

TEMA 4 : LA EMPRESA Y SU ENTORNO

Prof. Dra. AURORA GARRIDO MORENO
Asignatura: ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

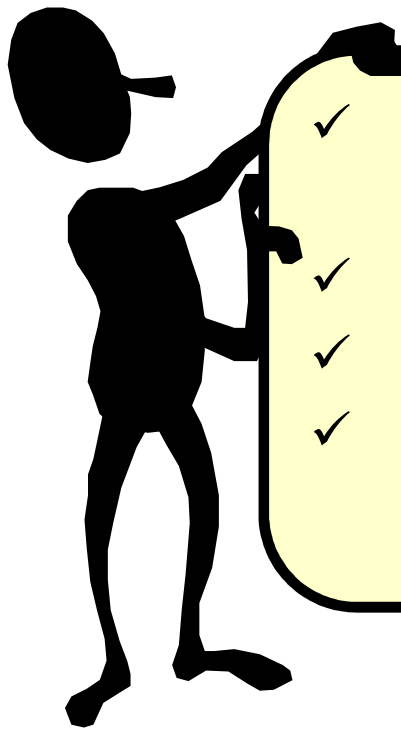


E.T.S. INGENIERÍA
INFORMÁTICA



UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

OBJETIVOS QUE SE PRETENDEN CONSEGUIR



- ✓ Relacionar los conceptos de empresa y mercado.
- ✓ Describir los tipos de entorno.
- ✓ Introducir técnicas de análisis del entorno.
- ✓ Definir y comprender el concepto de Responsabilidad Social de la Empresa.



ESTRUCTURA DEL TEMA

1. La empresa y el mercado
2. Concepto y tipología del entorno
3. Factores del entorno y sus efectos en la empresa
4. Responsabilidad social de la empresa

LA EMPRESA Y EL MERCADO

- Economía actual: orientación de la empresa al mercado
- **Mercado** → medio exterior donde la empresa realiza sus intercambios económicos. Doble perspectiva:
 - Carácter geográfico: lugar geográfico en el que se realizan un conjunto de intercambios.
 - Carácter económico o institucional: conjunto de elementos que intervienen y justifican su existencia económica. Estos elementos son:
 - ✓ Agentes participantes: compradores y vendedores
 - ✓ Producto
 - ✓ Precio
 - ✓ Condiciones contractuales: contrato verbal o escrito, pago al contado o aplazado.

LA EMPRESA Y EL MERCADO

- Concepto clave para entender el funcionamiento de la economía de mercado
- **Competencia:** grado de rivalidad existente entre la concurrencia de un mercado.
- **Concurrencia:** existencia de un número significativo de vendedores y compradores con libertad de acceso, que contribuyen a formar el equilibrio entre oferta y demanda del que depende el precio del mercado.

LA EMPRESA Y EL MERCADO

- La **competencia** es el grado de rivalidad existente entre la que persigue vender sus productos al mejor precio posible.
- En una economía de mercado: ley de oferta y demanda:
 - ✓ Competencia perfecta: producto homogéneo, información perfecta, el comprador actúa con indiferencia respecto a unos u otros bienes y servicios.
 - ✓ Competencia monopolista: cada empresa actúa diferenciando su producto, con lo que logra un cierto poder de mercado. Ejemplo: sectores marquistas (confección, alimentación).
 - ✓ Oligopolio: la existencia de pocos concurrentes lleva a que puedan detentar algún poder de mercado (Ej: telefonía móvil).
 - ✓ Monopolio: un único vendedor o comprador. (Ej: suministro servicios públicos).

LA EMPRESA Y EL MERCADO

- En la práctica es frecuente la **competencia imperfecta**: las empresas poseen un cierto poder de mercado, pudiendo influir sobre los precios o diferenciarse de la competencia.

Formas competitivas de mercado

Demanda\Oferta	Muchos	Pocos	Uno
Muchos	Competencia perfecta (pero si ofrecen un pdcto diferenciado sería competencia monopolística)	Oligopolio de oferta	Monopolio de oferta
Pocos	Oligopolio de demanda	Oligopolio bilateral	Monopolio limitado de oferta
Uno	Monopolio de demanda	Monopolio limitado de demanda	Monopolio bilateral

CONCEPTO Y TIPOLOGÍA DEL ENTORNO

- La empresa es un sistema abierto.

Entorno: Condiciones ambientales o fuerzas que influyen directa o indirectamente en las empresas y que éstas no pueden controlar.

