su tipo de inserción en una determinada división social del trabajo. Una elevada proporción de compraventa de insumos refleja un alto grado de simbiosis existente entre la empresa y el sistema económico. Este tipo de relación empresa-sistema, medido a través de coeficientes de adquisición y venta de insumos, nos coloca en relación con un instrumento metodológico de gran importancia: el análisis insumo-producto, los análisis de economía interindustrial, que permiten observar la interdependencia de la empresa

⁵ Función de producción: relación funcional existente entre la cantidad del producto obtenido y las cantidades de los diversos elementos necesarios para su obtención.

⁶ Barros de Castro Antonio y Lessa Carlos Francisco. *Op. Cit.* p. 122.

en funcionamiento con las demás actividades productivas, mostrando sus conexiones mutuas, a través de un intercambio de ofertas y demandas de insumos y productos.

Es conveniente anotar que además de este tipo de relación insumo-producto, existen otros relacionamientos de la empresa que surgen de las características de la producción o utilización de ciertos bienes, Vgr: algunos artículos pueden ser obtenidos como subproductos de determinadas actividades, de tal manera que su producción está determinada por el ritmo de ejecución de dichas actividades. Por otro lado, existen casos en que la demanda al ser atendida exige la presentación conjunta de dos o más bienes, por ejemplo: hay una íntima dependencia entre la producción de cemento y la de empaques para cemento o entre la industria automovilística y las empresas productoras de autopartes.

Este tipo de relacionamiento puede sugerir una coordinación inicial de esfuerzos entre las empresas implicadas, que posteriormente puede dar lugar a la constitución de unidades más amplias, conglomerados o grupos económicos con una dirección unitaria lo que a su vez puede desembocar en formación de oligopolios y procesos de concentración de los mercados.

Si observamos los *mercados de salidas* de los bienes y servicios generados por la empresa, vemos que cada producto tiene un mercado, o sea que la empresa se encuentra en un cierto mercado, definido por los productos en que se especializa, tenemos entonces que la colocación de los productos de la empresa plantea la cuestión de los tipos de mercado (de libre competencia, competencia monopolista, monopolios, etc.), así como el análisis de aspectos como nivel y distribución del poder de compra de los consumidores y sus patrones de comportamiento (sensibilidad a las alteraciones de precios, dependencia de la propaganda, etc.)⁷

Cabe señalar que la delimitación del mercado ya es un asunto problemático, por varias razones, pues en realidad los mercados de cada producto no suelen ser independientes sino que parecen constituir «segmentos» de otros mercados mayores definidos por «clases» de

⁷ Barros de Castro Antonio y Lessa Carlos Francisco. *Op. Cit.* p. 135.

productos. Esto nos lleva entonces al examen de los grandes mercados para encontrar los factores que condicionan el universo de los mercados pero cuyos efectos no se perciben a nivel de productos tomados aisladamente.

Algunos de tales factores podrían ser: nivel de ingreso per capita, distribución de la población entre rural y urbana, aspectos culturales, costumbres, condiciones climáticas, etc. Por otro lado, si se divide la producción en bienes de consumo de lujo, medio y de primera necesidad tendríamos que fijar la atención en otro factor de gran importancia para definir el poder de compra de las familias: la distribución del ingreso por clases sociales.

Hasta aquí hemos analizado el problema como si se tratara de una empresa productora de bienes y servicio de consumo final. Otro tipo de dificultades tendríamos que enfrentar en el proceso de identificación de mercados de una empresa productora de bienes intermedios, cuya demanda es derivada, es decir, depende del funcionamiento de otras empresas. Aún más complicado es el asunto si se trata de empresas productoras de bienes de capital cuya demanda está condicionada por el ritmo de crecimiento de la economía en general.

