

Tema 2: LA EMPRESA Y SU ENTORNO

PROFESORA: CELIA PLATA
Curso 2023/2024



ÍNDICE

- ▶ 1. La empresa
- ▶ 2. El entorno empresarial
- ▶ 3. El modelo de negocio
- ▶ 4. Análisis DAFO
- ▶ 5. Cultura empresarial e imagen corporativa



1. LA EMPRESA

- ▶ Unidad económica de producción en la que se combinan los factores de producción para obtener bienes o servicios que satisfagan las necesidades humanas y lograr beneficios.
- ▶ Las empresas tienen fines económicos y sociales tanto internos como externos
 - ▶ Fin económico interno: pago de salarios, dividendos
 - ▶ Fin económico externo: organización de factores productivos para satisfacer necesidades (bienes y servicios)
 - ▶ Fin social interno: relaciones sociales dentro de la empresa y desarrollo personal
 - ▶ Fin social externo: desarrollo y progreso económico de la sociedad.

1. LA EMPRESA

1.1) CLASIFICACIÓN



1. LA EMPRESA

1.1) CLASIFICACIÓN



1. LA EMPRESA

1.2) EMPRESA COMO SISTEMA

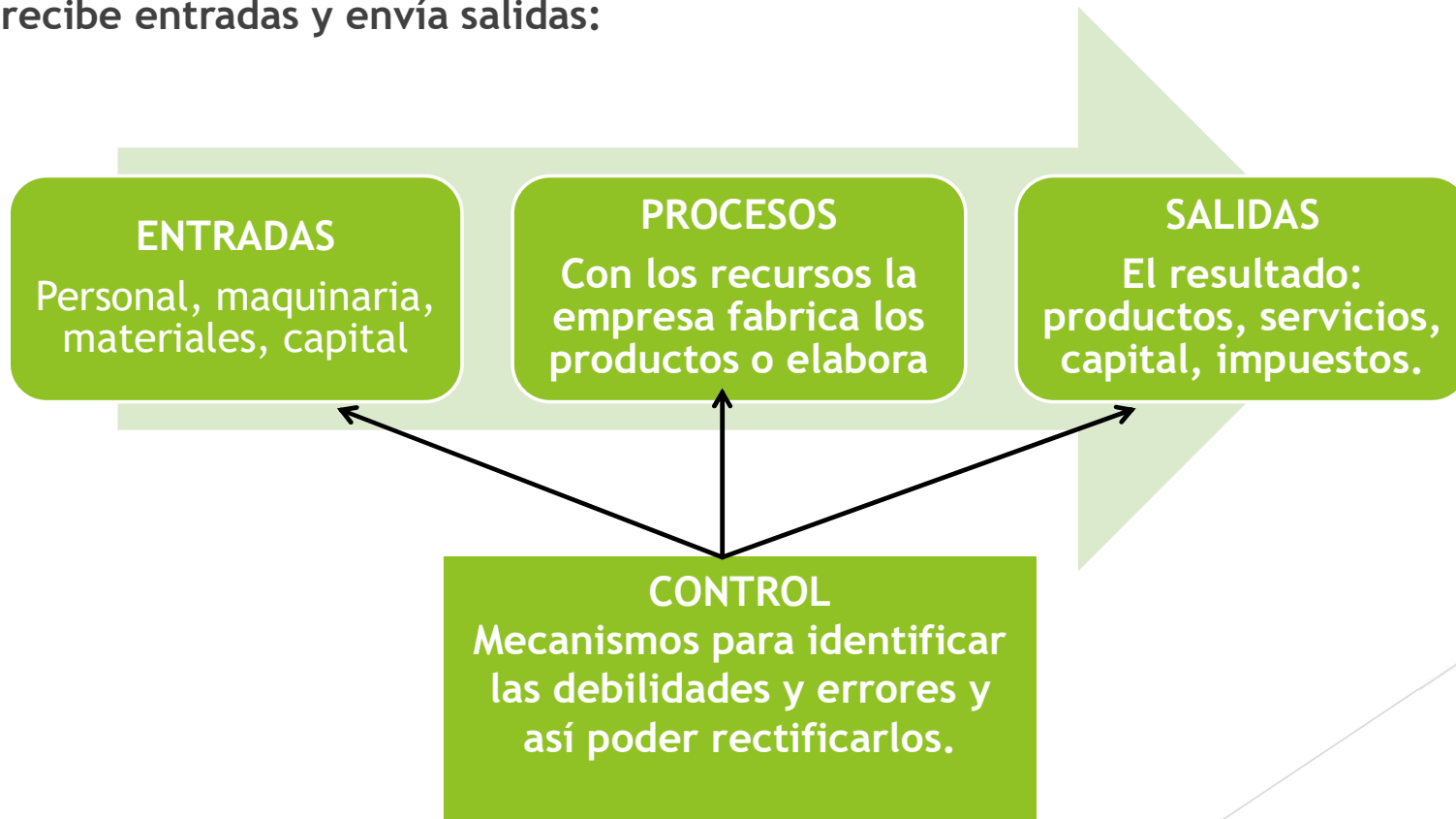
ÁREAS FUNCIONALES:

