




Unidad 3

EL ENTORNO DE LA EMPRESA

CONTENIDOS

- 
1. El entorno general de las empresas
 2. Tipos de entorno: sencillo/cambiante
 3. El entorno específico del sector
 4. Análisis de la competencia
 5. El análisis D.A.F.O. del entorno y de la empresa
 6. La localización del proyecto empresarial
 7. La cultura empresarial y la imagen corporativa
 8. La responsabilidad social corporativa

1. Entorno general de las empresas

Análisis P.E.S.T.

Factores político-legales



- Sistema político y de gobierno
- Legislación que afecta a la actividad de la empresa

Factores económicos



- Crecimiento económico o de crisis económica
- Mercado laboral
- Tipo de interés
- Tasa de inflación o I.P.C.
- Renta disponible

Factores socioculturales



- Estilo de vida
- Cambios sociales
- Situación demográfica

Factores tecnológicos



- Desarrollo tecnológico
- Inversión en I+D+I

anterior



Contenidos

siguiente

2. Tipos de entorno: sencillo /cambiante

Sencillo

→ Pocos cambios y es más fácil reaccionar a los pocos que hay

Cambiante

→ No paran de sucederse los cambios, hay que reaccionar rápidamente para no quedarse atrás de la competencia

	SENCILLO	CAMBIANTE
ESTABILIDAD	Estable	Dinámico
COMPLEJIDAD	Simple	Complejo
INTEGRACIÓN	Integrado	Diversificado
HOSTILIDAD	Favorable	Hostil

Estabilidad

Complejidad

Integración

Hostilidad

- Número de cambios

- Conocimientos

- Venden en uno o varios mercados

- La competencia no para de innovar

 **Amplía 1: “Un entorno cambiante y turbulento”**

 anterior

 **Contenidos**

siguiente 

3. El entorno específico del sector

A las empresas también les afectan **factores** más concretos **propios de su sector**:

➤ Los competidores
que ya existen y
que puedan
entrar

➤ Proveedores de
materias primas y
suministros

➤ Clientes y su
poder a la hora
de negociar el
precio

➤ Producto: la
similitud y
diferencia con
otros del sector



3. El entorno específico del sector

Fuerzas Competitivas → Modelo Porter

Grado de competencia entre empresas actuales



Rivalidad entre empresas depende:

- Número de empresas que ya existan
- Crecimiento del sector
- Diferenciar el producto de otro de la competencia
- Exceso de capacidad de producción
- Barreras de salida del sector

Posibilidad de entrada de nuevos competidores



Amenaza de nuevas empresas depende:

- Grandes inversiones
- Diferenciación del producto / marca diferenciada
- Acceso canales de distribución
- Requisitos legales

Amenaza de otros productos sustitutivos



Mismo uso y satisfacen la misma necesidad, por ejemplo las tablet y los ordenadores portátiles

Poder negociación de proveedores y de clientes



Mayor poder según:

- Su número, si hay productos sustitutivos, ser un cliente importante o no

← anterior



Contenidos

siguiente →

4. Análisis de la competencia

Análisis de la competencia

Desconocer la competencia y sus acciones → puede hacer peligrar la empresa
Se necesita saber:

Número y localización

Qué venden

Cuánto venden

Precios

Promoción

Distribución

Atención al cliente

Estrategias

Satisfacción al cliente

Puntos fuertes y puntos débiles



Amplía 6: “Búsqueda de listados de competencia y proveedores”

