

Orientación Empresarial y Orientación de Mercado

C.F. Ostertag
Proyecto Agroempresas
CIAT



Orientación Empresarial

“La administración es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar los esfuerzos de los miembros de la organización, y de aplicar los demás recursos de ella para alcanzar las metas establecidas”. (Stoner y Wankel)

Orientación Empresarial

- **proceso** es una forma sistemática de hacer las cosas
- **planeación:** se proyecta de antemano las metas y acciones
- **organización:** se coordinan los recursos materiales y humanos
- **dirección:** se dirige y se influencia
- **control:** se asegura que se siga la dirección correcta
- se utilizan todos los recursos de la organización
- se formulan metas

Orientación Empresarial

- **La organización produce bienes o servicios que ofrecen beneficios requeridos por el mercado y que puede producir de manera competitiva.**
- **Generalmente se organiza por funciones o procesos para lograr esto.**
- **Tiene un enfoque integrador o sea que tiene en cuenta la cadena desde la producción hasta el uso o consumo final.**
- **Con o sin ánimo de lucro, debe conocer muy bien sus costos y rentabilidad**

Funciones de la empresa

Producción

**Manejo de
Personal**

**Contabilidad
y Finanzas**

Mercadeo

Procesos estratégicos

**Formulación
de estrategia**

**Comunicaciones con
clientes**

**Desarrollo de
productos**

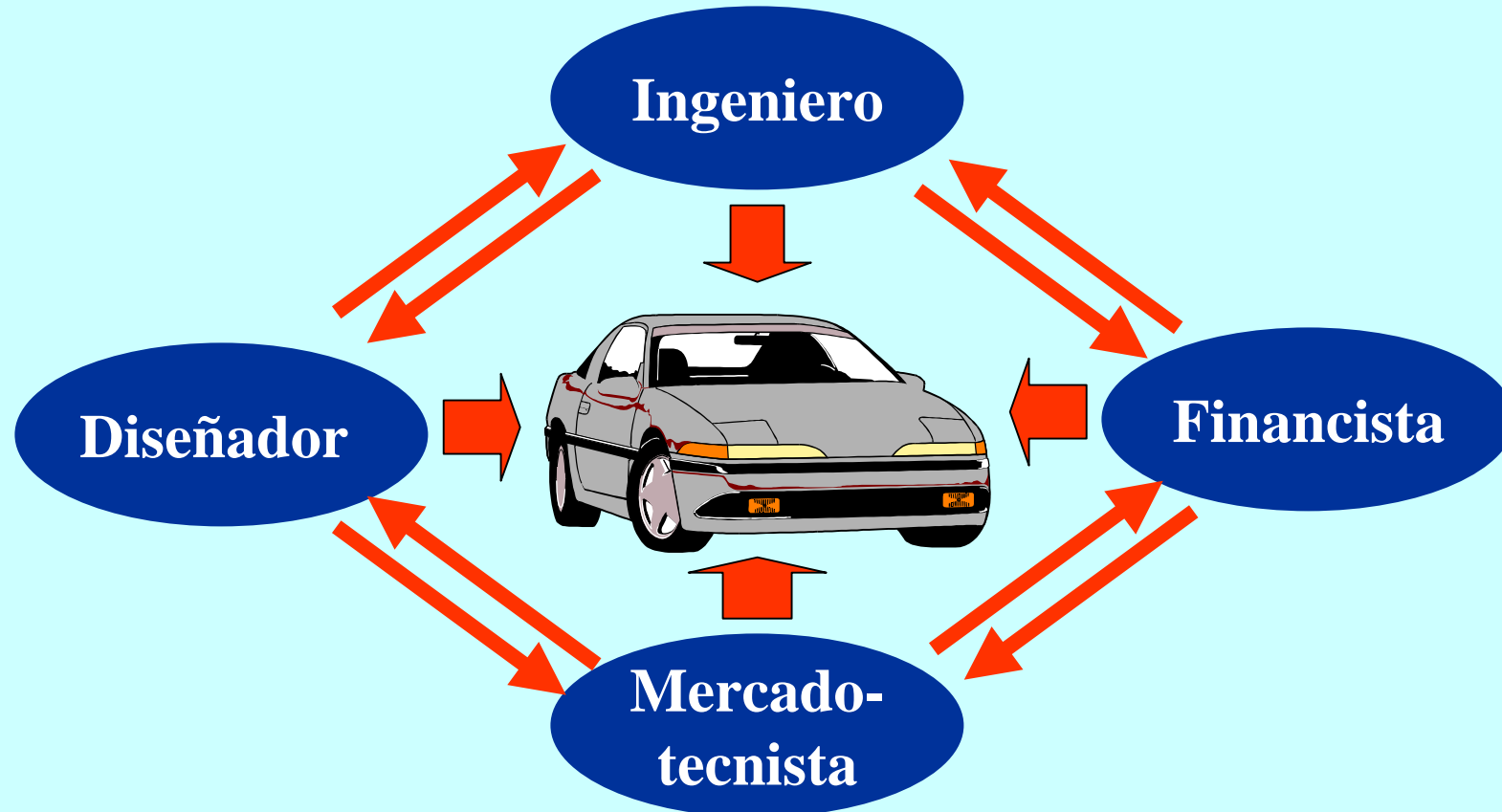
**Servicio al
cliente**

**Manejo de
pedidos**

Ilustración: Funciones



Ilustración: Procesos



Proceso de desarrollo de productos

La Cadena Agroindustrial



Orientación de Mercado

“La producción de bienes y servicios cuidadosamente investigados y diseñados para atraer a los clientes en el mercado”.

La mayor labor de la organización es la de determinar las necesidades y deseos de los mercados meta y satisfacerlos mediante el diseño, comunicación, precio y entrega de productos y servicios apropiados y competitivamente viables (Kovacek)

Orientación de Mercado

Concepto de mercadeo social:

“la organización debe determinar las necesidades, deseos e intereses del mercado meta; luego ofrecer estas satisfacciones deseables con mayor efectividad y eficiencia que la competencia, de una manera que conserve o mejore el bienestar de los consumidores y la sociedad”. (Kotler)

Orientación de Mercado

- la empresa produce lo que puede vender de acuerdo con la demanda del mercado, y no viceversa
- trata de satisfacer las necesidades y anhelos del mercado meta
- está atenta a los cambios en las demandas del mercado mediante la inteligencia e investigación de mercados
- tiene en cuenta las acciones de la competencia
- tiene alguna capacidad de riesgo

Orientación Empresarial

Herramientas de Planeación y Cambio

- Planeación Estratégica**
- Plan de Negocio**
- Plan de Mercadeo**
- Reingeniería**

Lo Social y Lo Empresarial

- Lo social debe ser sostenible
- Lo sostenible debe ser rentable
- Lo rentable debe tener una **orientación empresarial**