Dimensiones del entorno

GENERAL
ESPECÍFICO

Niveles del entorno

GLOBAL
INTERNACIONAL
PAÍS
REGIONAL
LOCAL

CONCEPTO Y TIPOLOGÍA DEL ENTORNO

1. **Entorno general:** afecta a todas las empresas, independientemente del sector donde desarrollen su actividad.

Dimensiones del entorno general → Análisis PEST

1. Dimensión socio-cultural: factores que explican la estructura social y cultura (ética del trabajo, tradiciones, conflictividad social).
2. Dimensión económica: tasas de paro, tipos de interés, inflación, productividad, infraestructuras, situación competitiva del mercado.
3. Dimensión tecnológica: infraestructura científica, tejido industrial, política de innovación, presupuestos I+D.
4. Dimensión político-legal: situación política, legislación laboral y fiscal, subvenciones para crear empresas.

CONCEPTO Y TIPOLOGÍA DEL ENTORNO

Factores técnicos

Factores económicos:

Tipos de interés, tasa de inflación, ciclo económico, desempleo, renta disponible....

Factores tecnológicos:

Nivel de desarrollo tecnológico de un país, gasto en I+D, innovaciones en productos y/o procesos productivos, tasa de informatización....

Factores humanos

Factores político-legales:

Legislación que afecte a la actividad de las empresas (laboral, impositiva, medio ambiente...), sistema de gobierno, papel y fuerza sindical...

Factores socio-culturales:

Estilos de vida, tendencia de las preocupaciones sociales (salud, ecología...), inter-culturalidad, mujer y trabajo...

Empresa

ACTIVIDAD

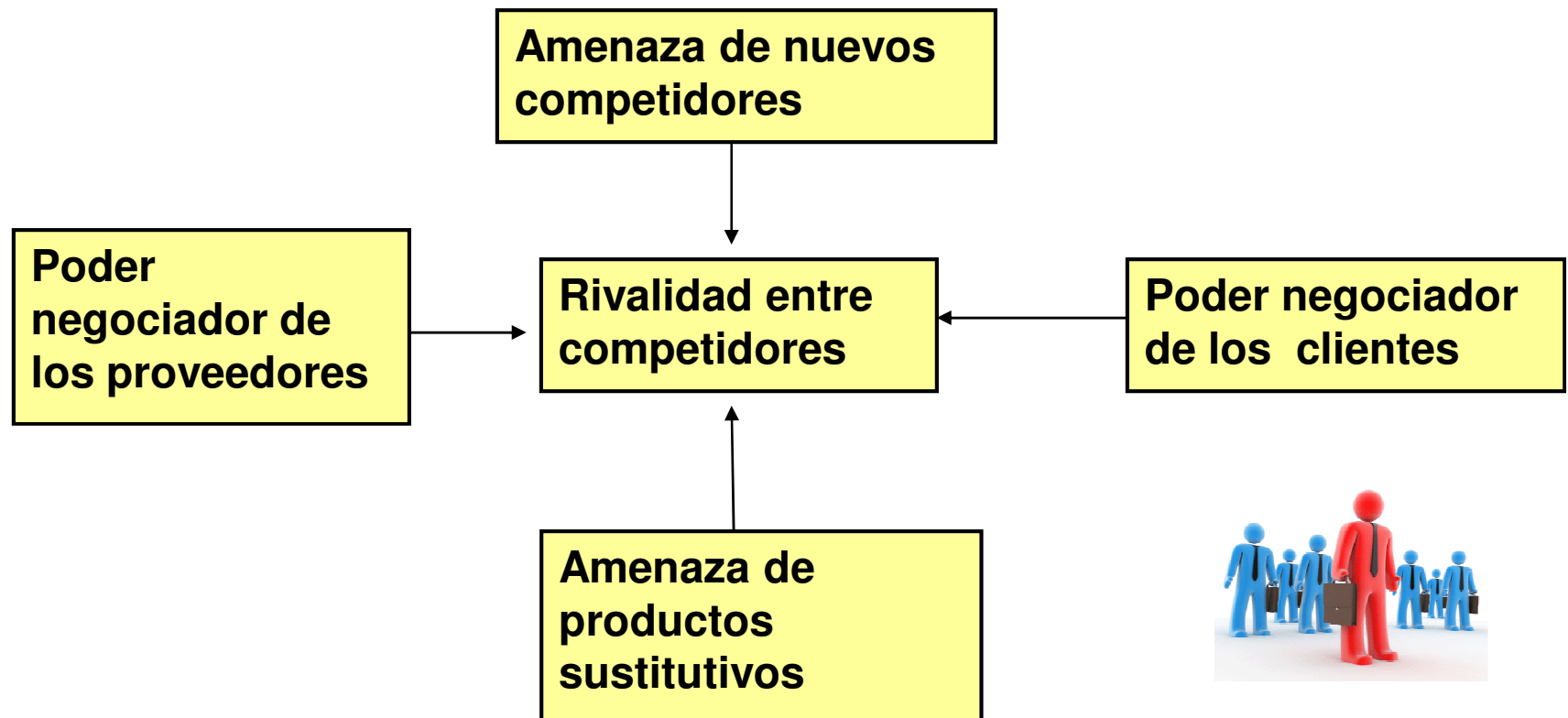
- Clasifique los siguientes factores, dentro de sus categorías para el análisis PEST:

