



UNIVERSITAT<sup>DE</sup>  
BARCELONA

---

## Apunts d'empresa

---

Alejandro Guzman

1 juny 2022

# ÍNDEX

<b>1</b>	<b>Empresa i empresari al sector TIC</b>	<b>3</b>
1	Conceptes prèvis bàsics . . . . .	3
2	Definició d'empresa . . . . .	3
3	Definició d'empresari . . . . .	3
4	Empresari vs Emprenedor . . . . .	3
5	Creixement empresarial al sector TIC . . . . .	4
6	Creació d'empreses i empenedoria . . . . .	4
6.1	Fases del procés d'empenedoria . . . . .	4
6.2	Pla de negoci o d'empresa . . . . .	4
6.3	Estructura d'un <i>Business Plan</i> . . . . .	5
<b>2</b>	<b>Estratègia empresarial</b>	<b>6</b>
1	Definició d'estratègia . . . . .	6
2	Components de l'estratègia . . . . .	6
<b>3</b>	<b>Localització empresarial</b>	<b>7</b>
1	Definició bàsica . . . . .	7
2	Causas segons Sampedro . . . . .	7
3	Localització industrial . . . . .	8
4	Localització comercial . . . . .	8
5	Deslocalització industrial . . . . .	8
<b>4</b>	<b>Inversions a l'empresa</b>	<b>10</b>
1	Concepte d'inversió . . . . .	10
2	Diferència entre estalvi i inversió . . . . .	10
3	Classificació de les inversions . . . . .	10
4	Les variables d'una inversió . . . . .	11
5	Mètodes de millora d'una inversió . . . . .	11

# 1 EMPRESA I EMPRESARI AL SECTOR TIC

## 1 Conceptes prèvis bàsics

Per entendre l'Empresa és essencial entendre uns conceptes bàsics d'Economia.

- L'Economia és una Ciència Social
- El naixement de l'Economia, com a Ciència: Adam Smith *La Riquesa de les Nacions* 1.776.
- L'Economia és la ciència que estudia el comportament humà com activitat racional per tractar de satisfer necessitats pràcticament il·limitades amb mitjans escassos i que, a més, son susceptibles de usos alternatius. → Cost d'oportunitat

## 2 Definició d'empresa

Una Empresa és una organització amb personalitat jurídica que té el propòsit de generar riquesa, a través de l'elaboració, o comercialització, d'un producte o servei que ha de satisfer les necessitats i/o demandes de la societat en un entorn determinat. És considera la unitat de producció bàsica.

El món conceptual de l'empresa és força extens, i hi ha la possibilitat de classificar als projectes empresarials atenent a gran quantitat de criteris com la naturalesa de la seva activitat, el seu organigrama, la seva grandària, la seva forma jurídica, etc.

Segons la seva forma jurídica existeixen emprese de tipus Empresari Individual (Autònom) (0 de capital mínim), Societat de Responsabilitat Limitada (més de 3000 de capital mínim), Societat Anònima (més de 60.000 de capital mínim), Societat Cooperativa (mínim fixat pels estatuts), etc.

## 3 Definició d'empresari

Un empresari és aquella persona que, de forma individual o col·lectiva, fixa els objectius i pren les decisions estratègiques sobre les metes, els mitjans, l'administració i el control de les empreses i assumeix la responsabilitat tant comercial com legal enfront de tercers. L'empresari és la persona física, o jurídica, que amb capacitat legal, i d'una manera professional, combina els factors productius amb l'objectiu de produir béns i/o serveis per oferir-los al mercat a fi d'obtenir beneficis.

