

APUNTES-TEMA-2.pdf



adrixyrae



Organización Empresarial



1º Grado en Ingeniería Informática



**Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática
Universidad de Málaga**



**La mejor escuela de negocios en
energía, sostenibilidad y medio
ambiente de España.**

Más información
www.eoi.es

Formamos
talento para un futuro
Sostenible



100% Empleabilidad



Modalidad: Presencial u online



**Programa de Becas,
Bonificaciones y Descuentos**

Importante

Puedo eliminar la publi de este documento con 1 coin

¿Cómo consigo coins? → Plan Turbo: barato
→ Planes pro: más coins

perdo
espacio



Necesito
concentración

ali ali ooh
esto con 1 coin me
lo quito yo...

WUOLAH

Tema 2: estrategia de empresa

Estrategia empresarial: decisiones y acciones que implementa una organización para lograr objetivos a largo plazo. Evolucionan constantemente por factores influyentes en la empresa

- **Orientación de empresa al mercado:** asume necesidad de orientarse proactivamente al exterior sin técnica o actividad de marketing, pero sí con énfasis en la generación continuada de valor para el público objetivo para asegurar su supervivencia a largo plazo.
- **Mercado:** medio exterior donde empresa realiza compras y ventas. Es institución fundamental de empresa y economía y es libre

- * **Perspectiva carácter espacial:** lugar físico
- * **Perspectiva carácter económico/institucional:** elementos
 - 1) **Agentes participantes:** clientes/demandantes y vendedores
 - 2) **Productos:** bien o servicio objeto de relación al cambio
 - 3) **Precio:** al que se realiza la transacción
 - 4) **Condiciones diversas:** contractuales y perfección del cambio

Tipos de mercado

- monopolio: 1 vendedor
- monopsonio: 1 comprador
- competencia perfecta: muchos vendedores y compradores
- oligopolio: pocos vendedores
- oligopsonio: pocos compradores
- monopolio bilateral: 1 vendedor, 1 comprador
- oligopolio bilateral: pocos compradores y vendedores

modelos negocio

- B2B: empresa vende a empresa
- B2C: empresa vende a comprador
- B2B2C: empresa vende a comprador mediante empresa
- B2G: empresa vende a gobierno
- P2P/C2C: persona vende a persona

⇒ **Equilibrio de mercado:** demanda = oferta

B2B Y B2C:

- **B2B**: ventas de una empresa a otra, compañía actúa como proveedor y se basa en la razón con impacto a largo plazo. Busca crear relación duradera con el cliente.
- **B2C**: empresa vende a consumidor final, mercado amplio y los clientes se dividen para el consumo masivo. Rápido y bajo volumen y monto de venta.

CONCEPTOS *

- * Gran volumen de datos: empresas generan gran cantidad de datos en clientes desde información demográfica, compras hasta comportamiento en línea. Informática recopila, almacena y analiza datos de forma eficiente, máx redes sociales.
- * Análisis detallado: identificamos tendencias en clientes mediante herramientas técnicas y análisis de datos. Se crean segmentos personalizados.
- * Segmentación dinámica: informática actualiza segmentos de clientes en tiempo real, adaptándose a cambios en mercado y a comportamiento de clientes.
- * Marketing personalizado: campañas de marketing personalizadas, aumentando tasas de conversión y satisfacción del cliente. Se crean tras tener segmentos de cliente bien definidos.
- * Entorno: cuestiones fuera de empresa que influyen en su actividad.

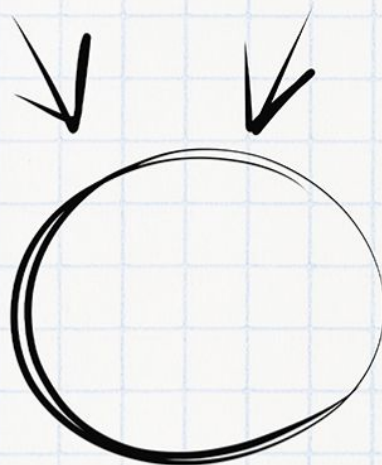
Es esencial adaptarse a él y estudiarlo para una buena estrategia.

Imagínate aprobando el examen

Necesitas tiempo y concentración

| Planes |  PLAN TURBO |  PLAN PRO |  PLAN PRO+ |
|---|--|---|---|
|  Descargas sin publi al mes | 10  | 40  | 80  |
|  Elimina el video entre descargas |  |  |  |
|  Descarga carpetas |  |  |  |
|  Descarga archivos grandes |  |  |  |
|  Visualiza apuntes online sin publi |  |  |  |
|  Elimina toda la publi web |  |  |  |
|  Precios Anual <input type="checkbox"/> | 0,99 € / mes | 3,99 € / mes | 7,99 € / mes |

Ahora que puedes conseguirlo,
¿Qué nota vas a sacar?



