**Empresas: Tema 2**

1. La empresa

La empresa es un **sistema abierto** que está en **interacción continua con su entorno**. Tiene las siguientes características:

* **Existencia de un propósito**: toda empresa debe cubrir unos objetivos ya sean generar una alta rentabilidad, cubrir una necesidad de mercado, etc...
* **Globalidad o totalidad:** la empresa es el conjunto de sus partes o departamentos
* **Entropía:** La empresa tiende al desorden
* **Homeostasis:** La empresa tiene a mantener un equilibrio

La empresa realiza unas funciones de gran importancia para la sociedad por lo que **son un elemento esencial** dentro de nuestro sistema social y económico actual. Se pueden destacar las siguientes funciones

* **Identificación de las necesidades de la sociedad:** Detectar las **demandas sociales** que le puedan reportar un **beneficio económico,** pero también las que puedan dar lugar a **beneficios económico-sociales** en su entorno**.** Para identificar estas demandas sociales se realiza un **estudio de mercado.**
* **Organización de los factores productivos:** Una vez identificadas las necesidades, la empresa es la encargada de **establecer y organizar los factores productivos** (es decir, el capital, mano de obra, materias primas etc.…) necesarios **para satisfacer las necesidades planteadas** a través de la producción de bienes y servicios.
* **Creación y redistribución de la riqueza:** Al organizar los factores productivos se **crea y redistribuye la riqueza** ya que la empresa está **creando empleo y riqueza colectiva al aumentar la renta** de sus trabajadores.
* **Mejoras de las condiciones laborales:** La empresa ha de tener en cuenta el **bienestar de sus trabajadores tanto en el trabajo como en su vida familiar** a través de una buena conciliación entre ambas (ejemplo guardería en la oficina).
* **Protección del medio ambiente:** Artículo 45 de la constitución “todos tenemos el derecho a un medioambiente adecuado y la responsabilidad de protegerlo”. Debido a esto **la empresa debe cuidar el medio ambiente.**

**Las empresas se pueden clasificar de distintas formas:**

* **Según su sector económico / productivo:**
  + **Primario:** Obtención de la materia prima
  + **Secundario:** Transformar la materia prima en un producto elaborado
  + **Terciario:** Prestar servicios
* **Propiedad de la empresa:**
  + **Privada:** el capital pertenece a particulares
  + **Pública:** el capital pertenece a la administración pública
  + **Mixta:** parte del capital pertenece al sector privado o al sector público
* **Número de trabajadores y volumen del negocio:**
  + **Microempresa:** menos de 10 trabajadores y volumen de negocio o balance general menor a 2 millones de euros
  + **Pequeña empresa:** menos de 50 trabajadores y volumen de negocio o balance general menor a 10 millones de euros
  + **Mediana empresa:** menos de 250 trabajadores y un volumen de negocio menor a 50 millones o un balance general menor a 43 millones.
  + **Gran empresa:** aquella que supere las cifras de la mediana empresa
* **Ámbito territorial**
  + **Local:** mercado limitado a una provincia, región o comarca
  + **Nacional:** establecida en diversas provincias de un país
  + **Internacional:** relaciones comerciales o proveedores extranjeros
  + **Multinacional:** desarrolla su actividad en diferentes países (sedes)
  + **Global:** Tiene sedes en todos los continentes

1. El entorno de la empresa

El entorno de la empresa es el conjunto de factores externos a la empresa, que condicionan su actividad, pero la empresa no puede controlar, aunque sí influir.

La empresa debe analizar constantemente su entorno para:

* **Detectar oportunidades y amenazas:** para aprovechar las oportunidades y transformar las amenazas en oportunidades.
* **Identificar cambios** internos que tiene que hacer la empresa para mejorar su relación con el entorno

Los factores que afectan a la empresa se pueden agrupar en:

* **Macroentorno:** factores que afectan de forma general a todas las empresas
  + **Factores tecnológicos:** afectan a la configuración de la empresa (informática, comunicaciones, etc.…)
  + **Factores jurídicos:** los cuales condicionan la actividad de la empresa
  + **Factores demográficos:** ancianos o jóvenes, niños
  + **Factores socioculturales:** las modas actuales
  + **Factores económicos:** distribución de la renta, tipos de interés, renta per cápita
  + **Factores políticos:** regulan de manera más general la actividad de la empresa
* **Microentorno:** factores que afectan de forma específica a una empresa
  + **Proveedores**
  + **Intermediarios**
  + **Clientes**
  + **Competidores**

**La localización de la empresa**

Una decisión fundamental para el emprendedor es **dónde ubicar su negocio**. La elección debe ser una **decisión estratégica** a largo plazo ya que esta puede definir el éxito o fracaso y es difícilmente modificable.