Las Necesidades de Financiación

Entre las formas de relacionamiento de la empresa con su entorno económico, aparece una muy especial derivada de las necesidades de complementar su capital de operación con préstamos a corto plazo que le permitan afrontar los gastos corrientes del proceso productivo. Adicional y/o alternativamente la empresa puede tener necesidades de financiamiento de la Inversión para reposición y ampliación de plantas y equipos lo cual implica la búsqueda de fondos prestables a mediano y largo plazo para atender dichos requerimientos.

Este tipo de relacionamiento y de necesidades de capital de trabajo y de inversión pone a la empresa en relación con los circuitos monetarios y de crédito y con el sistema financiero en general. Las empresas recurren a la banca comercial, para complementar su capital de trabajo con crédito a corto plazo, y al mercado de capitales en busca de crédito de mediano y largo plazo, para financiar ensanches de planta y adquisición de

equipos. Vistas así las cosas, la empresa se nos aparece como una unidad económica demandante de recursos monetarios y por tanto susceptible de ser afectada por las políticas monetarias del gobierno y la situación general de liquidez de la Economía Nacional. Es el momento de hacer referencia a las fuerzas que a nivel macro tienen o pueden tener implicaciones en el comportamiento de la empresa.

EL MACROAMBIENTE ECONÓMICO DE LA ORGANIZACIÓN

El Estado y la Política Económica

El Estado es una entidad esencialmente política, es un poder salido de la sociedad y aparentemente situado por encima de ella, que garantiza los principios básicos que aseguran su funcionamiento y constituye, por lo tanto, el núcleo central de su estructura institucional. Ejerce su poder a través de la Administración Pública y del conjunto de organismos y empresas estatales que conforman lo que se conoce como el Sector Público que permanentemente interactúa con el Sector Privado y ambos se entrelazan con la economía internacional, con las instituciones multilaterales de desarrollo, con la banca y la empresa privada transnacionales. Toda esta compleja interacción da por resultado la Política Económica del Estado Nacional.

En la sociedad capitalista lo político y lo económico son inseparables, ésta vinculación da origen a la política económica gubernamental, o sea la acción del Estado -con la consiguiente movilización de los partidos políticos y grupos de presión- destinada a influir en los procesos económicos y a alterar la posición y beneficios que las diferentes clases sociales obtienen de su participación en ellos.

La política económica es, un proceso político - social, que por parte del Estado genera *medidas o instrumentos* (legislación económica) para acondicionar el comportamiento de las empresas y demás agentes económicos según las necesidades del proceso de acumulación capitalista.

En el capitalismo, la política económica - toda acción del Estado que de alguna manera se relaciona con la economía- responde, en la actualidad a dos problemas fundamentales: las crisis periódicas de los países industrializados y el desarrollo económico y social de los países atrasados⁴.

La política económica comprende políticas coyunturales de corto plazo como las políticas monetaria, fiscal, cambiaria y antiinflacionaria o de estabilización y además políticas estructurales y sectoriales de largo plazo como las políticas industrial, agrícola, minera y de comercio exterior entre otras.

El análisis de la Política Económica Gubernamental permite vislumbrar cuáles serán en el futuro inmediato los niveles de las principales variables macroeconómicas de corto plazo: inflación, devaluación, niveles salariales, tasa de crecimiento del Producto Interno Bruto, gasto público, inversión pública, niveles tributarios, crédito, monto de los medios de pago, entre otras. Dichas variables afectan globalmente a la economía nacional y por ende a los diferentes mercados en que participa la empresa. Adicionalmente el análisis de la política de desarrollo, del modelo de desarrollo propuesto por el gobierno, permite sospechar cuál será en el largo plazo la estructura de la economía nacional: cuál será el peso relativo de los diferentes sectores en el Producto Interno Bruto, cuál será el aporte a la economía nacional de la industria, la agricultura y el comercio exterior, cuál será la distribución funcional del ingreso y cuáles serán los subsectores claves o estratégicos que soportarán el proceso de crecimiento y desarrollo del país. Esta perspectiva es de vital importancia para visualizar «escenarios futuros» en los cuales deberá actuar la empresa, por lo tanto, una conjugación del análisis de política económica de corto y largo plazo proporciona una visión de prospectiva económica indispensable para la definición de una estrategia de desarrollo empresarial.

