

The background of the slide features a large, light gray watermark of the University of Granada seal. The seal is circular, with the text 'UNIVERSITAS GRANATAE' around the top and '1531' at the bottom. In the center is a shield supported by two eagles, topped with a crown. The shield is divided into four quadrants with various symbols. The words 'PLUS' and 'ULTRA' are on either side of the shield.

INGENIERÍA INFORMÁTICA - UNIVERSIDAD DE GRANADA

# **Ingeniería, Empresa y Sociedad: The Walt Disney Company**

Inés Nieto Sánchez  
Leire Requena García  
Clara María Romero Lara  
Atanasio José Rubio Gil

24 de mayo de 2019

# Índice

<b>1. Introducción</b>	<b>3</b>
<b>2. Misión, visión y propósito</b>	<b>4</b>
<b>3. Propiedades de la empresa</b>	<b>5</b>
3.1. Tamaño . . . . .	5
3.2. Sector . . . . .	5
3.3. Ámbito geográfico . . . . .	5
3.4. Forma jurídica . . . . .	6
3.5. Procedencia del capital . . . . .	6
<b>4. Planificación</b>	<b>7</b>
4.1. Objetivos estratégicos . . . . .	7
4.2. Objetivos tácticos . . . . .	7
4.3. Objetivos operativos . . . . .	7
4.4. Acciones planificadas . . . . .	7
4.5. Recursos . . . . .	7
4.6. Implantación del plan . . . . .	7
<b>5. Organización</b>	<b>8</b>
5.1. Jerarquía de la empresa . . . . .	8
5.2. Organigrama . . . . .	8
5.3. Responsabilidad social corporativa . . . . .	9
<b>6. Dirección</b>	<b>10</b>
6.1. Propiedad de la empresa . . . . .	10
6.2. Gobierno de la empresa . . . . .	10
6.3. Dirección estratégica . . . . .	10
6.3.1. Análisis del entorno interno y externo . . . . .	10
6.3.2. Análisis del entorno específico . . . . .	10

6.4. Dirección de producción . . . . .	10
6.4.1. Proceso de producción . . . . .	10
6.4.2. Ciclo de vida del producto . . . . .	10
6.5. Innovación . . . . .	10
6.5.1. Desarrollo mercantil . . . . .	10
6.5.2. Desarrollo tecnológico . . . . .	10
6.5.3. ¿Producir o comprar? . . . . .	10
6.6. Gestión financiera . . . . .	10
6.6.1. Financiación interna y externa . . . . .	10
6.6.2. Balance financiero . . . . .	10
6.7. Recursos humanos . . . . .	10
6.8. Márketing y publicidad . . . . .	10
<b>7. Control</b>	<b>11</b>
7.1. Forma de control . . . . .	11
7.2. Técnicas de control . . . . .	11
<b>8. Bibliografía</b>	<b>12</b>

# 1. Introducción

**The Walt Disney Company**, normalmente conocida como Disney a secas, es el mayor ejemplo de éxito en el mundo de la animación y el entretenimiento infantil. Hoy en día se ha convertido en la mayor compañía de medios de comunicación y entretenimiento del mundo.

La empresa ha sabido llevar a cabo una diversificación por la cuál ya no solo se dedica a cortos de dibujos animados, también produce películas de acción con actores reales e incluso ha creado parques de atracciones, hoteles y cruceros para ocio.

También ha sido capaz de adaptarse al cambio de estética, pues poco tienen que ver las primeras animaciones del ratón Mickey Mouse con las actuales, o sus primeras princesas como Blancanieves con sus nuevos personajes femeninos como Moana/Vaiana.

A lo largo de los años Disney ha evolucionado y dividido su compañía en empresas subsidiarias que se encarguen de un campo en concreto, algunas de las más famosas son Walt Disney Pictures, Marvel Entertainment, Pixar Animation Studios, entre otras.

Con una gama amplia de productos y servicios, Disney llega a personas de todo el mundo de todas las edades.

## **2. Misión, visión y propósito**

### 3. Propiedades de la empresa

#### 3.1. Tamaño

Con un balance total de 98.598 millones de dólares y 201.000 empleados registrados el 30 de septiembre de 2018 (The Walt Disney Company, 2018), The Walt Disney Company se caracteriza indubitavelmente como una **empresa grande**.