Las principales variables a la hora de elegir la localización son:

* **El tipo de actividad y la normativa legal**: no todas las empresas se pueden ubicar en cualquier lugar, hay que tener en cuenta la legislación en materia industrial, medioambiental y urbanística
* **Accesibilidad y cercanía a clientes y proveedores**: la empresa debe situarse en un sitio fácilmente identificable tanto para clientes como para proveedores
* **Existencia de servicios necesarios para el funcionamiento de la empresa** (mantenimiento, limpieza, etc.…)
* Disponibilidad de mano de obra cualificada
* **Coste de la compra o alquiler de los terrenos y edificaciones**: implica un gran desembolso económico por lo que se tiene que adecuar al presupuesto de la empresa
* Posibles **ayudas o subvenciones** a las que pueda optar la empresa (local, autonómica, estatal)

A la hora de elegir la ubicación de la empresa es importante realizar un estudio de dicha empresa. La matriz **DAFO** (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) es un método que facilita dicho análisis.

**Networking**

El Networking es crear y mantener una red de contactos personales con el fin de encontrar socios, clientes, proveedores, etc.…

Es importante la existencia de un feedback en la relación con el objetivo de generar una buena relación.

1. Análisis del entorno: la matriz DAFO

La **matriz DAFO** sirve para analizar el entorno, los objetivos y estrategias de la empresa. Sus elementos son:

* **Debilidades:** elemento interno de la empresa que supone una desventaja competitiva
* **Amenaza:** aspecto del entorno (externo) que puede suponer una situación desfavorable a la empresa
* **Fortaleza:** elemento interno de la empresa que supone una ventaja competitiva
* **Oportunidades:** circunstancia o elemento del entorno que influye positivamente en la empresa

La matriz DAFO se elabora en base a una tabla dividida en dos partes:

* Factores internos:
  + Debilidades: ¿Tengo la suficiente experiencia? ¿Qué debería mejorar? ¿Qué características son las que más me alejan de mis objetivos?
  + Fortalezas: ¿Cuál es mi mayor virtud? ¿Qué actividad es la que más me apasiona? ¿Qué hago mejor que los demás?
* Factores externos:
  + Amenazas: ¿Qué aspectos externos me dificultan llegar a mis objetivos? ¿Qué problemas externos en mi sector me dificultan conseguir mis metas? ¿hay mucha competencia en el sector?
  + Oportunidades: ¿Qué aspectos externos pueden facilitarme conseguir mis objetivos? ¿Puedo ofrecer algo positivo en el sector? ¿Qué recursos tengo que me acercan a conseguir mi meta?

Segunda matriz DAFO a partir de la combinación de elementos

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | | **Análisis del entorno** | |
| **Amenazas** | **Oportunidades** |
| **Diagnóstico de la empresa** | **Fortalezas** | Estrategias defensivas | Estrategias ofensivas |
| **Debilidades** | Estrategias de supervivencia | Estrategias de reorientación |

* **Estrategias de reorientación (Debilidad + Oportunidad):** cambio en la estructura de la propia empresa y en su producción
* **Estrategias de supervivencia (Debilidad + Amenaza):** mantener la posición, simplemente salir de un grave problema
* **Estrategias defensivas (Fortaleza + Amenaza):** contrarrestar la amenaza con nuestra fortaleza, para eliminar una debilidad de la empresa
* **Estrategias ofensivas (Fortaleza + Oportunidad):** obtener el máximo beneficio posible. Asociadas a la innovación y lanzamiento de nuevos productos

1. Objetivos, decisiones y estrategias empresariales

Los **objetivos de una empresa** se pueden agrupar en:

* **Económicos:** obtención de un beneficio económico
* **Tecnológicos:** Utilizar los recursos y tecnologías adecuados para ofrecer el mejor producto posible
* **Humanos:** proporcionar una retribución económica y la posibilidad de relacionarse socialmente
* **Sociales:** sostener la economía a través de la tributación de impuestos.