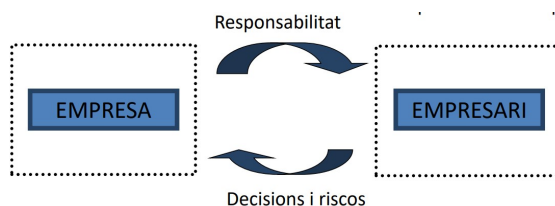


Figura 1.1: Relació **Empresa-Empresari**

## 4 Empresari vs Emprenedor

Emprenedor i Empresari són dos termes molt utilitzats cada dia en el món dels negocis. Semblen ser el mateix, i moltes vegades s'utilitzen com a sinònims, però hi ha matisos. Tot i que hi ha controvèrsia en la definició, molts cops un és l'evolució de l'altre; L'emprenedor és aquell que té una idea de negoci i lluita per convertir-la en un negoci d'èxit, en canvi l'empresari és

una persona que lidera un projecte que no té per què haver estat ell qui l'hagi emprés.

L'empresari o emprenedor, o un grup d'ells, reuneix els recursos necessaris per poder afrontar el repte empresarial i acomplir els objectius que es marquin fent ús dels anomenats factors productius: treball, terra, capital i tecnologia.

Els factors productius es correlacionen mitjançant l'anomenada funció de producció.

$$Y = f(T, L, K, A)$$

## 5 Creixement empresarial al sector TIC

Els processos de creixement empresarial més comuns solen ser els que venen per processos de concentració.

Motius principals:

- Reduir o eliminar competència
- Motius financers
- Motius legals o fiscals
- Motius de racionalització → Aconseguir sinèrgies

I els tipus són o concentració horitzontal o vertical, depèn de com és el procés de creixement de l'empresa.

Les principals formes de concentració són

- Absorció
- Fusió
- Grups de empresa o de societats: Aliances (Voting Trust, Delegacions de Representants, Holding) o Càrtel
- Altres formes: U.T.E, Joint Ventures,...

## 6 Creació d'empreses i emprenedoria

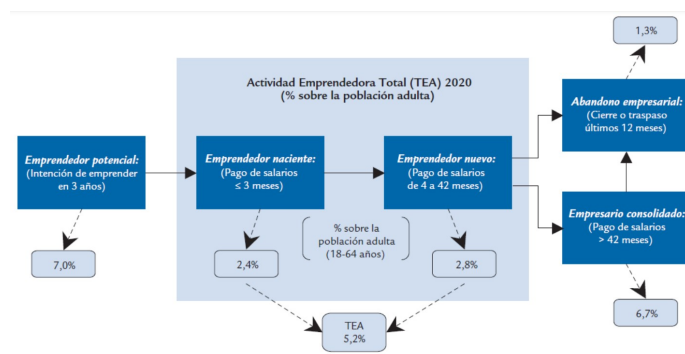


Figura 1.2: Esquema de creació d'empreses

### 6.1 Fases del procés d'emprenedoria

### 6.2 Pla de negoci o d'empresa

El **Pla d'Empresa** és un document que identifica, descriu i analitza una oportunitat de negoci, n'examina la viabilitat del mercat, tècnica, econòmica i financera de la mateixa i desenvolupa



Figura 1.3: Procés d'emprenedoria

tots els procediments i estratègies necessàries per convertir una idea de negoci en un projecte empresarial definit.

Funcions principals d'un Pla de Empresa:

- Permet comprovar coherència i cohesió dels membres del projecte
- Conté totes les dades rellevants del projecte
- Serveix com a full de ruta per controlar l'evolució del projecte

### 6.3 Estructura d'un Business Plan

Hi ha molts formats de Pla d' Empresa, malgrat això sempre ha d'incloure, com a mínim, els següents aspectes:

- Descripció de la idea empresarial
- Descripció del producte o servei
- Estudi de Mercat
- Pla de Marketing
- Pla d'operacions
- Pla d'organització i recursos humans
- Pla jurídic o legal
- Estudi econòmic-financer
- Pla de contingència o desinversió

**Avantatge competitiva** → Qualsevol característica d'una empresa, país o persona, que la diferencia d'altres col·locant-la en una posició relativa superior per competir. És qualsevol atribut que la faci més competitiva que les existents.



Figura 1.4: Tipus d'innovació

**I+D(+i)** → **Investigació+ Desenvolupament (+ innovació)**. Aplicació de coneixement científic a un propòsit pràctic. La investigació pot ésser bàsica o aplicada.