- ✓ **Inestabilidad política**
- ✓ **Tendencia al envejecimiento de la población**
- ✓ **Alto nivel de desempleo**
- ✓ **Madurez tecnológica y disponibilidad de tecnología**
- ✓ **Incentivos fiscales para la creación de empresas**
- ✓ **Tipos de interés en aumento**
- ✓ **Legislación medioambiental restrictiva**
- ✓ **Facilidad de encontrar trabajadores con formación adecuada**
- ✓ **Clientes experimentados e informados: gran exigencia de calidad**

CONCEPTO Y TIPOLOGÍA DEL ENTORNO

2. **Entorno específico:** hace referencia al sector o rama de actividad a la que pertenece la empresa.

Modelo de las fuerzas competitivas de M. Porter:



CONCEPTO Y TIPOLOGÍA DEL ENTORNO

1. Amenaza de productos sustitutivos

Productos sustitutivos: son aquellos que siendo técnicamente diferentes tienen la misma utilidad (cubren las mismas necesidades) que el producto al que sustituyen.

- **La amenaza de sustitución depende de:**
 - El grado de sustitución
 - Los precios relativos
 - El grado de diferenciación de los productos



CONCEPTO Y TIPOLOGÍA DEL ENTORNO

2. Amenaza de nuevos competidores: empresas que desean entrar en un sector determinado.

- Las empresas intentarán entrar en un sector si resulta atractivo y si pueden vencer las llamadas **barreras de entrada**. Son barreras de entrada:
 - ✓ Las economías de escala
 - ✓ Los productos diferenciados
 - ✓ Las ventajas del primer entrante
 - ✓ El acceso a los canales de distribución
 - ✓ La existencia de barreras administrativas y legales
 - ✓ Las necesidades de capital



CONCEPTO Y TIPOLOGÍA DEL ENTORNO

3. Rivalidad entre competidores

- **Indicadores de la rivalidad:**
 - ✓ Intensas campañas de marketing
 - ✓ Constante innovación de los productos
 - ✓ Constantes recortes de precios
 - ✓ Acciones y reacciones entre los competidores
- **El grado de rivalidad viene determinado por:**
 - ✓ El número y el tamaño de los competidores
 - ✓ La diferenciación de los productos
 - ✓ El exceso de capacidad
 - ✓ Las barreras de salida