anterior



Contenidos

siguiente

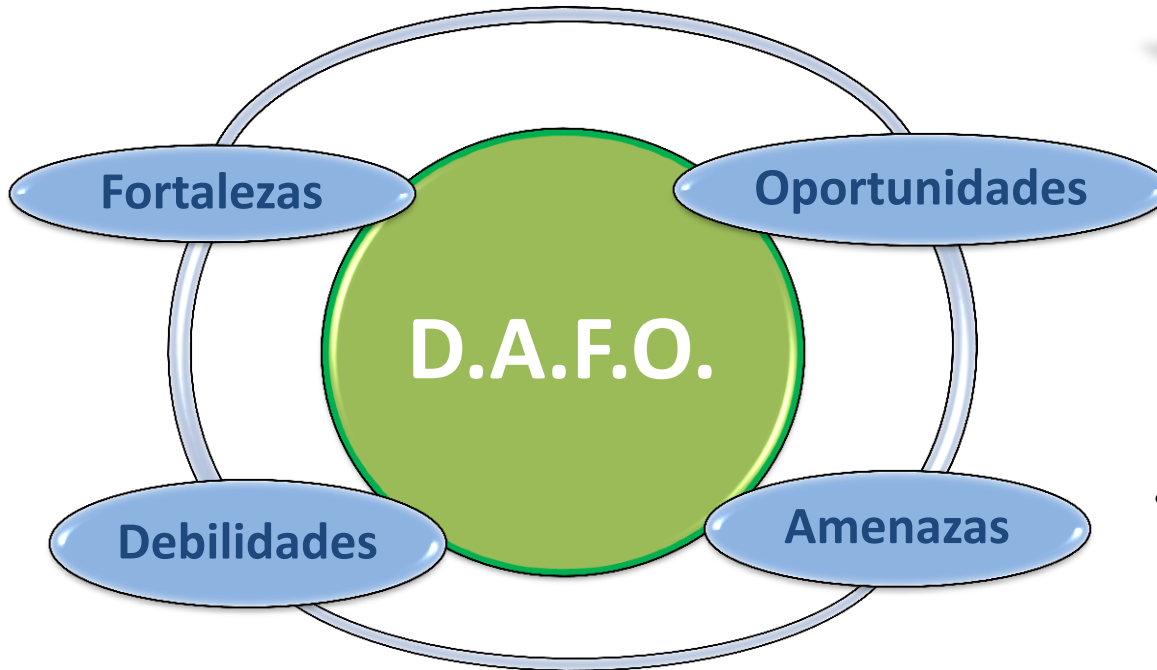


5. EL análisis D.A.F.O. del entorno y la empresa

Análisis global de nuestra empresa y del entorno que la rodea

INTERNAS

- Puntos fuertes internos
- Posición de ventaja
- Puntos débiles internos
- Posición desfavorable



EXTERNAS

- Aspectos positivos del entorno
- Del entorno que pueden poner en peligro a la empresa



Amplía 2: "La oportunidad de vender en China"

anterior



Contenidos

siguiente

6. Localización del proyecto empresarial



6. Localización del proyecto empresarial

La externalización o deslocalización

Ubicar la producción en otro país buscando costes salariales más baratos

No quedan exentas de algunos riesgos o costes encubiertos:

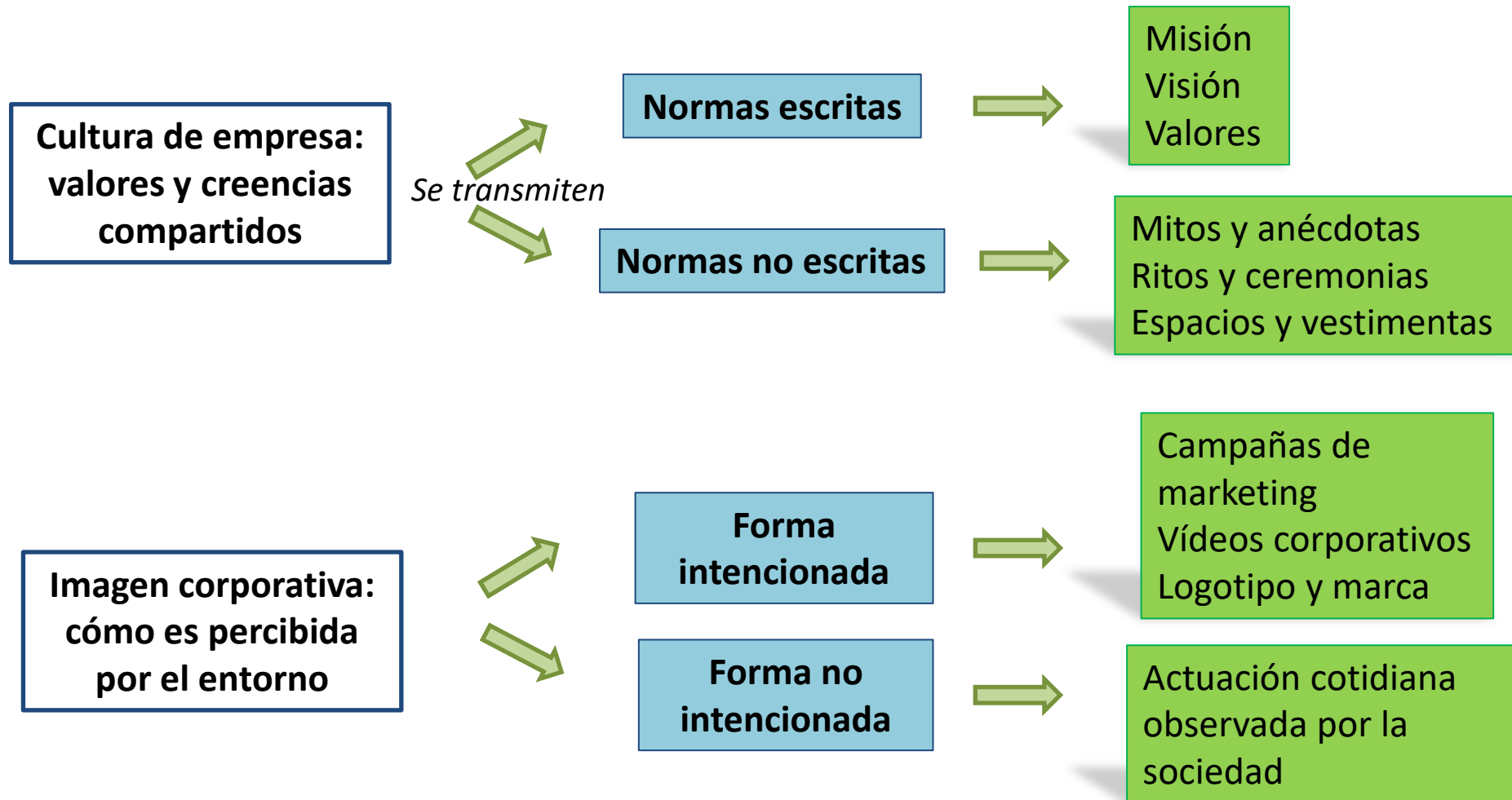
- Coste de baja calidad
- Coste de aprendizaje del personal
- Coste de baja productividad
- Coste de alta rotación de personal