Cada empresa debe especificar sus **propios objetivos**, los cuales son:

* **Objetivos generales:** con un fin a largo plazo. Estos pueden cambiar según el entorno por lo que es importante revisar estos objetivos regularmente
* **Objetivos operacionales:** cumplen a corto plazo las expectativas de los objetivos generales.

Para cumplir estos objetivos **la empresa debe tomar decisiones** a tres niveles:

* **Decisiones estratégicas:** de gran transcendencia y afectan a toda la empresa. Tomadas por los directores generales de la empresa
* **Decisiones tácticas:** afectan a un departamento de la empresa determinado. Tomadas por los jefes de departamento
* **Decisiones operativas:** realizar tareas de forma eficaz. Decisiones tomadas de manera rutinaria por el equipo del departamento.

La estrategia es el conjunto de acciones que permiten conseguir los objetivos a largo plazo**. Es importante desarrollar una estrategia competitiva** que nos permita destacar. Se puede conseguir a través de

* **Liderazgo de costes:** Ofrecer la misma calidad de producto que la competencia, pero produciendo a un coste inferior. A través de esta estrategia **aumenta la cuota de mercado** de la empresa. Una manera de reducir costes es mediante la subcontratación de empresas especializadas en un producto (outsourcing).
* **Diferenciación:** conseguir que el producto o servicio ofrecido por la empresa sea percibido como único y exclusivo para que los clientes paguen un precio mayor.
* **Desarrollo de nuevos mercados y de nuevos productos:** introducir el producto en un nuevo mercado o desarrollar un nuevo producto relacionado con nuestra marca.

1. La cultura y la imagen corporativa

La cultura corporativa es **la proyección que hace una empresa de su identidad, sus valores y su estrategia** empresarial. Características de la cultura corporativa:

* Construye la identidad o la imagen corporativa
* Cohesiona internamente la organización
* Favorece la implicación del personal en el proyecto empresarial
* Determina poderosamente el clima interno

Los elementos que componen la cultura corporativa:

* **La misión**: razón de existir de una empresa. Representa su identidad en el momento presente. Esta misión debe ser conocida por todos los integrantes y se mantiene a pesar de sufrir pequeños cambios.
* **La visión**: es una imagen del futuro que deseamos para la empresa. Esta imagen sirve como guía. Sus características son:
  + Debe ser factible, no una fantasía
  + Debe ser motivadora e inspiradora.
  + Debe ser compartida
  + Debe ser sencilla y de fácil comunicación.
* **Los valores**: son los principios considerados como válidos dentro de la empresa. Características:
  + Han de ser mayoritariamente aceptados
  + Han de ser dinámicos como la propia empresa
  + Han de tener un contenido ético
  + Han de comprometer a los trabajadores con la misión y visión de la empresa.

**La imagen corporativa** es la idea que tiene las personas externas en función a la información que perciben.

Existen signos que sirven para identificar a la empresa con su imagen corporativa como el logo, nombre comercial y la marca.

A veces la imagen de la empresa no coincide con la identidad real y su cultura por lo que es necesario **comunicar de manera adecuada la misión y la visión de la empresa.**

Principales **herramientas para implementar la imagen corporativa** en empresas nuevas o que necesiten un refuerzo de imagen

* **Plan de promoción**: incluyen relaciones públicas y campañas de comunicación.
* **Comunicación externa**: los trabajadores son la imagen de la empresa para las terceras personas que tienen relación con ellas (clientes, proveedores)

1. Responsabilidad social corporativa

RSE/RSC es una nueva manera de hacer negocios en la que se **busca un equilibrio entre los objetivos económicos con el impacto social y ambiental de su actividad**. Sus ventajas son:

* Mejorar la imagen de la empresa
* Aumentar el grado de compromiso con los empleados
* Potencia la lealtad de los clientes
* Genera confianza en sus accionistas

La RSC afecta a distintos ámbitos de la empresa, **debe estar vinculada con la actividad básica y la alta dirección de la empresa. Es importante que tenga una vocación de permanencia**. Los principales ámbitos de aplicación son:

* Protección al consumidor
* Salud
* Lucha contra la corrupción
* Derechos humanos
* Derechos laborales
* Medio ambiente