

Índice

Concepto de empresa.....	1
Clasificación de empresas.....	1
Según actividad económica.....	1
Según dimensión interna (Importante).....	2
Según mercado.....	2
Titularidad del capital.....	2
Balance social.....	2
Diferencias entre Macro y Micro empresas.....	2
Factores de análisis de Macro y Micro empresas.....	3
Micro empresas:.....	3
Macro empresas:.....	3
Tipo de productos.....	4
En que consiste DAFO y CAME.....	4
Localización del proyecto.....	5
Factores.....	5
Externalización o deslocalización.....	5
Como se transmite la cultura empresarial dentro de la empresa.....	6
Responsabilidad social corporativa.....	6
Definición.....	6
Ámbitos.....	6

Concepto de empresa

La empresa como sistema hace referencia al conjunto de elementos interdependientes que mediante una estructura corporativa y con unas determinadas funciones, tratan de conseguir un objetivo común teniendo en cuenta los intercambios que se producen con el entorno.

Clasificación de empresas

Según actividad económica

- 1. Sector primario:** Agrícola o Extractivo.
- 2. Sector secundario o Industrial:** Manufacturero o Construcción.
- 3. Sector terciario o de servicios:** Comercio, Turismo y Hostelería, Finanzas y Seguros, Educación, Salud, Tecnología.
- 4. Sector cuaternario:** Actividades de investigación y desarrollo, consultoría, innovación y servicios intelectuales avanzados.

Según dimensión interna (Importante)

1. **Micro empresa:** Menos de 10 trabajadores y con un volumen de ventas inferior o igual a 2 millones.
2. **Pequeña empresa:** Menos de 50 trabajadores y con un volumen de ventas menor o igual a 10 millones.
3. **Mediana empresa:** Menos de 250 trabajadores y con un volumen de ventas menor o igual a 50 millones
4. **Gran empresa:** Mas de 250 trabajadores y con un volumen de ventas superior a 50 millones.

Según mercado

1. **Local:** el mercado se extiende solo en una ciudad.
2. **Nacional:** el mercado se extiende a todo un país.
3. **Multinacional:** el mercado se extiende a muchos países.

Titularidad del capital

1. Privada
2. Publica
3. Mixta

Balance social

El balance social de una empresa es una herramienta que evalúa y presenta la contribución y el impacto de la empresa en la sociedad y el entorno en el que opera. Es una forma de medir y comunicar la responsabilidad social corporativa y el compromiso de la empresa con diversos grupos de interés, más allá de los aspectos puramente financieros.

Diferencias entre Macro y Micro empresas

Tamaño: Las micro empresas son pequeñas en términos de ingresos, número de empleados y activos, mientras que las macro empresas son grandes, con operaciones extensas, altos ingresos y una gran cantidad de empleados.

Alcance: Las micro empresas suelen operar a nivel local o regional, atendiendo a mercados más pequeños, mientras que las macro empresas tienen presencia nacional o internacional y operan en múltiples mercados y sectores.

Estructura y complejidad: Las micro empresas tienen una estructura organizativa simple, con decisiones tomadas por pocas personas, mientras que las macro empresas tienen una estructura más compleja, con jerarquías definidas y diferentes departamentos especializados.

Factores de análisis de Macro y Micro empresas

Micro empresas:

1. **Estructura financiera:** Evaluación de los flujos de efectivo, rentabilidad, liquidez y endeudamiento para comprender la salud financiera de la empresa.
2. **Recursos humanos:** Análisis de la capacitación, motivación y satisfacción de los empleados, ya que el capital humano es fundamental para el éxito de una micro empresa.
3. **Mercado y clientes:** Estudio del mercado objetivo, la segmentación de clientes, estrategias de marketing y satisfacción del cliente para mantener y expandir la base de clientes.
4. **Operaciones y procesos:** Revisión de la eficiencia operativa, cadena de suministro, calidad del producto/servicio y optimización de procesos para reducir costos y mejorar la productividad.
5. **Competencia:** Análisis de la competencia directa e indirecta para identificar oportunidades y amenazas en el mercado.

Macro empresas:

1. **Estructura financiera y rendimiento:** Evaluación detallada de los estados financieros, rendimiento trimestral/anual, inversiones, endeudamiento y rentabilidad para grandes inversores y analistas financieros.
2. **Gestión y liderazgo:** Análisis de la dirección ejecutiva, toma de decisiones estratégicas, gobierno corporativo y cultura empresarial para asegurar una gestión eficaz.

