

Unidad 4

La empresa y su entorno

«Ninguna empresa puede tener éxito sin relacionarse bien con su entorno»



Ud.4: La empresa y su entorno



► Sumario:

1. Introducción.
2. La empresa: concepto y elementos.
3. Tipos de empresas.
4. Áreas funcionales de la empresa.
5. Estructura organizativa de las empresas.
6. El entorno de la empresa.
7. La cultura de la empresa y su imagen.
8. La responsabilidad social de las empresas (RSE).

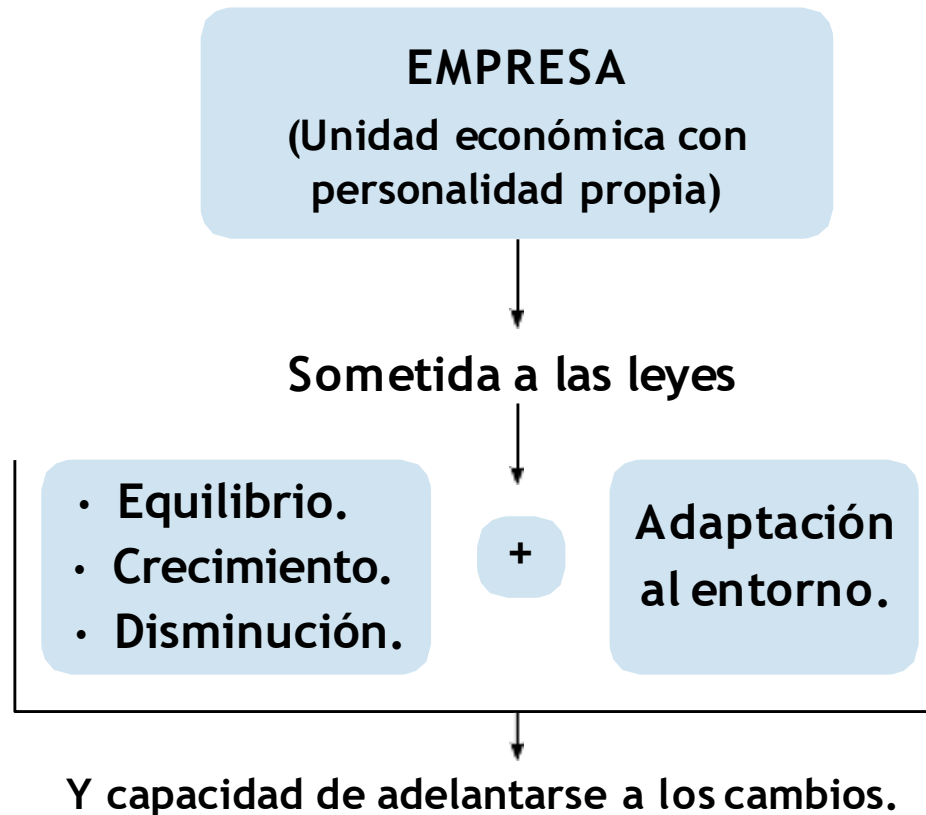
► Objetivos:

- Detectar y definir las funciones básicas que se realizan en una empresa.
- Clasificar los distintos tipos de empresas.
- Identificar los elementos del entorno de una empresa.
- Definir los principales componentes del entorno general que rodean a la empresa.
- Valorar y sopesar la importancia de los principales integrantes del entorno específico de una empresa tales como los clientes.
- Comprender la importancia del análisis DAFO.
- Entender y valorar los conceptos de cultura empresarial e imagen corporativa.

Ud.4: La empresa y su entorno



1. Introducción



Ud.4: La empresa y su entorno



2. La empresa: conceptos y elementos

- **Definición de empresa según el DRAE:** «unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos».
- **Principales características de una empresa:**

Personas	→	Coordinadas a través de grupos de trabajo y cada una tiene una función.
Factores de producción	→	Elementos necesarios para producir (factor trabajo, maquinaria, capital...).
Rentabilidad	→	La obtención de beneficio es la prioridad de cualquier empresa.
Objetos	→	Productividad, seguridad, calidad, rentabilidad...
Dirección	→	Une todos los elementos de la empresa con el fin de conseguir los objetivos globales.



