**Empresa:** unidad económica de producción que combina los diferentes factores productivos (RR naturales, trabajo y capital) para crear ByS que poner a disposición de los consumidores. Todo está organizado y coordinado por la dirección, actuando siempre bajo condiciones de riesgo.

**Sociedad personalista**: aquellas en las que la gestión corresponde a los socios, por lo que son más importantes sus características personales que el capital en sí. Dentro de ella están: sociedad colectiva, sociedad comanditaria simple.

**Sociedad capitalista**: aquellas en las que es más importante la aportación de capital que las

características de los socios. En estas empresas, la gestión no tiene por qué caer en los socios, se puede contratar a un empresario profesional para ello. Dentro de ella están: sociedad comanditaria por acciones, sociedad de responsabilidad limitada, sociedad anónima y sociedad limitada nueva empresa.

**Responsabilidad social corporativa (RSC)**: resultado del compromiso por parte de las empresas para respetar el medio ambiente y fomentar prácticas de desarrollo sostenible, a menudo para mejorar su posición en la sociedad.

**Sociedad anónima**: sociedad mercantil de tipo capitalista cuyo capital está dividido en acciones que pueden ser transmitidas libremente con responsabilidad limitada, permitiendo repartir el riesgo entre un número elevado de socios. Es el tipo de sociedad que mejor se adapta a las grandes empresas. Se regula por el Real Decreto Legislativo.

**Sociedad de responsabilidad limitada**: sociedad colectiva de carácter capitalista, aunque importan los socios. Apropiada para empresas con pocos socios y no necesita una cifra elevada de capital. Se rige por: la Ley de Sociedades de Capital, Real Decreto-Ley y Orden JUS.

**Empresario individual**: persona física que realiza (en nombre propio y por medio de una empresa) una actividad comercial, industrial o profesional. También llamados autónomos.

**Multinacionales:** concentración de empresas formada por una matriz que controla a una serie de ﬁliales que operan en diferentes países del mundo bajo el principio de dirección única y máximo beneficio conjunto.

**Pyme:** pequeñas y medianas empresas según el número de trabajadores y el volumen de facturación.

Pequeña: <50 trabajadores y 5 millones de €/año; medianas: 50-250 trabajadores, 5-10 millones de €/año.

Representan el 90% de las empresas españolas. Tienen mucha importancia ya que ofrecen muchos trabajos a las familias. El capital es propiedad de una persona o de pocos socios.

**Globalización económica**: extensión de las relaciones económicas entre diferentes países, hasta el punto de llegar a una economía mundial, en la que cada economía participante depende de las otras.

**TIC en la empresa**: las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones son una herramienta de gestión empresarial que ayuda positivamente al desarrollo y viabilidad de las organizaciones. Agregan valor a las actividades operacionales y de gestión empresarial en general, y permite a las empresas obtener ventajas competitivas, permanecer en el mercado y centrarse en su negocio.

**Fusión**: unión de varias sociedades para crear otra. La empresa que surge asume los derechos y obligaciones de las empresas que se disuelven (sin liquidarse) y forman un patrimonio único. La unión permitirá perseguir objetivos que por sí solas no podrían conseguir con la misma eﬁcacia.

**Absorción**: una empresa adquiere otra/s, extinguiéndose estas, y el patrimonio lo asume la primera. Dependiendo de cómo se haga la absorción, a los dueños de las empresas que desaparecen se les podrá pagar con dinero o acciones.

**Umbral de rentabilidad**: es la cantidad de producción vendida a partir de la cual la empresa comienza a tener beneﬁcios. También llamado punto muerto o punto de equilibrio

**Segmentación de mercados**: identiﬁcación de grupos de consumidores que se comportan de una manera parecida ante un determinado bien o servicio.

**Comercio electrónico**: consiste en la compra y venta de bienes y servicios por medios electrónicos, principalmente a través de Internet.

**Estudio de mercado**: consiste en recopilar y analizar información sobre el entorno general, la competencia y el consumidor para determinar el posicionamiento de la empresa en el mercado con el fin de aumentar su competitividad.

**Marketing estratégico**: variables comerciales a medio/largo plazo en las que adoptar una decisión errónea puede suponer importantes costes y diﬁcultades para su corrección (producto, distribución).

**Marketing operativo**: variables comerciales de efecto menos duradero y los costes de una decisión errónea no son tan elevados y se pueden corregir con cierta rapidez (precio, promoción).

**Canal de distribución**: cualquiera de los medios utilizados para conseguir que los productos recorran el camino desde el productor hasta el consumidor

**Renting:** alquiler de bienes e inmuebles a medio y largo plazo. En el contrato, el arrendatario se compromete al pago de una renta ﬁja mensual durante un plazo determinado y la empresa de renting (arrendador) se compromete a prestar el bien, realizar su mantenimiento y asegurarlo a todo riesgo. Al ﬁnalizar el contrato, se ofrece la posibilidad de su renovación o sustitución de los equipos. Nunca se da la opción de adquirir.

**Factoring:** consiste en la venta de todos los derechos de crédito sobre clientes a una empresa

denominada factor, la cual proporciona a la empresa una liquidez inmediata, y le evita el problema de los impagados y morosos. Su inconveniente es el elevado coste de interés y comisión

**Organigrama:** representación gráﬁca de la estructura de la organización empresarial de una forma sintética y simpliﬁcada. Dan a conocer las características principales de dicha estructura.

**Negociación colectiva**: negociaciones entre un empleador y un grupo de empleados para establecer condiciones de empleo. El resultado de este procedimiento es un convenio colectivo.