CONCEPTO Y TIPOLOGÍA DEL ENTORNO

4. **Poder negociador de proveedores/clientes:**

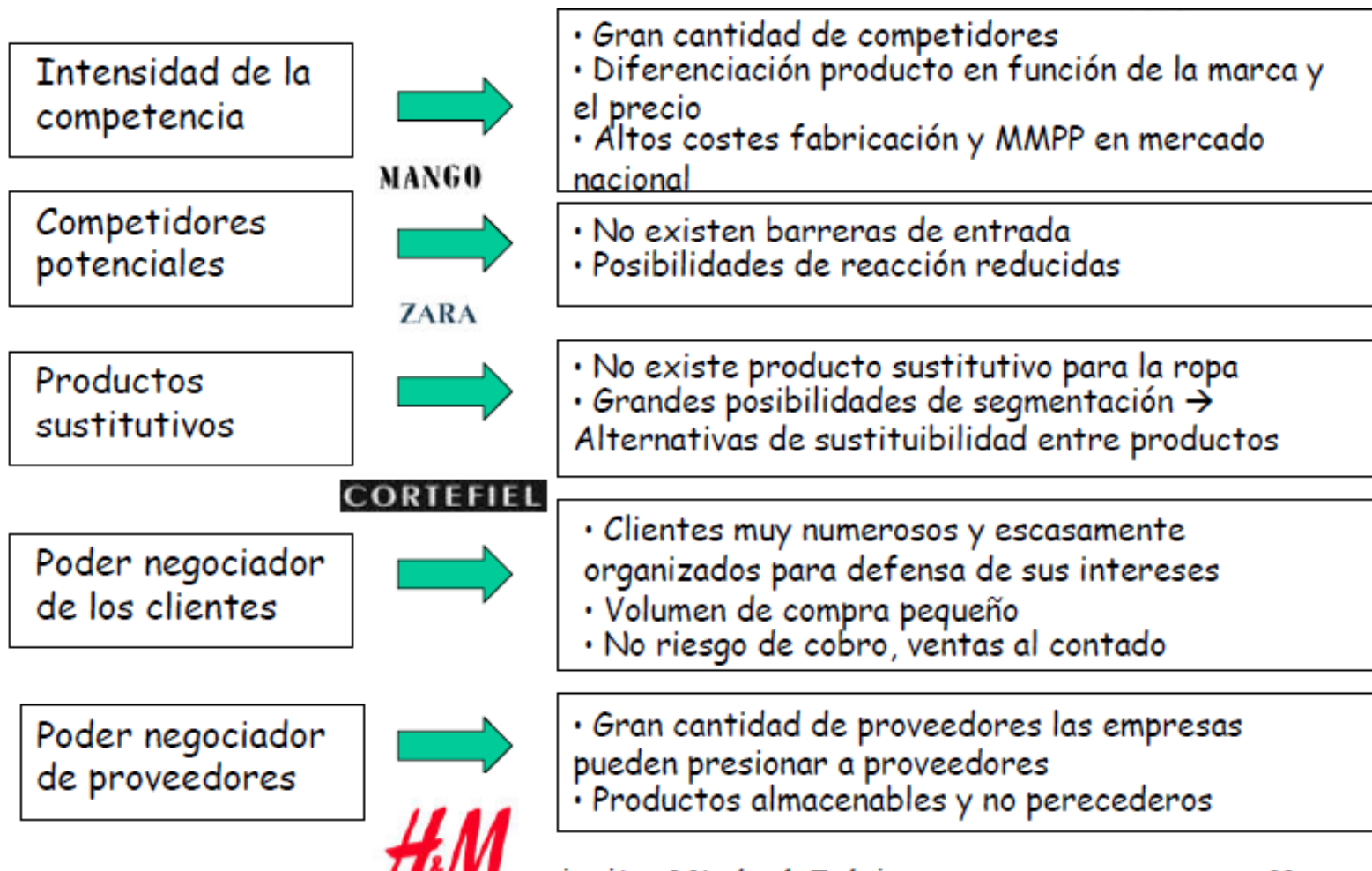
capacidad que los proveedores/clientes tienen para influir en las decisiones de una empresa.

- El mayor o menor poder negociador de los mismos dependerá de:
 - ✓ Número y tamaño del cliente/proveedor
 - ✓ Importancia del cliente/proveedor para la empresa
 - ✓ Información que el cliente/proveedor tenga de la empresa
 - ✓ Posibilidad de integración vertical
 - ✓ Diferenciación de los productos



CONCEPTO Y TIPOLOGÍA DEL ENTORNO

• EJEMPLO: SECTOR DISTRIBUCIÓN TEXTIL



H&M

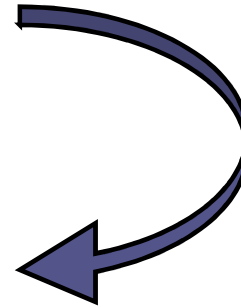
FACTORES DEL ENTORNO Y SUS EFECTOS EN LA EMPRESA

AÑOS 2000: El entorno se caracteriza por ...

Su grado de **DINAMICIDAD**

Su grado de **DISCONTINUIDAD**

Su grado de **AMBIGÜEDAD**



ESTAMOS EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN
Y DEL CONOCIMIENTO

FACTORES DEL ENTORNO Y SUS EFECTOS EN LA EMPRESA

- Dinamicidad: se producen muchos cambios a gran velocidad (cambia el nº de competidores, gustos de clientes, aparecen nuevos productos).
- Discontinuidad: los cambios se producen sin una tendencia clara (entorno turbulento, difícil de prever).
- Ambigüedad: gran incertidumbre, no existen alternativas claras de decisión que garanticen el éxito empresarial.
- Estas características han afectado a la mayoría de los factores del entorno, produciendo unos efectos en la empresa conocidos como amenazas y oportunidades.