Ud.4: La empresa y su entorno



2.1. Elementos de la empresa

Capital instrumental

- **Capital técnico**: elementos que permanecen largo tiempo en la empresa (instalaciones, maquinaria ...).
- **Capital financiero**: recursos financieros líquidos que componen la tesorería de la empresa.

Elemento humano

- **Trabajadores**: ofrecen su fuerza laboral y conocimientos a cambio de un salario.
- **Directivos**: su función es dirigir el proceso productivo.
- **Propietarios del capital o socios**: pueden tener control de la empresa o ser simplemente inversores financieros.

la organización

Es la **estructura orgánica** dividida en áreas o niveles.

El entorno

Tiene una estrecha **relación con la empresa** a través de clientes, proveedores, distribuidores, organismos públicos...

Clic@

Factores de Producción "Inputs"

https://www.youtube.com/watch?v=HnIWzc0Ai_Q&t=1s

Ud.4: La empresa y su entorno



3. Tipos de empresa

Según su función básica	<ul style="list-style-type: none">• Industriales: textiles, automoción, siderúrgicas...• Comerciales: grandes almacenes, hipermercados, comerciales de muebles...• De servicios: peluquerías, seguros, transporte...
Según su actividad y objeto	<ul style="list-style-type: none">• Sector primario: agropecuarias (agrícolas, pesqueras, ganadera y forestal) y extractivas (minera).• Sector secundario: empresas industriales y de la construcción.• Sector terciario: empresas de transportes, comerciales, servicios, educación, ...
Según la titularidad del capital de la empresa	<ul style="list-style-type: none">• Empresa pública: como el Estado, CCAA o un Ayuntamiento.• Empresa privada: su capital pertenece a una persona física o jurídica privada.• Empresa mixta: con capital público y también privado.
Según la dimensión de la sociedad	<ul style="list-style-type: none">• Microempresa: entre 0 y 9 trabajadores.• Empresa pequeña: entre 10 y 49 trabajadores.• Empresa mediana: entre 50 y 249 trabajadores.• Empresa grande: más de 250 trabajadores. <p>Nota: el 99,9% de las empresas de país son PYMES (0-249 trabajadores).</p>
Por el origen de su capital mayoritario	<ul style="list-style-type: none">• Nacionales. Ejemplo: Mercadona.• Extranjeras. Ejemplo: Carrefour.• Multinacionales. Ejemplo: Ford o Nissan.

Ud.4: La empresa y su entorno



4. Las áreas funcionales de una empresa

Área	Características de la misma
Producción	<ul style="list-style-type: none">• Funciones de fabricación o transformación y aprovisionamiento.• Proceso de transformación: entran inputs (materias primas o semielaboradas) y se convierten en outputs. (Productos acabados o elaborados).
Económico-Financiera	<ul style="list-style-type: none">• Función: obtener los recursos financieros necesarios para cumplir los objetivos de la organización (propios o ajenos).
Comercial y Marketing	<ul style="list-style-type: none">• Función: proyecta la empresa hacia el exterior. Es necesario conocer el mercado en cuanto a tamaño y también conocer la estructura del mercado (consumidores, competencia y los intermediarios) para establecer el plan de empresa:<ul style="list-style-type: none">• Los objetivos comerciales.• La cuota de mercado a alcanzar.• La cifra de ventas prevista a corto y medio plazo.
Organización y RRHH	<ul style="list-style-type: none">• Organización: diseño, mantenimiento y modificación de la estructura de la empresa para lograr sus objetivos (desarrollo organizativo para la cultura y valores).• RRHH: define las necesidades de personal para la empresa.
Administración	<ul style="list-style-type: none">• Función: interpretación de acuerdos, administración de fondos sociales y administración de personal (nóminas, relaciones con la administración y seguridad social, control de presencia).



Ud.4: La empresa y su entorno



5. Estructura organizativa de la empresa

Definición de organigrama: representación gráfica de la jerarquía o estructura formal de la organización.