**Convenio colectivo**: cuerdo ﬁrmado entre los representantes de los trabajadores y el empresario o los representantes de los mismos, como resultado de una negociación colectiva en materia laboral.

**I + D + i:** Investigación, desarrollo e innovación es un término aplicado a todas las actividades que realiza una empresa para buscar nuevos conocimientos cientíﬁcos o tecnológicos que luego se puedan aprovechar para la mejora del producto y del propio proceso productivo.

**Costes ﬁjos y variables**: costes ﬁjos son aquellos independientes del nivel de producción, no varían si cambia la cantidad producida. Es el valor de factores ﬁjos en la empresa a c/p (alquiler de local, máquinas,...). Costes variables son aquellos que varían en relación directa al nivel de producción, los costes de los factores que cambian con la producción

**Costes de ruptura de stocks**: costes que tiene la empresa cuando se queda sin existencias y no puede hacer frente a un pedido, o cuando no puede producir por falta de MMPP u otras existencias necesarias para la producción.

**Stock mínimo de seguridad**: cantidad menor de existencias de un material que se puede mantener en un almacén bajo la cual el riesgo de ruptura de stocks es muy alto.

**Externalidades positivas y negativas de producción**: las externalidades positivas se ocurren cuando la producción genera beneﬁcios para agentes que no intervienen en el mercado. Las externalidades negativas se ocurren cuando la producción genera costes para agentes que no intervienen en el mercado (costes externos/sociales).

**Estudio de mercado**: consiste en recopilar y analizar información sobre el entorno general, la competencia y el consumidor para determinar el posicionamiento de la empresa en el mercado con el ﬁn de aumentar su competitividad.

**CADENA DE VALOR**: Forma de analizar la actividad global de la empresa, desagregándola en diferentes partes, con el fin de conseguir una ventaja competitiva (especialización), obteniendo así la mayor rentabilidad de cada parte.

**ENTORNO GENERAL**: afecta a todas las empresas, en general. Aspectos legales, culturales, demográficos,,,,

**ENTORNO ESPECÍFICO**: afecta de una forma concreta a cada una de las empresas. Clientes, competencia,...

**GLOBALIZACIÓN**: extensión de relaciones comerciales entre diferentes países, con el fin de crear una economía global, en la que todas las economías dependan unas de otras

**DESLOCALIZACIÓN**: traslado de la actividad productiva de países industrializados a países en vías de desarrollo por motivos de abaratamiento de costes.

**TRIBUTOS**: ingresos públicos del presupuesto del Estado. Su carácter es obligatorio para los contribuyentes. IMPUESTOS, TASAS y CONTRIBUCIONES ESPECIALES

**TASAS**: prestaciones de dinero a un organismo público recibiendo a cambio una contraprestación directa, como un servicio público

**CONTRIBUCIONES ESPECIALES**: prestaciones de dinero a un organismo público, cuyo beneficio obtenido no será únicamente para el contribuyente que lo paga, sino para toda la colectividad. **IMPUESTO:** pagos exigidos por el Estado sin recibir directamente a cambio una contraprestación.

**ACCIONES:** cada una de las partes en las que se divide el capital de una sociedad anónima. Las acciones se pueden representar mediante títulos (documentos físicos) o mediante anotaciones en cuenta (anotaciones contables en cuenta)

**PARTICIPACIONES**: son partes iguales en las que se divide el capital de una sociedad limitada. Estas participaciones no se pueden transmitir libremente ni negociar.

**MONOPOLIO:** estructura de mercado en la que una única empresa abastece todo el mercado con su producto. Por lo tanto, hay un único vendedor que se enfrenta a multitud de compradores. El oferente tiene capacidad para determinar el precio de venta de su producto y para decidir la cantidad que quiere producir. La curva de demanda del mercado coincide con la curva de demanda individual. Existen barreras de entrada al mercado como las condiciones de coste, entre otras. Por ej; ALTADIS.

**OLIGOPOLIO:** estructura de mercado en la que unos pocos vendedores (oferentes) abastecen el mercado , enfrentándose a un gran número de compradores (demandantes). La competencia es muy fuerte y las acciones y decisiones de una de las empresas afectarán y se verán afectadas por el resto de empresas que constituyen el mercado (INTERDEPENDENCIA ESTRATÉGICA). Las empresas pueden tomar acuerdos entre ellas para determinar el precio de venta de sus productos y la cantidad que han de producir (CÁRTEL). Por ej, mercado automovilístico, mercado telefonía,...

**COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA**: estructura de mercado en la que un gran número de vendedores (oferentes) se enfrentan a un gran número de demandantes (compradores), pero de productos diferenciados. Cada empresa intenta diferenciar su producto del producto de las demás empresas competidoras, incorporándole formas, características,... que lo hagan deseable para los compradores..

**CUOTA DE MERCADO**: participación que tiene una empresa en el mercado.

**MERCHANDISING**: conjunto de medidas encaminadas a dar salida al producto en el punto de venta

**PÚBLICO OBJETIVO O TARGET**: grupo de clientes que se selecciona en función a rasgos característicos y necesidades comunes.

**POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO**: percepción que tiene del producto la persona a la cual va dirigido, comparado con otros productos de la competencia. Cada consumidor crea en su mente una percepción determinada de un producto.

**ANÁLISIS DAFO**: fortalezas y debilidades que surgen de la evaluación interna de la compañía y amenazas y oportunidades que proceden del entorno. El análisis DAFO consiste en relacionar un punto fuerte con una oportunidad de negocio y huir de que se produzcan a la vez una debilidad y una amenaza.