- ▶ Los departamentos o divisiones que suelen formar las empresas son los siguientes:
 - ▶ **Producción:** fabricación o elaboración de bienes y servicios.
 - ▶ **Ventas o marketing:** funciones comerciales y de comunicación.
 - ▶ **Finanzas:** Búsqueda y gestión de capitales y contabilidad de la empresa.
 - ▶ **RRHH:** gestión de personal y protección de las personas.
 - ▶ **Administración:** gerencia de la empresa a través de la planificación, organización, ejecución y control.

1. LA EMPRESA

1.2) EMPRESA COMO SISTEMA

- **FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA.** La empresa es un sistema abierto que recibe entradas y envía salidas:



1. LA EMPRESA

1.2) ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

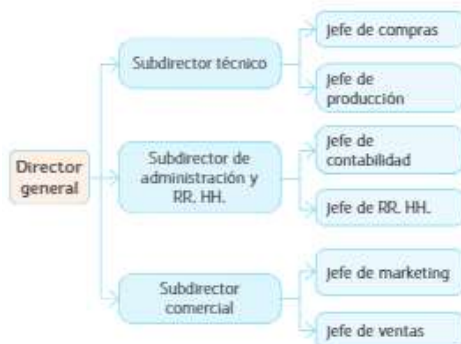
- ▶ Esquema de jerarquización y división de las funciones que deben realizarse. La organización puede ser:
 - ▶ Vertical: Se basa en el principio de jerarquía y unidad de mando.
 - ▶ Las órdenes provienen del primer nivel jerárquico.
 - ▶ Facilita y agiliza la toma de decisiones.
 - ▶ Horizontal: Se basa en el principio de reparto del trabajo y la especialización.
 - ▶ Se rompe la unidad de mando.
 - ▶ Favorece el trabajo en equipo

1. LA EMPRESA

1.2) ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

- Organigrama: representación gráfica de la estructura organizativa de la empresa. Hay de distintos tipos:

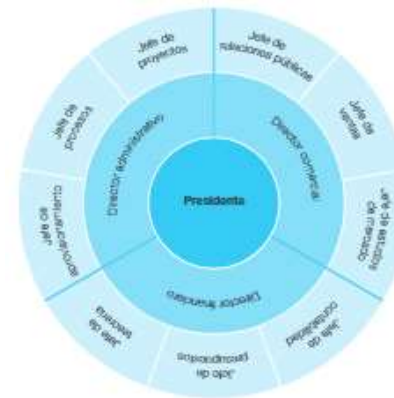
HORIZONTAL:
Resalta las funciones sobre las jerarquías.



VERTICAL:
Pone de manifiesto la cadena de mando.



RADIAL: Enfatiza las relaciones humanas y equipos de trabajo.