Clic@

La empresa horizontal

<https://www.youtube.com/watch?v=mD7lfsYgzCY>

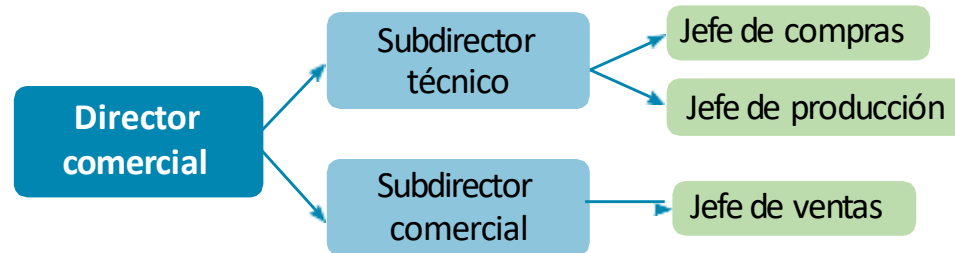
Horizontales	Se ordenan de izquierda a derecha de forma que los superiores jerárquicos de la organización se sitúan a la izquierda y los inferiores a la derecha. Figura 5.1.1.
Verticales	Son los más comunes y utilizados, en ellos la jerarquía aparece ordenada de arriba abajo. El superior jerárquico aparece en la parte superior. Figura 5.1.2.
Circulares o concéntricos	Estos organigramas se representan mediante círculos concéntricos. Se leen desde dentro hacia fuera, de tal forma que el cargo de mayor jerarquía aparece en el centro del mismo. Figura 5.1.3.

Ud.4: La empresa y su entorno

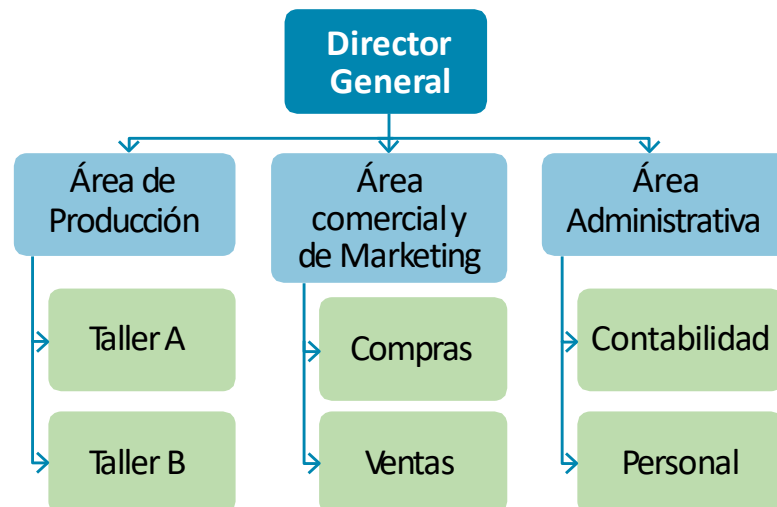


5. Estructura organizativa de la empresa

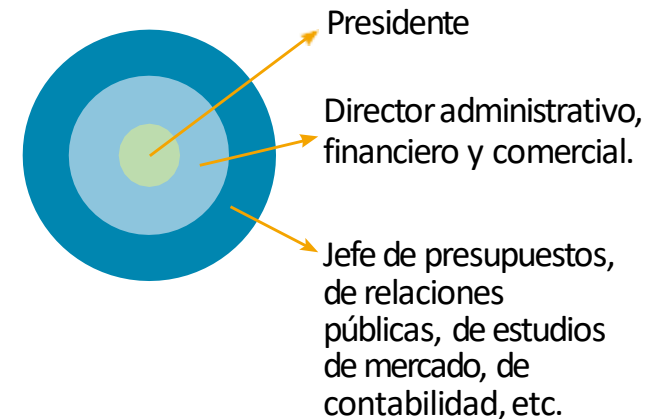
5.1.1. Organigrama horizontal



5.1.2. Organigrama vertical



5.1.3. Organigrama circular



Ud.4: La empresa y su entorno



5. Estructura organizativa de la empresa

5.2. Nuevas técnicas organizativas

Círculos de calidad	Reunión de trabajadores para hablar sobre la empresa y realizar un informe.
Just in time	Fabricarlo que se necesita para eliminar stocks.
Planificación y control de la producción informatizada	Preparación para un proceso de trabajo: programación de tareas, control de existencias y de almacenes.
Análisis del control	Detecta los costes de cada fase del trabajo para conseguir un producto al menor coste posible.
Control total de calidad	Búsqueda de la excelencia.
Estudio de tiempo informatizados	Calcula los tiempos de trabajo por cronometraje o MTM (Medida de Tiempo de los Métodos).
Enriquecimiento de tareas	Añade motivadores para hacerlo más satisfactorio sustituyendo operaciones simples y repetitivas por una mayor formación y responsabilidad para desempeñarlo.
Muestreo de trabajo	Utilización de la estadística muestral para obtener información básica para introducir medidas organizativas.