Amplía 7: **“El proceso deslocalizador”**



← anterior

7. La cultura empresarial e imagen corporativa



Amplía 3: "¿Papa Noel vestía de verde?"

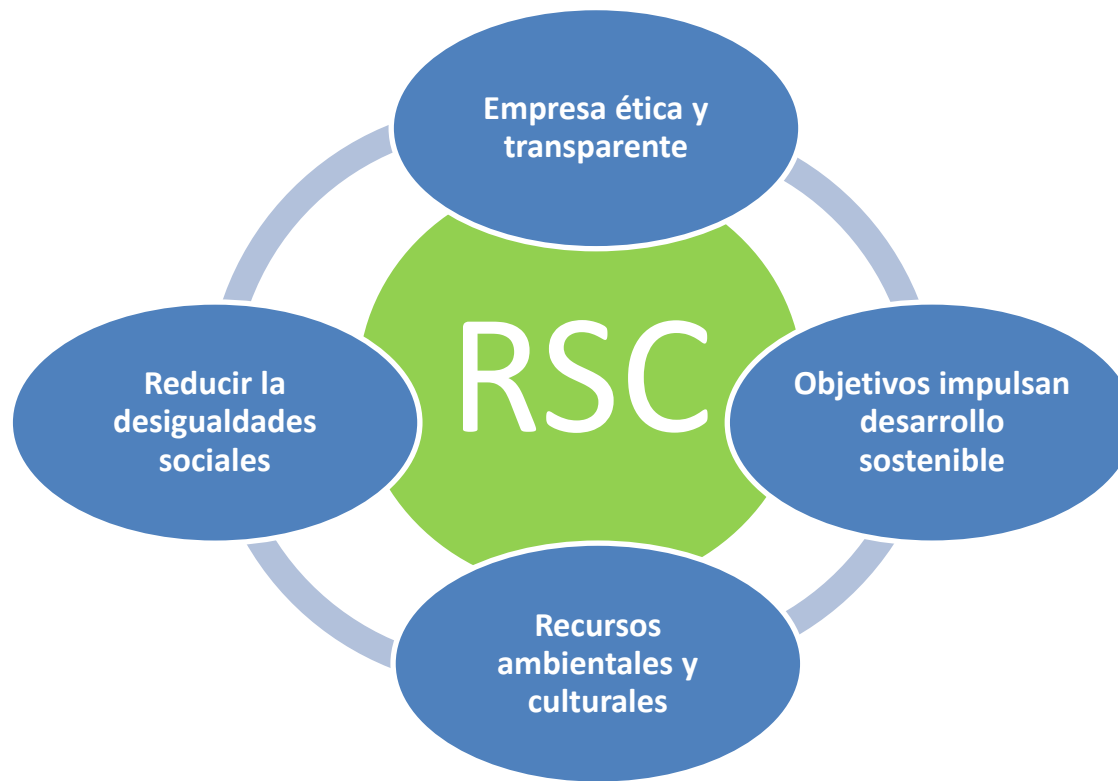
anterior

Contenidos

siguiente

8. La responsabilidad social corporativa

Responsabilidad sobre el entorno



Etapas para su implantación

1ª etapa: cumplimiento de la Ley. Para no ser sancionadas.

2ª etapa: Reacción frente a demandas de la sociedad (para ganar prestigio).

3ª etapa: Concienciación social. Por propio convencimiento.