WUOLAH

Organización Empresarial



Comparte estos flyers en tu clase y consigue más dinero y recompensas



Banco de apuntes de la

WUOLAH

1

Imprime esta hoja

2

Recorta por la mitad

3

Coloca en un lugar visible para que tus compis puedan escanar y acceder a apuntes

4

Llévate dinero por cada descarga de los documentos descargados a través de tu QR



Entorno: *división*

→ **Entorno general o macroentorno:** todo factor que afectan a la empresa en una sociedad o ámbito geográfico específico. Metodología más común para analizarlo es el análisis PEST, que abarca:

- * **Factores políticos:** políticas fiscales, normativas ambientales, comercio internacional, estabilidad política y legislación de contratos. Pueden influir en operación de empresa y en su capacidad de expandirse a nuevos mercados.
- * **Factores económicos:** tasa de interés, gasto público, política monetaria y crecimiento económico. Influyen en demanda de productos y servicios, costos operativos y oportunidad de inversión.
- * **Factores tecnológicos:** gasto en investigar, costo energético y velocidad de obsolescencia tecnológica. Tecnología ofrece ventajas competitivas mientras que la obsolescencia representa un riesgo.
- * **Factores socio-culturales:** distribución de renta, demografía, movilidad social y laboral y nivel educativo. Influyen en mano de obra calificada disponible y comportamiento del consumidor.

→ **Microentorno:** factores que influyen directamente en empresas del mismo sector económico. Se analiza con metodología PESTEL.

- * **Clientes:** debemos conocer sus preferencias de consumo para anticiparse a sus demandas y fidelizarlos.
- * **Proveedores:** buena relación con estos asegura suministro constante y de calidad y ventajas de costo y condiciones de pago.
- * **Competencia:** analizar a competidores identifica oportunidades y conocerlos permite una ventaja competitiva.

Importante

Puedo eliminar la publi de este documento con 1 coin

¿Cómo consigo coins? → Plan Turbo: barato
→ Planes pro: más coins

perdo
espacio



Necesito
concentración

ali ali ooh
esto con 1 coin me
lo quito yo...

WUOLAH

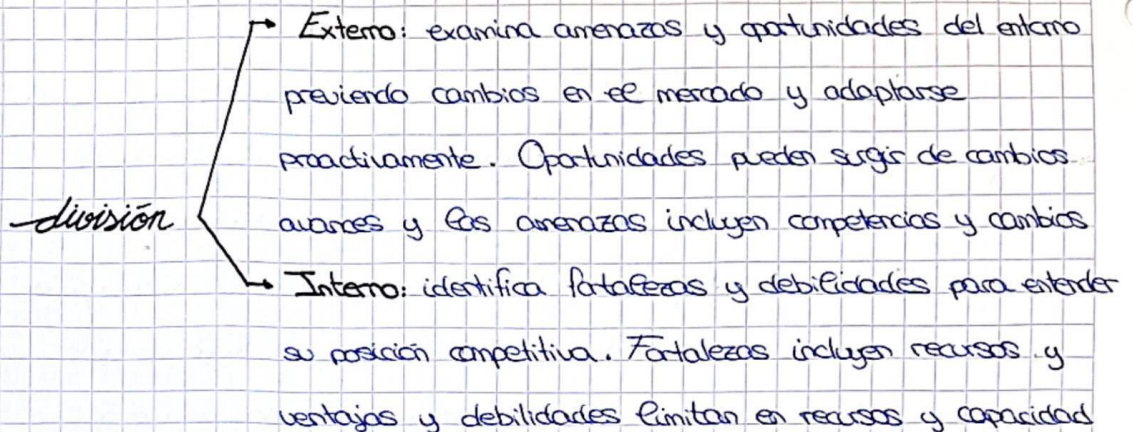
PEST Y PESTEL:

se diferencian en la inclusión de factores adicionales en PESTEL. Este se centra en factores PEST, además de ecológicos y legales.

análisis dafo

(debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades)

* Es herramienta crucial para planificación estratégica



Factores de entorno

- Empresas deben **monitorear** su entorno, **analizar** impactos de cambio y **adaptar** sus estrategias
- Analista de datos: proporciona información de preferencias de clientes, tendencias de mercado y rendimiento empresarial para tomar buenas decisiones y ajustar estrategias
- Datos: gran trascendencia a nivel interno y del entorno. Existen datos privados y públicos

Fuerzas competitivas de Porter 1979

"Analizan el entorno específico por el estudio de 5 variables y quiere mostrar la situación competitiva en el mercado"

- 1) **Fuerza de proveedores:** empresas deben conocer características de sus proveedores comerciales o financieros (plazos de entrega, poder de negociación...)
- 2) **Fuerza de clientes:** empresas deben conocer a clientes para planificar estrategias ante ellos (gustos, necesidades, demandas estimadas...)
- 3) **Competidores actuales:** estos luchan por quitar cuota de mercado a otras empresas, siendo amenaza
- 4) **Competencia futura:** existen barreras de entrada al mercado (alta inversión, producto diferenciado, ventaja de costes...)
- 5) **Productos sustituitivos:** pueden aparecer productos en mercado que provoquen disminución de ventas

Dirección estratégica: decisiones y actos para implementar estrategias específicas. Se aumenta agilidad, mejora de compromiso, crea cultura de aprendizaje y fomenta innovación. Tenemos estrategias defensivas, ofensivas, de reorientación y de supervivencia.