Ud.4: La empresa y su entorno



6. El entorno de la empresa

Definición de entorno: «todos aquellos factores externos a la empresa que tienen una influencia significativa en su estrategia empresarial».

Tipos de entornos: en función de la naturaleza o de la forma en que el entorno se manifiesta en la empresa podemos distinguir dos niveles de entorno:

- El entorno general o macroentorno.
- El entorno específico o microentorno.

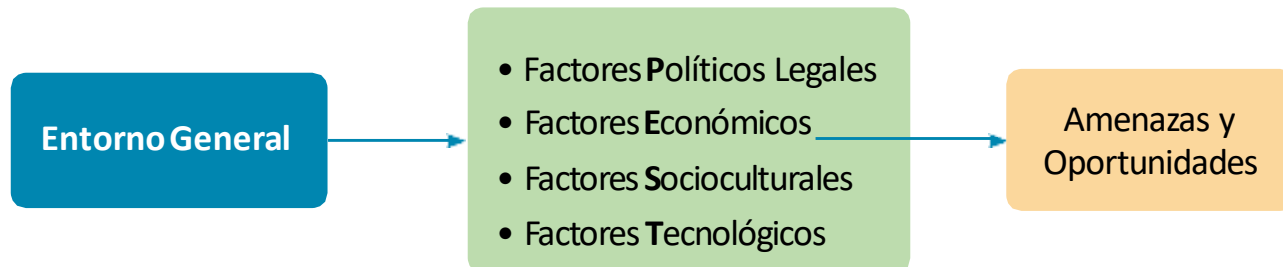


Ud.4: La empresa y su entorno



6.1. Entorno general o macroentorno

Son factores de carácter macroeconómico, externos a la empresa sobre los que la organización no tiene capacidad de control, pero sí que puede analizarlos para tratar de minimizar sus **AMENAZAS**, o potenciar las **OPORTUNIDADES** que pueden llegar a representar.



Clic@

Análisis PEST: amenazas y oportunidades

<https://www.youtube.com/watch?v=sUdwKu8Dijw>

Ud.4: La empresa y su entorno



6.1. Entorno general o macroentorno

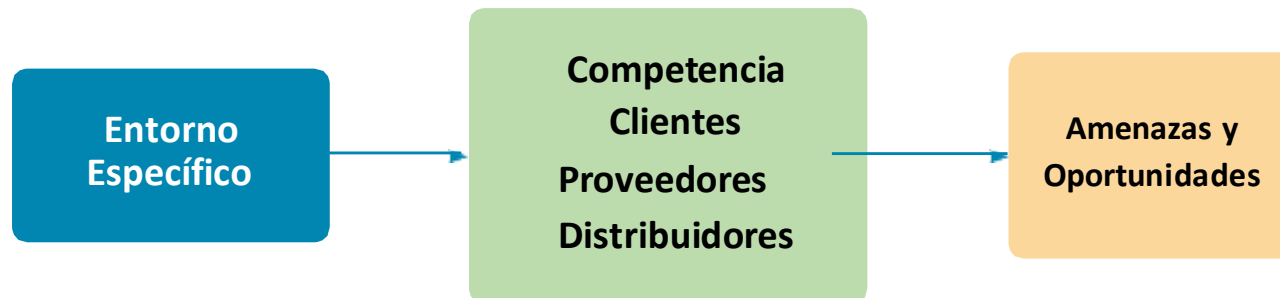
Análisis entorno general	
Factores PEST	
Políticos y legales	<ul style="list-style-type: none">• Ofrecer una política de incentivos y exenciones fiscales a los emprendedores.• Introducir cambios en la legislación laboral, fiscal, mercantil, patentes y marcas, etc.• Favorecer o endurecer las transacciones comerciales con otros países.
Económicos	<ul style="list-style-type: none">• En etapas de recesión se contrae la demanda de productos.• En etapas de bonanza económica se incrementa la demanda.• La subida o bajada del IRPF, IVA o impuestos locales.
Socioculturales	<ul style="list-style-type: none">• El valor del ocio y la cultura.• Envejecimiento de la población.• La soledad como estilo de vida.• Los nuevos hábitos de consumo.• La demanda de energías renovables.• Incremento del peso de la mujer en el mundo laboral.
Tecnológicos	<ul style="list-style-type: none">• Deben incrementar la inversión en I+D+I.• Implantar nuevos sistemas productivos que impliquen reducción de costes.• Destinar más recursos a la formación de los trabajadores en las nuevas tecnologías.