#### 3.2. Sector

The Walt Disney company se caracteriza por ser un **conglomerado** de decenas de empresas que operan en el sector del entretenimiento y de los medios de comunicación de masas. Internamente, ambos sectores están divididos en **Walt Disney Studio Entertainment** para las empresas dedicadas al entretenimiento, entre las que se encuentran Walt Disney Studio Motion Pictures, Marvel Entertainment, Hulu o la más olvidada The Muppets, y **Walt Disney Television** para aquellas del sector comunicativo, que recoge empresas de televisión como ABC, Disney Channel, Fox, o ESPN (The Walt Disney Company, 2015).

Por otro lado, debido a la gran cantidad de *merchandising* que generan, sus productos ocupan una parte importante del mercado de productos de entretenimiento no cinematográfico, como pueden ser juguetes, ropa, videojuegos y parques de atracciones.

#### 3.3. Ámbito geográfico

Al tratarse de una empresa firmemente asentada en el sector de las industrias culturales, The Walt Disney Company opera globalmente en la distribución de productos audiovisuales, ya sean películas producidas por su estudio cinematográfico o programas emitidos en los canales de televisión que emiten a lo largo del planeta.

También cuentan con parques temáticos en California, Florida, París, Shanghai, Hong Kong y Tokio. A pesar de estar localizados en únicamente cuatro países, los parques de Estados Unidos cubren la demanda norteamericana; el francés, la europea; y los dos chinos y el nipón, la asiática.

### **3.4. Forma jurídica**

Disney se estructura como una sociedad anónima en la que cualquiera puede comprar acciones para invertir en la empresa.

### **3.5. Procedencia del capital**

## **4. Planificación**

### **4.1. Objetivos estratégicos**

### **4.2. Objetivos tácticos**

### **4.3. Objetivos operativos**

### **4.4. Acciones planificadas**

### **4.5. Recursos**

### **4.6. Implantación del plan**



## 5. Organización

### 5.1. Jerarquía de la empresa

## 5.2. Organigrama

Contrariamente a la estructura jerárquica lineal propia de la gran mayoría de las corporaciones, The Walt Disney Company estructura su organigrama basándose en los procesos. De esta manera, se crea una red inminentemente sinérgica entre los diferentes sectores del núcleo de operaciones, que dependen de sus sectores colindantes y, a su vez, son dependencias del trabajo de ellos.