3. **Internacionalización y diversificación:** Estudio de la presencia global, diversificación de productos/servicios y adaptación a diferentes mercados para comprender la expansión internacional.
4. **Riesgos y cumplimiento:** Evaluación de riesgos operativos, legales y de cumplimiento regulatorio para minimizar riesgos y mantener la integridad empresarial.
5. **Innovación y tecnología:** Análisis de la inversión en investigación y desarrollo, adopción de nuevas tecnologías, innovación de productos/servicios para mantener la competitividad y relevancia en el mercado.

Tipo de productos

Productos propios o de la empresa: Son los productos o servicios específicos que la empresa fabrica, produce o ofrece directamente a sus clientes. Estos pueden ser bienes tangibles como productos físicos o intangibles como servicios.

Productos de competidores directos: Incluyen los productos o servicios similares ofrecidos por otras empresas competidoras que satisfacen las mismas necesidades o demandas del mercado que los productos propios de la empresa.

Productos complementarios: Son productos o servicios que pueden no ser directamente competitivos, pero que se utilizan junto con los productos de la empresa para mejorar la experiencia del cliente o satisfacer necesidades adicionales. Por ejemplo, los accesorios de un producto principal.

Productos sustitutos: Son productos de diferentes empresas que cumplen una función similar o satisfacen una necesidad comparable a la de los productos de la empresa, lo que significa que podrían ser una alternativa para los consumidores.

Productos relacionados o afines: Estos productos pueden estar en una categoría diferente, pero están relacionados o tienen alguna conexión con los productos de la empresa, lo que permite oportunidades de ventas cruzadas o estrategias de mercado conjunto.

Productos complementarios del canal de distribución: Son productos o servicios proporcionados por empresas que están involucradas en la cadena de distribución de los productos de la empresa, como los distribuidores, mayoristas o minoristas.

En que consiste DAFO y CAME

DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades): Es un análisis que evalúa las Debilidades y Fortalezas internas de una empresa, así como las Amenazas y Oportunidades externas del entorno en el que opera. Ayuda a identificar factores clave para la toma de decisiones estratégicas.

CAME (Corregir, Afrontar, Mantener, Explotar): Es una extensión del análisis DAFO que propone acciones específicas para cada elemento del DAFO. Corregir debilidades, Afrontar amenazas, Mantener fortalezas y Explotar oportunidades para mejorar la situación y la estrategia empresarial.

Localización del proyecto

Factores

1. **Tipo de negocio:** Empresa industrial, Empresa de servicios
2. **Costes:** Solar, Precio de alquiler.
3. **Demanda:** Zona de demanda creciente, Zona de 0 ventas
4. **Competencia:** Muchas empresas, Pocas empresas, Ninguna.
5. **Comunicaciones:** Accesibilidad, Salida por carretera.
6. **Legislación:** Zona geográfica, Ayudas publicas
7. **Recursos humanos:** cualificados.

Externalización o deslocalización

Ubicar la producción en otro país buscando costes salariales mas baratos.

No quedan exentas de algunos riesgos o costes encubiertos:

1. Coste de baja calidad.
2. Coste de aprendizaje del personal.
3. Coste de baja productividad.
4. Coste de alta rotación de personal.

Como se transmite la cultura empresarial dentro de la empresa

Normas escritas (Misión, Visión, Valores): A través de documentos formales que definen la dirección estratégica y los principios fundamentales de la empresa, comunicando sus objetivos y valores a todos los miembros.

Normas no escritas:

- **Mitos y anécdotas:** Historias compartidas sobre experiencias pasadas que ejemplifican los valores y comportamientos deseados en la organización.
- **Ritos y ceremonias:** Eventos regulares o especiales que refuerzan la cultura, como celebraciones, premiaciones o reuniones de equipo.
- **Espacios y vestimentas:** El diseño de espacios de trabajo, uniformes o códigos de vestimenta que reflejan y refuerzan la cultura y los valores de la empresa.

Responsabilidad social corporativa

Definición

La responsabilidad social corporativa (RSC) es el compromiso de las empresas para operar de manera ética y sostenible, considerando el impacto de sus acciones en la sociedad, el medio ambiente y las partes interesadas, más allá de buscar solo beneficios financieros, procurando contribuir al bienestar social y ambiental.

Ámbitos

1. Derechos humanos
2. Derechos laborales
3. Sociedad
4. Económico
5. Medioambiental