Ud.4: La empresa y su entorno



6.2. Entorno específico o microentorno

Se refiere al entorno más próximo a la empresa que pretendemos poner en marcha y sobre el que podemos tener **más capacidad de control**. A diferencia del entorno general que afecta a todas las empresas, el entorno específico afectará a todas las empresas del mismo sector.



Clic@

Microentorno Empresarial

<https://www.youtube.com/watch?v=btW0ZC74wc0>

Ud.4: La empresa y su entorno



6.2. Entorno específico o microentorno

Análisis entorno específico		
Competencia	Clientes	Proveedores y distribuidores
<ul style="list-style-type: none">• Ubicación.• Número competidores.• Productos o servicios que comercializa.• Precio de venta al público.• Horarios y personal contratado.• Factores diferenciadores que utiliza.• Puntos débiles.• Tipo de clientes.• Proveedores y distribuidores que emplea.• Cuota de mercado y antigüedad en el mismo.• Amenaza de entrada de nuevos competidores.	<ul style="list-style-type: none">• Ubicación.• Sexo.• Edad.• Gustos y aficiones.• Poder adquisitivo.• Qué compran.• Cuándo, cuánto y dónde compran.• Qué medios de pago utilizan.• Grado de fidelización.• Grado de acceso a las nuevas tecnologías.• Tipos de familia y número de miembros.• Situación laboral.	<ul style="list-style-type: none">• Ubicación.• Número.• Experiencia.• Plazos de entrega.• Gastos asumibles.• Devoluciones postventa.• Garantías que ofrece.• Poder de negociación.• Costes totales• Aplazamiento de pagos.

Ud.4: La empresa y su entorno



6.3. El entorno y los cambios

Entornos estables o dinámicos	<ul style="list-style-type: none">• Los entornos estables: no cambian mucho en cuanto a sus características o son fáciles de predecir. Por ejemplo, un taller de reparación de vehículos.• Los entornos dinámicos: sufren cambios continuamente por lo que resultan inciertos e imprevisibles. Por ejemplo, las telecomunicaciones.
Entornos simples o complejos	<ul style="list-style-type: none">• Entorno simple: los cambios son fáciles de entender. Ejemplo: una papelería.• Entorno complejo: los cambios suponen mayor dificultad de comprensión. Ejemplo: ingeniería industrial, donde los cambios son más complicados de entender.
Entornos favorables u hostiles	<p>El criterio de la hostilidad va a depender de las relaciones con los grupos de poder (gobierno, medios de comunicación, sindicatos, etc.), la competencia del sector, la disposición de recursos naturales, etc.</p> <ul style="list-style-type: none">• Entornos muy favorables: las empresas de productos farmacéuticos ya que sus productos son necesarios y tienen asegurada la venta de los mismos.• Mercados más hostiles: las constructoras, ya que la venta de inmuebles tiene muchas fluctuaciones.

Ud.4: La empresa y su entorno



6.4. Análisis DAFO

	Positivos	Negativos
Interno	F Fortalezas	D Debilidades
Externo	O Oportunidades	A Amenazas

Ud.4: La empresa y su entorno



6.4. Análisis DAFO

ANÁLISIS

D

Son factores **INTERNOS** que representan **DEBILIDADES** frente a la competencia:

- Falta de experiencia.
- Escasa plantilla.
- Atraso en I+D+I.
- Poca cualificación.
- Falta de dirección.
- Falta de liquidez.
- Costes productivos altos.
- Instalaciones obsoletas.
- Escasez de productos.

A

Son factores **EXTERNOS** que representan **AMENAZAS** frente a la competencia:

- Entrada nuevos competidores.
- Política fiscal restrictiva.
- Escasez financiación bancos.
- Fuerte poder negociación proveedores.
- Muchos productos sustitutivos.
- Gran dependencia de I+D+I.

F

Son factores **INTERNOS** que representan **FORTALEZAS** frente a la competencia:

- Ventaja en costes.
- Personal muy cualificado.
- Excelente tecnología.
- Variedad e innovación de productos.
- Buena campaña publicidad.
- Gran capacidad económica.