El análisis anterior se complementa con el de la política internacional del gobierno, sus programas de integración regional y subregional, sus tratados de adhesión a convenios internacionales, su proclividad a la aceptación de recomendaciones de política económica por parte de organismos internacionales o de gobiernos de países desarrollados. Todo lo anterior va configurando un modo de articulación de la economía nacional a una división internacional del trabajo a través del comercio de exportaciones e importaciones, los flujos internacionales de capital y

⁸ Para un tratamiento amplio de este tema. Véase: Sierra Enrique. Economía Política del Desarrollo. Sociedad de Ediciones Internacionales. Bogotá 1979.

tecnología, ampliándose así a nivel de la economía mundial el ámbito de posibles interrelaciones de la empresa con su macro ambiente económico, pues de estas interacciones entre la economía nacional y la economía mundial también se pueden deducir posibles amenazas u oportunidades para el desarrollo empresarial.

Por último es conveniente subrayar que estando la empresa inserta en un sistema socioeconómico, viene a ser condicionada por sus aspectos institucionales, jurídicos, políticos y culturales, que vienen a complementar los aspectos económicos y a definir en forma completa sus interrelaciones con las demás empresas, con sus trabajadores, con el gobierno, con la economía internacional y con la sociedad en general.

CONCLUSIONES

En el análisis desarrollado hemos evidenciado, por medio de un enfoque «sistémico-estructural», la multiplicidad de relaciones de la empresa con su Entorno Económico, señalando el carácter histórico e interdisciplinario del problema y resaltando la importancia de su entendimiento para el éxito de la organización.

El análisis se aborda en dos niveles: el ambiente más cercano a la organización, (comportamiento de los mercados y del sector en que se inscribe la empresa) y el macroambiente o economía nacional e internacional.

En un intento de precisión conceptual se define el Entorno Económico de la empresa como los aspectos económicos del *medio ambiente* que la afectan y no están bajo su control o le son «ajenos» y se explica que sus límites van más allá de lo regional y lo nacional para ubicarse en los procesos económicos interrelacionados que constituyen la Economía Internacional Global y principalmente la de los países que tienen o pueden tener influencia en el comportamiento de la actividad que realiza la empresa.

El análisis llevado a cabo bajo estos lineamientos debe *identificar Amenazas y Oportunidades para la empresa*, alimentando así su proceso de planeación estratégica.

BIBLIOGRAFIA

- BARROS DE CASTRO, ANTONIO Y LESSA CARLOS FRANCISCO. *Introducción a la Economía. Un Enfoque Estructuralista*. Siglo XXI Editores. Bogotá. Edición No. 48.
- BLANK, BUBIS LEÓN. *La Administración de Organizaciones, Un Enfoque Estratégico*. Centro Editorial Universidad del Valle. Cali, 1990.
- CLEMENT, C. NORRIS. POOL JOHN C. CARRILLO MARIO. *Economía. Enfoque América Latina*. Mc Graw Hill S.A. México. 1994.
- LUTHANS FRED. *Introducción a la Administración. Un Enfoque de Contingencias*. Mc Graw Hill S.A. México 1980.
- PÉREZ C. MARTHA. *Guía Práctica de Planeación Estratégica*. Centro Editorial Universidad del Valle. Cali. 1990.
- PORTER, MICHAEL. *Estrategia Competitiva*. Editorial CECSA. México 1984.
- SALLENAVE, JEAN PAUL. *Gerencia y Planeación Estratégica*. Editorial Norma. Cali. 1985.
- SIERRA, ENRIQUE. *Economía Política del Desarrollo*. Sociedad de Ediciones Internacionales. Bogotá. 1979.
- WILSON, IAN. *Los Beneficios del Análisis del Medio Ambiente*. En Kenneth Albert. «Manual de Administración Estratégica». Mc Graw Hill S.A. México. 1994.