FACTORES DEL ENTORNO Y SUS EFECTOS EN LA EMPRESA

- **Amenazas:** impactos negativos sobre la empresa.
 - ✓ Fuerzas que amenazan la seguridad y los objetivos de la empresa.
 - ✓ Ejemplos: aparición de nuevos competidores, productos sustitutivos, descenso del nivel de consumo.
- **Oportunidades:** impactos positivos
 - ✓ Ayudan a crecer y mejorar los resultados.
 - ✓ Ejemplos: disminución del nº de competidores, la empresa encuentra un mercado no explotado...
- El análisis que recoge el posible efecto de los factores del entorno en la empresa, así como el diagnóstico interno de la misma es el **análisis DAFO.**

FACTORES DEL ENTORNO Y SUS EFECTOS EN LA EMPRESA

- Mediante el DAFO se realiza un doble diagnóstico de la empresa:



A partir del análisis DAFO se definen las estrategias posibles para alcanzar los objetivos



DIRECCIÓN ESTRATÉGICA



FACTORES DEL ENTORNO Y SUS EFECTOS EN LA EMPRESA

EJEMPLO: ANÁLISIS DAFO CLUSTER EMPRESAS TIC

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Elevado nivel de competitividad del sector ❖ Empresas TIC especialistas en una amplia gama de sectores productivos ❖ Costes moderados ❖ Red de Centros Tecnológicos y Universidades ❖ Asociacionismo creciente y en consolidación 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Escaso nivel de cooperación y comunicación intrasectorial e intersectorial ❖ Fragmentación y tamaño de la empresas del sector ❖ Escaso nivel de internacionalización de las pymes TIC valencianas ❖ Políticas débiles del fortalecimiento del capital humano y retención del talento
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Globalización ❖ Constante desarrollo tecnológico ❖ Administración Pública como demandante de servicios TIC ❖ Proceso de cambio social hacia las nuevas tecnologías ❖ Respaldo por parte de la Administración Pública 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Llegada de grandes empresas que bajan al mercado pyme ❖ Entorno muy competitivo de elevada rivalidad ❖ Coyuntura económica

RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA

- Tradicionalmente, se consideraba que el único objetivo que debían perseguir las organizaciones era la maximización del beneficio (creación de valor para los accionistas).
- En la actualidad, se considera que ninguna empresa puede mostrarse indiferente ante el contexto humano y social en el que desarrolla sus actividades.

La Responsabilidad Social de la Empresa (Responsabilidad Social Corporativa) hace referencia al Compromiso ético de la empresa hacia todo los grupos sociales de interés (stakeholders) con los que se relaciona



RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA

RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA SEGÚN EL GRUPO DE INTERÉS	
GRUPO SOCIAL CON INTERESES EN LA EMPRESA	RESPONSABILIDAD EXIGIDA A LA EMPRESA
PROPIETARIOS	• DIVIDENDO SUSTANCIAL
EMPLEADOS	• SALARIO JUSTO • BUEN ENTORNO DE TRABAJO, etc.
CLIENTES	• PRODUCTOS SEGUROS, DE CALIDAD, etc. • INFORMACIÓN
PROVEEDORES	• CUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS
COMPETIDORES	• COMPETENCIA JUSTA
ESTADO	• PAGO DE IMPUESTOS
RESIDENTES EN LA ZONA	• CREACIÓN DE EMPLEO • NO CONTAMINACIÓN, etc.

RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA

- Estrategia social de la empresa para mejorar su imagen corporativa:
 - Buen gobierno
 - Código de conducta
 - Desarrollo sostenible y gestión medioambiental
 - Política de transparencia informativa
 - Triple cuenta de resultados (económica, social, medioambiental)
 - Ética en los negocios
 - Inversión socialmente responsable

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre Sádaba, A. y otros (1992): Fundamentos de Economía y Administración de Empresas. Ed. Pirámide, Madrid.
- Bueno Campos, E. (2008): Curso Básico de Economía de la Empresa. Un enfoque de Organización. Ed. Pirámide, Madrid.