O

Son factores **EXTERNOS** que representan **OPORTUNIDADES** frente a la competencia:

- Sector con baja competencia.
- Eliminación de barreras comerciales.
- Atender la demanda externa.
- Producto con incentivos fiscales.
- Entrar en un nuevo mercado.
- Ayudas/subvenciones a la exportación.

Ud.4: La empresa y su entorno



6.4. Análisis DAFO

Tipo de estrategias

FA o Defensiva	La empresa contrarresta las AMENAZAS EXTERNAS con las FORTALEZAS INTERNAS .
FO o Ofensiva	La empresa suma a las OPORTUNIDADES EXTERNAS las FORTALEZAS INTERNAS (situación muy favorable).
DA o Supervivencia	La empresa debe enfrentarse a las AMENAZAS EXTERNAS con DEBILIDADES INTERNAS .
DO o Reorientación	La empresa debe reorientar sus recursos (presenta DEBILIDADES INTERNAS) para tratar de aprovechar las OPORTUNIDADES EXTERNAS .

Clic@

Análisis DAFO/FODA

<https://cutt.ly/fywYgQZ>

<https://cutt.ly/xywYb2I>

Ud.4: La empresa y su entorno



7. La cultura de la empresa y su imagen

Cuatro acciones que refuerzan la cultura empresarial:

Selección	Buscar trabajadores que encajen con la cultura corporativa. Es decir, con los principios y valores que la empresa quiere transmitir.
Alineación	Los empleados tienen que estar alineados a la misión de la compañía. Deben compartir el objetivo que se ha marcado la empresa.
Toma Decisiones	Tienen que tener libertad para aportar ideas y autonomía para tomar decisiones.
Trabajo en Equipo	La organización tiene que conseguir que todos sus trabajadores se vean como una parte de un todo. Cada miembro del equipo es indispensable y trabaja para el conjunto, no para sí mismo.

Ud.4: La empresa y su entorno



7. La cultura de la empresa y su imagen

Imagen corporativa

Nombre de la empresa	Es la primera impresión y se recomienda que tenga relación con la esencia del negocio.
Logo	Su función principal es representar a una compañía. Existen tres tipos: <ul style="list-style-type: none">• Logotipo compuesto solo por palabras.• Isotipo compuesto solo por imágenes.• Isologotipo compuesto por palabras e imágenes.
Slogan	Tiene que resaltar los principales beneficios del producto o del servicio que la empresa ofrece.
Sitios web	Se crean y diseñan para fortalecer la imagen de su empresa. El diseño debe ser fácil y sencillo que anime a los usuarios hacia la compra.

Clic@

6 Ejemplos de Cultura Corporativa + 10 secretos ocultos en los logotipos de marcas famosas

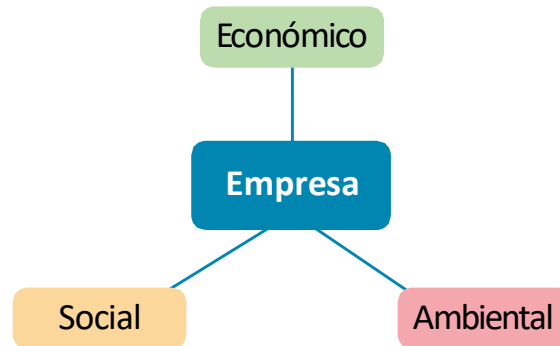
<https://cutt.ly/wywYXxY>

<https://acortar.link/xDmsRN>

Ud. 4: La empresa y su entorno



8. Responsabilidad social de la empresa



Económico	Hace referencia a un desarrollo económico sostenible, actuación en el mercado y control de los impactos económicos indirectos.
Social	Protege los derechos humanos, la no discriminación, la libertad de asociación, no a la explotación infantil, seguridad en el trabajo...
Ambiental	Control sobre las emisiones y vertidos a los espacios naturales, impactos en materiales y energía, tratamiento correcto de los residuos, biodiversidad...