Ámbitos de actuación RSC

- Derechos humanos
- Derechos laborales
- Sociedad
- Económico
- Medioambiental

Amplía 5: "El Pacto Mundial de la ONU"

Amplía 6: "Ejemplos de RSC"

anterior

Contenidos

siguiente

Amplía 1: “Un entorno cambiante y turbulento”

“EL SMARTPHONE MATA AL TELÉFONO MÓVIL”

- Se desploman los ingresos y resultados de los grandes operadores de telefonía móvil.
- En 2012, por primera vez en la historia, disminuyó la venta de teléfonos móviles básicos
- En 2013 se prevé la venta de 1.000 millones de smartphones frente a los 900 millones de básicos
- Whatsapp \leftrightarrow e-mail
- Libros, DVD y música \leftrightarrow nuevas app
- Revistas y periódicos, TV, Despertador, ... \leftrightarrow Smartphones
- Ventas de PC bajaron un 3%, las tabletas crecieron un 38%.
- Las tabletas y los Smartphones han cambiado los hábitos de los usuarios y de los consumidores.



Fuente: Extracto de

http://economia.elpais.com/economia/2013/02/22/actualidad/1361562785_067731.htm

 volver

Amplía 2: “La oportunidad de vender en China”

“STARBUCKS EN CHINA”

- Starbucks es la compañía de café más grande del mundo
- Cafetería tradicional italiana: lugares donde conversar y relacionarse frente a una taza de café...locales de características de confort que forman parte de su imagen y cultura, más bien occidental.
- Ha sabido adaptarse a los nuevos tiempos y nuevos mercados. → China Adaptación a gustos y necesidades de China → amplia gama de productos relacionados con el té, nuevos espacios más amplios y cómodos
- Supo solucionar puntos débiles (falta de adaptación a cultura china)



Amplía 3: “¿Papa Noel vestía de verde?”

- Coca Cola ha asociado siempre su imagen a valores como la familia, la felicidad, la amistad, la tradición.
- 1931 → campaña de publicidad navideña con Santa Claus vestido con sus colores corporativos (rojo y blanco), frente al tradicional de color verde. Ha durado hasta hoy.



Amplía 7: “El proceso deslocalizador”

- Muchas empresas se trasladaron, en su mayoría a países asiáticos, por reducción de costes
- En la actualidad se calcula que el 15 % de la producción que se marchó está volviendo por:
 - Los costes laborales han aumentado en esos países (China, India) y se ha reducido en España
 - Incremento precio petróleo y del transporte
 - Pérdida de control de la producción por la distancia
 - Percepción de pérdida de calidad por el consumidor



Búsqueda6: “artículo sobre deslocalización”

 volver

Amplía 5: “El Pacto Mundial de la ONU”

Las Naciones Unidas (ONU) → aprobaron un Pacto mediante el cual las empresas, sindicatos y organismos públicos se comprometen voluntariamente a buscar la vía para hacer compatibles los intereses de las empresas con los valores de la sociedad actual.



10 Principios:

- 1) Apoyar y respetar los Derechos Humanos fundamentales
- 2) Asegurarse de no ser cómplices de otras empresas que vulneran los derechos humanos
- 3) Apoya la libertad de asociación y reconocimiento efectivo de la negociación colectiva
- 4) Apoyar eliminación de trabajo forzoso o bajo coacción
- 5) Apoyar erradicación de trabajo infantil
- 6) Apoyar abolición de prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación
- 7) Enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente
- 8) Fomentar iniciativas de responsabilidad ambiental
- 9) Favorecer desarrollo y difusión de las tecnologías respetuosas con medio ambiente
- 10) Trabajar contra la corrupción en todas sus formas (extorsión, soborno)

Fuente: www.pactomundial.org/quienes-somos/10-principios

Amplia 6: “Empresas y RSC”

Empresa: Matusiewicz Budowa Maszyn (Polonia) → Acciones:

- Subvención de una sala informática para centro de educación y formación de la localidad y patrocinio de la banda de música
- Implicación activa en organizaciones locales como asociaciones y clubs
- Construcción de un centro deportivo
- Asistencia técnica y financiera para los servicios locales de ambulancias y bomberos
- Reciclaje y uso de material reciclado

Empresa: Lippemeier (Alemania) → Acciones:

- Uso de materiales respetuosos con medio ambiente
- Construcción de edificio con paneles solares
- Uso de agua de lluvia
- Horario flexible para mujeres con niños pequeños

Empresa: Dogan Organik Products (Turquía) → Acciones:

- Asesoramiento de agricultura biológica para los agricultores locales
- Creación de un centro avanzado de FP en la localidad donde ofrecen cursos de agricultura