## 2 ESTRATÈGIA EMPRESARIAL

### 1 Definició d'estratègia

Chandler (1962): Estratègia és la determinació dels objectius i metes a llarg termini de caràcter bàsic d'una empresa i l'adopció dels cursos d'acció i l'assignació dels recursos que resulten necessaris per aconseguir aquests objectius.

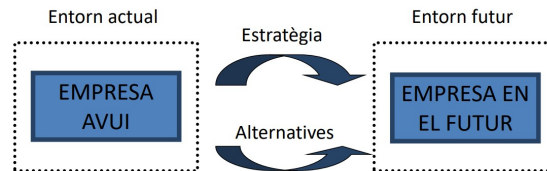


Figura 2.1: Relació **Empresa actual** - **Empresa futura**

Hax i Majluf (1997): Nou dimensions de l'estratègia:

- Mitjà per establir els propòsits de l'organització.
- Una definició de l'àmbit competitiu de l'empresa.
- Un intent d'aconseguir un avantatge sostenible a llarg termini.
- Una forma de definir les tasques directives.
- Un patró de decisions coherent, unificador i integrador.
- Una definició de les contribucions que es proposin.
- Un camí per dirigir l'empresa cap a l'assoliment dels objectius.
- Un mitjà per desenvolupar competències essencials de l'organització.
- Una forma d'accedir a recursos per avantatges competitius.