Ud.4: La empresa y su entorno



8. Responsabilidad social de la empresa



Clic@

RSE

https://www.youtube.com/watch?v=_5uiH5fmYwo

Ud.4: La empresa y su entorno



8.1. La RSE en las PYMES

RSE

Orientada a

- Los trabajadores
- La sociedad
- Medio Ambiente
- Mercado

Clic@

Global Reporting Initiative

<https://www.globalreporting.org/>

Ud.4: La empresa y su entorno



8.1. La RSE en las PYMES

Aunque la RSE suele ser analizada en el contexto de las grandes empresas, es también una herramienta estratégica para aumentar la competitividad de las Pymes. Podemos establecer cuatro campos de actuación:

- **Actividades de RSE orientadas hacia los trabajadores/as.** El enfoque hacia los empleados/as incluye:
 - Mejora de las condiciones laborales (incluida la seguridad y salud laboral) y la satisfacción en el trabajo.
 - Conciliación de la vida laboral y familiar.
 - Igualdad de oportunidades.
 - Formación y desarrollo de la plantilla (incluida la planificación de la carrera profesional).
 - Comunicación/información a los empleados y participación en las decisiones de la empresa.
 - Remuneración justa y responsable. Apoyo económico para los trabajadores (por ejemplo: sistemas de pensiones, préstamos sin interés).
- **Actividades de RSE orientadas hacia la sociedad.** El enfoque hacia la sociedad significa:
 - Mejora de las infraestructuras locales.
 - Donaciones en metálico o en especie a instituciones sociales como: escuelas, hospitales, asociaciones medioambientales, organizaciones culturales, clubes deportivos, etc.
 - Apoyo a la sociedad en el sentido amplio de la palabra.

Ud.4: La empresa y su entorno



8.1. La RSE en las PYMES

- Actividades de RSE orientadas hacia el medio ambiente. El respeto hacia el medio ambiente implica:
 - Diseño de productos o procesos productivos respetuosos con el medio ambiente.
 - Uso eficiente de los recursos.
 - Reducción de residuos y de polución.
 - Realización de una «evaluación ecológica» de los proveedores respecto a sus estándares medioambientales.
 - Concienciar a todas las partes implicadas en la organización (proveedores, clientes, distribuidores, trabajadores/as) de la importancia que tiene la protección del medio ambiente para las generaciones venideras.
- Actividad de RSE orientada al mercado. El enfoque se dirige a todos los agentes que actúan en el mercado:
 - Políticas de precio justo.
 - Publicidad ética.
 - Remuneración sin retrasos a proveedores, distribuidores, etc.
 - Actividades para mejorar la calidad o seguridad de los productos.
 - Apoyo a la creación de alianzas empresariales a nivel local/regional.

Ud.4: La empresa y su entorno



RETO – PLAN DE EMPRESA



Ficha 4. La Empresa y su entorno

Objetivo: diseñar la estructura que adoptará la empresa en base a la incidencia de su entorno.

Puntos a desarrollar:

1. Localización

Empezaréis por determinar cuál ha sido la ubicación elegida y qué os ha llevado a tomar esta decisión. (Mediante Google Maps adjuntar plano de localización).

2. Tipo y tamaño de empresa

Explicar los criterios (económicos, técnicos, organizativos, etc) que habéis seguido para determinar el tipo de empresa, así como el tamaño de la misma: micro, pequeña, mediana, grande. (Se adjuntará plano de distribución del local).

3. Estructura y funciones

Desarrollar el organigrama de puestos (horizontal, vertical, circular, etc.) y las funciones o áreas de actividad de cada uno de los departamentos previstos.

4. Entorno general o macroentorno

Teniendo en cuenta la tabla del entorno general, analizar cada uno de los factores macroeconómicos para ver como pueden influir en vuestra futura organización.

5. Entorno específico o microentorno

Supone realizar un análisis lo más exhaustivo posible de los agentes con los que interactuaréis en el entorno más cercano. Siguiendo la tabla del entorno específico desarrollar los puntos que aparecen en el mismo.

6. Análisis DAFO

Tras la información obtenida en los apartados anteriores, estáis en disposición de preparar una matriz DAFO. Por último, terminaréis este apartado indicando la estrategia que vais a emplear respecto a la competencia:



Matriz DAFO

- Estrategia FA o Defensiva.
- Estrategia FO u Ofensiva.
- Estrategia DA o de Supervivencia.
- Estrategia DO o de Reorientación.

Notas

En la Web «Clic@ en la pestaña IPEII» y consulta las pautas para realizar la ficha y ejemplos de planes de negocio. Todos los recursos están clasificados por unidades.

Clic@<https://www.flexibook.es/?p=7887>.