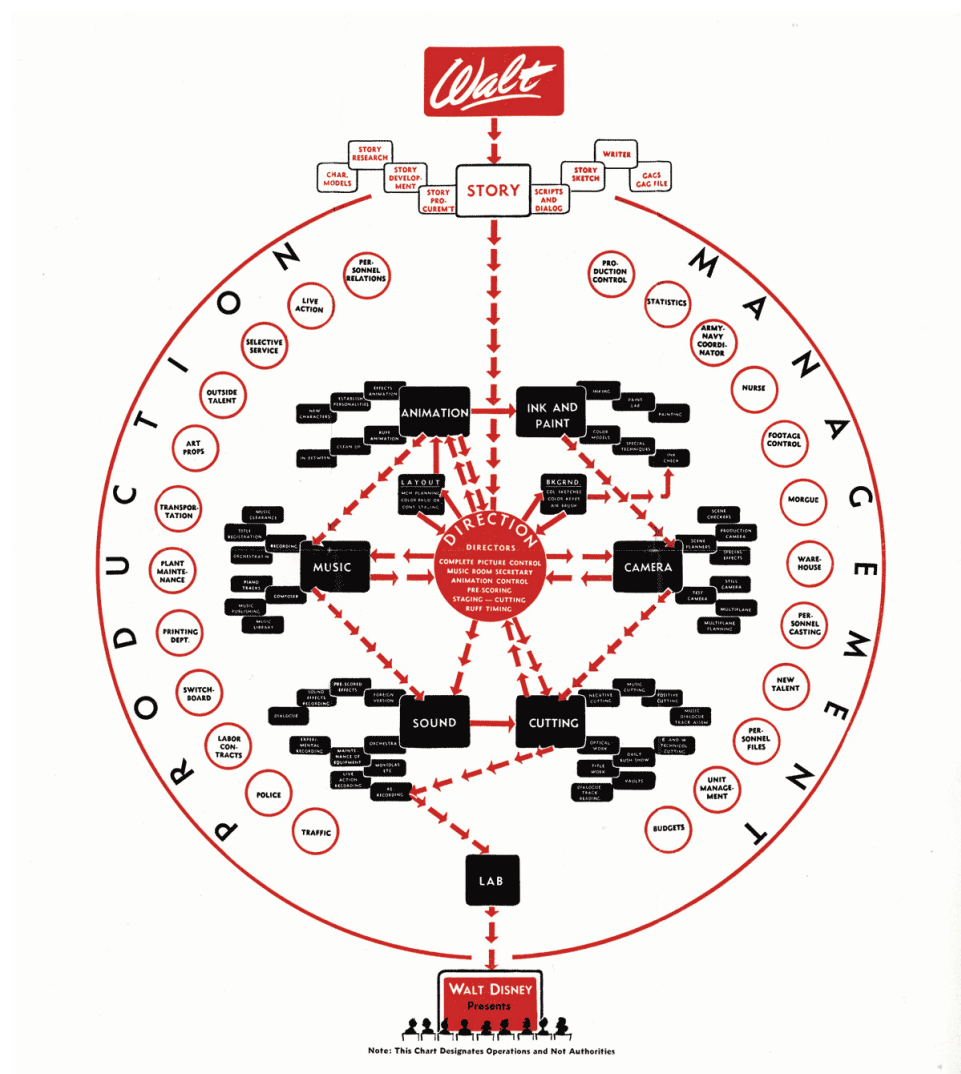


Figura 1: Organigrama The Walt Disney Company (1943)

El organigrama más conocido de la empresa fue publicado en 1943 (Hirasuna, 2009) y muestra cómo cada una de las posiciones del staff son absolutamente necesarias para mantener activo el flujo del trabajo desde que la historia llega al equipo directivo cinematográfico desde los guionistas hasta que se lleva al público en la gran pantalla.

### **5.3. Responsabilidad social corporativa**

Debido a su condición de ser la mayor empresa de entretenimientos y medios de comunicación de masas del mundo, The Walt Disney Company cuida celosamente su imagen pública mediante continuos y extensos informes de sus objetivos de Responsabilidad Social Corporativa, entre los que incluyen objetivos ecológicos, filántropos y laborales.

Según los datos proporcionados por la propia empresa en 2018 están trabajando en reducir el residuo producido por los parques de atracciones, producir más de cinco millones de horas anuales totales de voluntariado en diferentes sectores y ofrecer comida y bebida que cumpla sus estándares de salud para el año 2020 (The Walt Disney Company, 2019).

También cuentan con una cuenta de Twitter dedicada exclusivamente a anunciar en tiempo real sus resultados y progresos en el ámbito de la RSC.

## 6. Dirección

### 6.1. Propiedad de la empresa

La propiedad legal de Disney pertenece a sus distintos accionistas, algunos de sus principales grupos son *The Vanguard Group Inc.* o *BlackRock Fund Advisors*.

Aunque los accionistas antes mencionados son grandes empresas, un individuo puede también poseer acciones de la compañía indica que el modelo que sigue es el anglosajón en el que las acciones se dividen en grupos amplios y variados.

## **6.2. Gobierno de la empresa**

## **6.3. Dirección estratégica**

### **6.3.1. Análisis del entorno interno y externo**

### **6.3.2. Análisis del entorno específico**

## **6.4. Dirección de producción**

### **6.4.1. Proceso de producción**

### **6.4.2. Ciclo de vida del producto**

## **6.5. Innovación**

### **6.5.1. Desarrollo mercantil**

### **6.5.2. Desarrollo tecnológico**

### **6.5.3. ¿Producir o comprar?**

## **6.6. Gestión financiera**

### **6.6.1. Financiación interna y externa**

### **6.6.2. Balance financiero**

## **6.7. Recursos humanos**

## **6.8. Márketing y publicidad**

## **7. Control**

### **7.1. Forma de control**

### **7.2. Técnicas de control**

## 8. Bibliografía

- Hirasuna, D. (2009, 08). *Walt Disney's Creative Organization Chart*. @Issue Journal of Business & Design. Obtenido 05, 2019, de <https://atissuejournal.com/2009/08/07/walt-disney's-creative-organization-chart/>
- (2015, 10). *About - Leadership, Management Team, Global, History, Awards, Corporate Responsibility* - The Walt Disney Company. The Walt Disney Company. Obtenido 05, 2019, de <https://www.thewaltdisneycompany.com/about/#our-businesses>
- (2019, 03). *2018-CSR-Report*. The Walt Disney Company. Obtenido 05, 2019, de <https://www.thewaltdisneycompany.com/wp-content/uploads/2019/03/2018-CSR-Report.pdf>
- (2019, 03). *Disney SCR*. Obtenido 05, 2019, de <https://twitter.com/DisneyCSR>
- (2018, 11). *Q4 FY18 Earnings Report - q4-fy18-earnings*. The Walt Disney Company. Obtenido 05, 2019, de <https://www.thewaltdisneycompany.com/wp-content/uploads/2018/11/q4-fy18-earnings.pdf>