2. EL ENTORNO EMPRESARIAL

El entorno de la empresa es el conjunto de factores externos a ella que tienen una influencia significativa en la estrategia empresarial.

Es un medio externo generalmente cambiante y dinámico que condiciona la actividad de una empresa.

Se puede distinguir entre:

- ▶ **Macroentorno o entorno genérico:** conjunto de variables externas que influyen en todas las empresas por igual, con independencia del sector y de la actividad.
- ▶ **Microentorno o entorno específico:** conjunto de factores y agentes propios de un grupo de empresas del sector o rama de la actividad concreta.

2. EL ENTORNO EMPRESARIAL

2.1) MACROENTONORNO

Medio externo que rodea la empresa y que afecta, condiciona e influye en el desarrollo de su actividad. Se compone de los siguientes factores:

- ▶ Factores económicos: vienen determinados por la coyuntura y estructura económica de cada zona. Los datos económicos son de gran importancia a la hora de tomar decisiones y para ello se tienen en cuenta las distintas variables macroeconómicas.
 - ▶ Déficit público: los gastos del sector público son superiores a los ingresos →
↓€ circulación/↓venta/ ↑i
 - ▶ Inflación: aumento de los precios y del coste de la vida → ↓ Rentabilidad
 - ▶ Tipo de interés: Precio del dinero → ↑ financiación cara//↓ accesibilidad a préstamos.
 - ▶ Nivel de empleo: personas que cumplen los requisitos para trabajar y lo hacen → ↓Empleo ▶
↓D ↓P
- ▶ Factores políticos y legales: legislación: fiscal, mercantil, laboral, patentes, marcas.

2. EL ENTORNO EMPRESARIAL

2.1) MACROENTONORNO

- ▶ **Factores socioculturales:** características de la sociedad en la que se desenvuelve la empresa: nivel educativo, valores culturales, factores demográficos.
 - ▶ Influyen en los hábitos de consumo!!!!
- ▶ **Factores tecnológicos:** influyen en la producción (por las técnicas usadas) y consecuentemente en las características de los productos y gestión. Influye mucho el tamaño de la empresa en la introducción de innovaciones tecnológicas.
- ▶ **Factores medioambientales:** entorno natural de la empresa. Desarrollo de la conciencia social respecto a este tema → disminución de vertidos y contaminantes fomento del uso de materiales reciclables, compensación de la huella de carbono.
 - ▶ Gran inversión inicial que conlleva una ventaja competitiva en el largo plazo.
- ▶ **Factores internacionales:** aunque no se dediquen a la exportación o la importación, la globalización, nuevas tecnologías y coyuntura político económica internacional afecta a las empresas.

2. EL ENTORNO EMPRESARIAL

2.2) MICROENTORNO

Contexto más próximo a la empresa o sector en el que desarrolla su actividad.

- ▶ **La competencia:** Cuántos más competidores existan en un sector, mayor será la rivalidad entre las empresas . Los factores que hacen que aumente la rivalidad son:
 - ▶ Diferenciación del producto. Si es escasa, los competidores cambian con facilidad. Influyen aspectos como la calidad, envase, atención al cliente o postventa.
 - ▶ Capacidad productiva. Si es alta → Oferta > Demanda → mayor rivalidad
 - ▶ Elevado número de competidores: Cuanto más alto, mayor competencia.
 - ▶ Estructura de los costes. A mayor CF más rivalidad, pues han de cubrirlos.
 - ▶ Amenaza de entrada de nuevos competidores. La entrada de nuevos competidores baja la rentabilidad → ↓Precio/ ↑gastos (publicidad, diferenciación)
 - ▶ Crecimiento del sector: Demanda > Oferta
 - ▶ Fuertes barreras de salida. Activos muy especializados, barreras emocionales, etc.
- ▶ **ESTRATEGIAS COMPETITIVAS:** ➡
 - Diferenciación
 - Liderazgo en costes

2. EL ENTORNO EMPRESARIAL

2.2) MICROENTORNO

Contexto más próximo a la empresa o sector en el que desarrolla su actividad.