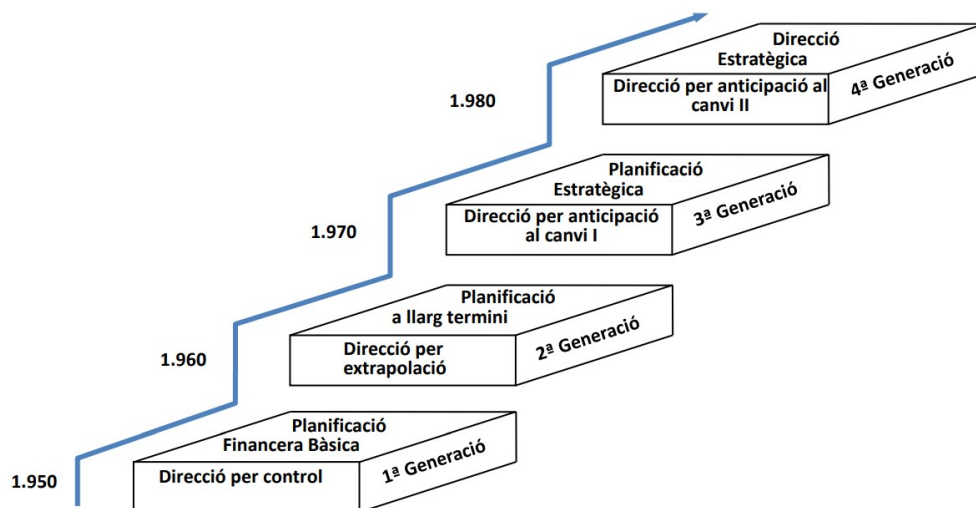


Figura 2.2: Evolució de la direcció

### 2 Components de l'estratègia

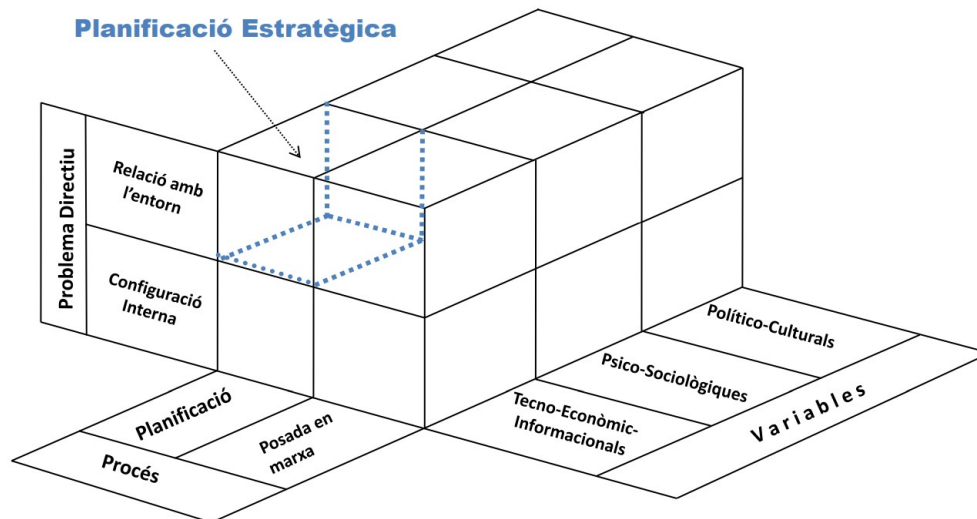


Figura 2.3: Planificació estratègica

### 3 LOCALITZACIÓ EMPRESARIAL

#### 1 Definició bàsica

La selecció d'un lloc òptim per situar les diferents plantes, oficines i centres d'activitat d'una empresa és una decisió complexa. Hi influeixen principalment dues qüestions essencials.

- El cost dels factors productius
- El millor accés que permet a la demanda al producte de l'empresa.

Mitjançant una bona localització empresarial es pretén augmentar l'eficiència i l'eficàcia empresarials que s'aconsegueix **reduint** costos de producció i/o distribució, com ara costos de transport o de personal i **optimitzant** l'accés als mercats.

Hi ha un conjunt de factors i motius generals que se solen influir en la localització de totes les empreses com: costos, existència d'infraestructures, proximitat als mercats, disponibilitat de mà d'obra o matèries primeres, etc. Que es podrien sintetitzar en:

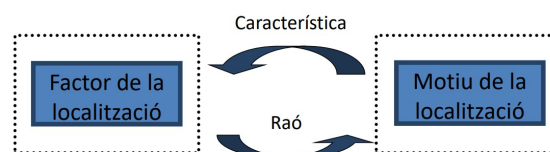


Figura 3.1: Relació **Factor-Motiu** de la localització

Cada empresa ha de decidir quins són els factors o motius rellevants depenent de les seves característiques.

Aquests factors específics dependran de l'activitat de l'empresa, de manera que la localització serà diferent si es tracta d'una empresa industrial o si és una empresa comercial o de serveis.

#### 2 Causes segons Sampedro

Segons Sampedro la decisió de la localització Empresarial està determinada per les següents causes principals:

- Detecció d'un mercat en expansió
- Detecció d'un mercat en recessió
- Esgotament dels recursos productius
- Moviments de la competència
- Moviments d'empreses o conjunts empresarials (fusió, absorció,...)

### 3 Localització industrial

L'Empresa Industrial ha d'analitzar tots aquells factors que influeixen en l'estructura de costos i ingressos per decidir el seu emplaçament. Els principals són:

- Disponibilitat i preu de sòl industrial
- L'accés a matèries primeres i altres subministraments
- L'existència de mà d'obra abundant
- Existència d'indústria auxiliar i d'assistència tècnica
- Infraestructures, transports i comunicacions
- Existència de subvencions públiques o deduccions fiscals

### 4 Localització comercial

L'Empresa Comercial ha d'analitzar tots aquells factors que influeixen en l'adequada localització dels punts de venda ja que és fonamental per maximitzar el volum d'activitat de les empreses. Els principals són:

- Proximitat al client
- Visibilitat del local
- Facilitat de comunicacions i accessos
- Competidors propers
- Cost del local
- Localització en zones amb activitats complementàries
- Nivell socioeconòmic de la zona

### 5 Deslocalització industrial

Tant en el cas de la localització industrial com en la comercial, ens trobem que moltes empreses, gràcies en gran part, al ús de noves tecnologies i millores en el transport, estan duent a terme estratègies de localització diferents a les tradicionals però que els permet accedir a nous mercats i controlar i coordinar diferents instal·lacions i serveis de l'empresa situats en llocs diversos.