- ▶ Los productos sustitutivos: aquellos que tienen el mismo uso o que satisfacen una misma necesidad. Son distintos, pero tienen la misma función.
 - ▶ La amenaza de los precios sustitutivos depende de los hábitos de consumo, precio y la capacidad para satisfacer la demanda.
 - ▶ Ejemplo: Azúcar y sacarina.
- ▶ Proveedores y clientes y su poder negociador: Algunos factores que influyen son:
 - ▶ El grado de concentración en el sector.
 - ▶ Productos sustitutivos.
 - ▶ Diferenciación del producto.
 - ▶ Tamaño de la empresa.

2. EL ENTORNO EMPRESARIAL

2.3) EL ENTORNO Y LOS CAMBIOS

- ▶ En función de las características de los cambios que se originan en los diferentes factores a lo largo del tiempo, los entornos se pueden clasificar en:
 - ▶ **Estables o dinámicos:** si sus características no cambian o se pueden predecir.
 - ▶ Ejemplo: Reparación de bicicletas frente al desarrollo de videojuegos.
 - ▶ **Simples o complejos:** cambios fáciles de comprender frente a cambios difíciles.
 - ▶ Ejemplo: Comercio de alimentación vs Refinería.
 - ▶ **Favorables u hostiles.** Depende del impacto que generan los cambios en las empresas.
 - ▶ Ejemplo: Ventas de una farmacia vs Empresa constructora.

3. EL MODELO DE NEGOCIO

El modelo de negocio define qué ofrece la empresa al mercado, cómo lo va a conseguir, quien va a ser su público objetivo y cómo lo va a vender. Es decir, la manera en que la empresa crea y capta valor y lo ofrece a sus clientes.

Algunos de los modelos existentes son:

- ▶ Business Model Canvas
- ▶ Lean Startup
- ▶ Lean Canvas

4. ANÁLISIS DAFO

- ▶ Instrumento que utilizan las empresas para comprobar la viabilidad potencial de la idea de negocio y planificar la estrategia de futuro.
- ▶ Representa gráficamente en una matriz los puntos débiles y fuertes de una empresa junto con las oportunidades y amenazas del entorno.
- ▶ Herramienta del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo para hacer una simulación



4. ANÁLISIS DAFO

- Matriz CAME: basándonos en el DAFO, se realiza una matriz consistente en Corregir debilidades, Afrontar amenazas, Mantener fortalezas y Explotar oportunidades.



5. CULTURA EMPRESARIAL E IMAGEN CORPORATIVA

► CULTURA EMPRESARIAL:

- Conjunto de rasgos que identifican la forma de ser de una empresa. Se manifiesta en la manera en que esta actúa ante las amenazas y oportunidades de su entorno y en la adaptación a los cambios.
 - Misión: razón de ser de una empresa
 - Visión: Cómo desea ser la empresa en el futuro
 - Valores: parámetros de comportamiento en función de los principios éticos. Cómo aplica la RSC
 - MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE COCA COLA
 - MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE MICROSOFT

► IMAGEN CORPORATIVA:

- Permite a los usuarios reconocer quién está detrás del producto o servicio y así identificar sus características y valores: quién lo hace y cómo lo hace.

5. CULTURA EMPRESARIAL E IMAGEN CORPORATIVA



5. CULTURA EMPRESARIAL E IMAGEN CORPORATIVA

► RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC):

- Conjunto de obligaciones y compromisos que las empresas adquieren con los grupos sociales a los que afecta o influye su actividad.
- Se asienta sobre 3 áreas:
 - SOCIOCULTURAL: Respeto a las leyes y costumbres.
 - MEDIOAMBIENTAL: Desarrollo sostenible.
 - ECONÓMICA: Máximo beneficio haciendo un uso apropiado de los recursos y energía.

► CÓDIGO ÉTICO:

- Medio en el que se plasman los valores esenciales de una empresa y las reglas éticas que debe seguir su personal. Complementa las normas, políticas y leyes pertinentes.