La tendència actual més important quant a localització empresarial la trobem en la deslocalització empresarial. Aquesta es refereix al trasllat d'alguns o tots els serveis, processos i instal·lacions d'una empresa a enclavaments o entorns de costos laborals, d'aprovisionament, fiscals i legals més reduïts.

Una companyia es deslocalitza quan trasllada la seva producció d'un país o regió a un altre que li ofereix una combinació més favorable de costos més baixos (mà d'obra, subministraments ...), una legislació i una administració més permissives en qüestions laborals i mediambientals, i, sovint, avantatges fiscals (subvencions a la instal·lació, cessions de terrenys, exempcions d'impostos ...).



» Generalment això implica el trasllat de països més desenvolupats a altres menys desenvolupats, però la globalització ha incrementat la competència internacional per l'atracció de les inversions de capital, competència que cada vegada més es produeix entre països de nivell de desenvolupament similar.

## 4 INVERSIONS A L'EMPRESA

### 1 Concepte d'inversió

La Inversió és un acte mitjançant el qual es produeix el canvi d'una satisfacció, immediata i certa, a la qual es renuncia, contra una esperança que s'adquireix i de la qual el bé invertit n'és el suport.

És a dir, una inversió és una activitat que consisteix a dedicar recursos amb l'objectiu d'obtenir un benefici de qualsevol tipus.

En economia els recursos solen identificar-se com els costos associats. Els principals recursos són temps, treball, capital i tecnologia. Amb la qual cosa, tot el que sigui fer ús d'algun d'aquests quatre recursos amb l'objectiu d'obtenir un benefici és una inversió.

Quan es realitza una inversió s'assumeix un cost d'oportunitat en renunciar a aquests recursos en el present per aconseguir el benefici futur, el qual és incert. Per això quan es realitza una inversió s'està assumint cert risc.

### 2 Diferència entre estalvi i inversió

Anomenem estalvi a aquells diners que guardem per a poder disposar d'ells en el futur. Renunciem a gastar-lo en el present, posant-lo en un lloc segur i sense risc, però que sol generar interessos. Estem estalviant quan mantenim els nostres diners en efectiu, quan el mantenim en un compte bancari o quan ho guardem en un dipòsit, per exemple.

Anomenem inversió a aquells diners que renunciem a gastar en el present perquè en el futur ens aportin uns diners extres. Associem la inversió amb la compra d'un bé o un actiu financer, amb l'esperança d'obtenir un guany.

### 3 Classificació de les inversions

Existeixen diverses formes de classificar les inversions en una empresa.

- Segons l'horitzó temporal:
  - Curt termini: Menys d'1 any.
  - Mitjà termini: Entre 1 i 3 anys.
  - Llarg termini: Més de tres anys.
- Segons l'element en què s'inverteixi:
  - Maquinària: Tractors, robots, empaquetadores ...
  - Matèries primeres: Metalls, aliments, combustible ...
  - Elements de transport: Furgonetes, camions, cotxes ...
  - Edificis: Naus industrials, oficines, baixos comercials
  - Inversió en participacions d'altres empreses
  - Inversió en recerca i desenvolupament (R + D)
- Segons l'àmbit:
  - Empresarial
  - Personal
  - financera
- Segons la naturalesa del subjecte:
  - privada
  - Pública

- Segons l'adaptació al destinatari:  
Personalista o a mida  
Generalista o estàndard

#### 4 Les variables d'una inversió

Una inversió en termes econòmics, sigui quin sigui el seu tipus, es regeix sota tres factors fonamentals:

- El rendiment → El que guanyem
- El risc → El que podríem perdre
- El termini → El temps

#### 5 Mètodes de millora d'una inversió

Saber si una inversió és millor que una altra o altres és una cosa francament difícil. En essència, dependrà de les preferències de cada inversor. Uns consideren que una rendibilitat del 50% és molt bona i altres es conformaran amb el 10%. I més, hi ha el tema del valor absolut.

Per altra banda, hem de tenir en compte també l'aversion al risc i la paciència/impaciència de l'inversor (termini). Dit això, i tenint en compte, que no es tracta de blanc o negre, hi ha diversos mètodes per comparar diferents inversions monetàriament.

