

La empresa

Características y Organización



Sistemas de Gestión Empresarial
Desarrollo de Aplicaciones Multiplataforma

La empresa

- Figura indispensable para cubrir las necesidades que tiene la sociedad.



Comprar el pan...

- Alguien ha plantado y cosechado el trigo
 - ¿Y algunos cereales más?
- Alguien ha molido el trigo para convertirlo en harina
- Alguien ha comprado la harina
 - Necesita instalaciones adecuadas
 - Procesa la harina (amasar) y hornea la masa
- Alguien despacha el pan ya cocido
- Alguien compra el pan

Una **empresa** es una unidad económica capaz de ofrecer a los compradores potenciales bienes o servicios a partir de la combinación de diversos factores productivos tanto internos como externos


Funciones de la empresa



- Finalidad de cubrir una necesidad
 - Necesidad detectada
 - ¿Calzado?
 - Necesidad creada
 - ¿Telefonía móvil?

Las **funciones** de cualquier empresa son coordinar los diversos factores productivos que se utilizan para elaborar productos y servicios que cubran las necesidades de sus clientes con la finalidad de ¿obtener recursos económicos?

Objetivos de la empresa

- Objetivo principal: **ganar dinero**
 - Obtención de beneficio económico para los propietarios
 - Objetivos derivados
 - Creación de puestos de trabajo
 - Retorno de beneficios (mediante pago de impuestos)
 - Otros
 - Empresas de titularidad pública
 - Bien común
 - Proporcionar servicios públicos
 - Incentivar la producción del país
 - Generar empleo
 - Otros
-  No todas las empresas tienen como objetivo principal la obtención un beneficio económico. Existen empresas cuyo objetivo es una mejora social, ayuda a desfavorecidos, etc. Es el caso de las ONG, asociaciones o fundaciones.

Propietarios y empresarios

” Una empresa nace a partir de una idea o una necesidad → Ponerla en funcionamiento comporta un esfuerzo económico por parte de una o más personas que asumen unos riesgos aportando el capital necesario → Una vez creada la empresa, hay que planificar su funcionamiento, los objetivos deseados, contratar trabajadores, conseguir que sea rentable...

- Propietario
 - Persona que aporta el dinero necesario para la creación de la empresa
- Empresario
 - Persona que dirige la empresa
- Las dos figuras pueden coincidir en la misma persona
 - En el caso de grandes corporaciones y multinacionales, quien gestiona la empresa puede no tener propiedad sobre la misma

Clasificación según su titularidad

- Empresa de titularidad privada
 - Creada en su totalidad con capital de particulares



- Empresa de titularidad pública
 - Creada con capital propiedad del Estado o de otras entidades públicas



- Empresa de titularidad mixta
 - Una parte del capital pertenece a particulares y el resto es una aportación del Estado.



La actividad empresarial

- ¿A qué se dedica principalmente?
- Determinada por diversos factores
 - El producto
 - El ámbito de actuación
 - La competencia en el mercado
 - Las preferencias del consumidor
 - El segmento de mercado
 - La ubicación de la empresa
 - El marco legal existente

La actividad empresarial

- El producto
 - Bien o servicio ofrecido para satisfacer al consumidor
 - Genera beneficios económicos para la empresa
 - Según las características del producto...
 - Bienes
 - Objetos físicos que se pueden ver y tocar
 - Servicios
 - Actividades relacionadas con objetos intangibles
 - Según la finalidad del producto...
 - Productos de consumo
 - Productos acabados y destinados al gran público
 - Satisfacen o cubren una necesidad concreta
 - Productos industriales
 - Productos vendidos a otras empresas que los incorporarán en su proceso de producción o los transformarán para que formen parte de otros productos, generalmente ya acabados



La actividad empresarial

- El ámbito de actuación
 - Localización del mercado
 - Segmento de mercado
 - Estudio de mercado
 - Competencia
 - Preferencias del consumidor
 - Segmento de mercado
 - Tamaño de mercado
 - Cuota de mercado



Se entiende por **mercado** el conjunto de compradores y vendedores de un producto

La actividad empresarial

- La competencia en el mercado
 - Cantidad de compradores y vendedores que hay en el mercado para el intercambio de bienes y servicios
 - Ayuda a equilibrar los mercados y contener los precios de los productos. También ayuda a mejorar la calidad de los productos
 - Competencia perfecta
 - Muchos compradores y vendedores que comercian con un producto sin ningún tipo de ventaja en el mercado
 - Monopolio
 - Un única empresa ofrece su producto en el mercado
 - Tiene el dominio sobre los precios y no existe alternativa
 - Oligopolio
 - Pocas empresas que comercializan el mismo producto
 - Hay poca competencia y los empresarios incluso pueden llegar a pactar los precios entre ellos



La actividad empresarial

- Las preferencias del consumidor
 - Precio
 - Razón importante... pero no la única
 - Motivaciones racionales
 - Relacionadas con la reflexión del consumidor sobre las características del producto
 - Comparación entre productos similares
 - Fidelidad del consumidor al producto (garantía de venta)
 - Motivaciones emocionales
 - Relacionadas con el deseo del consumidor de adquirir un producto determinado por una cuestión de prestigio o moda
 - Relevancia de la marca sobre el precio o la calidad del producto



” ¿Conviene hacer la compra semanal en el supermercado justo antes de comer o con apetito?

La actividad empresarial

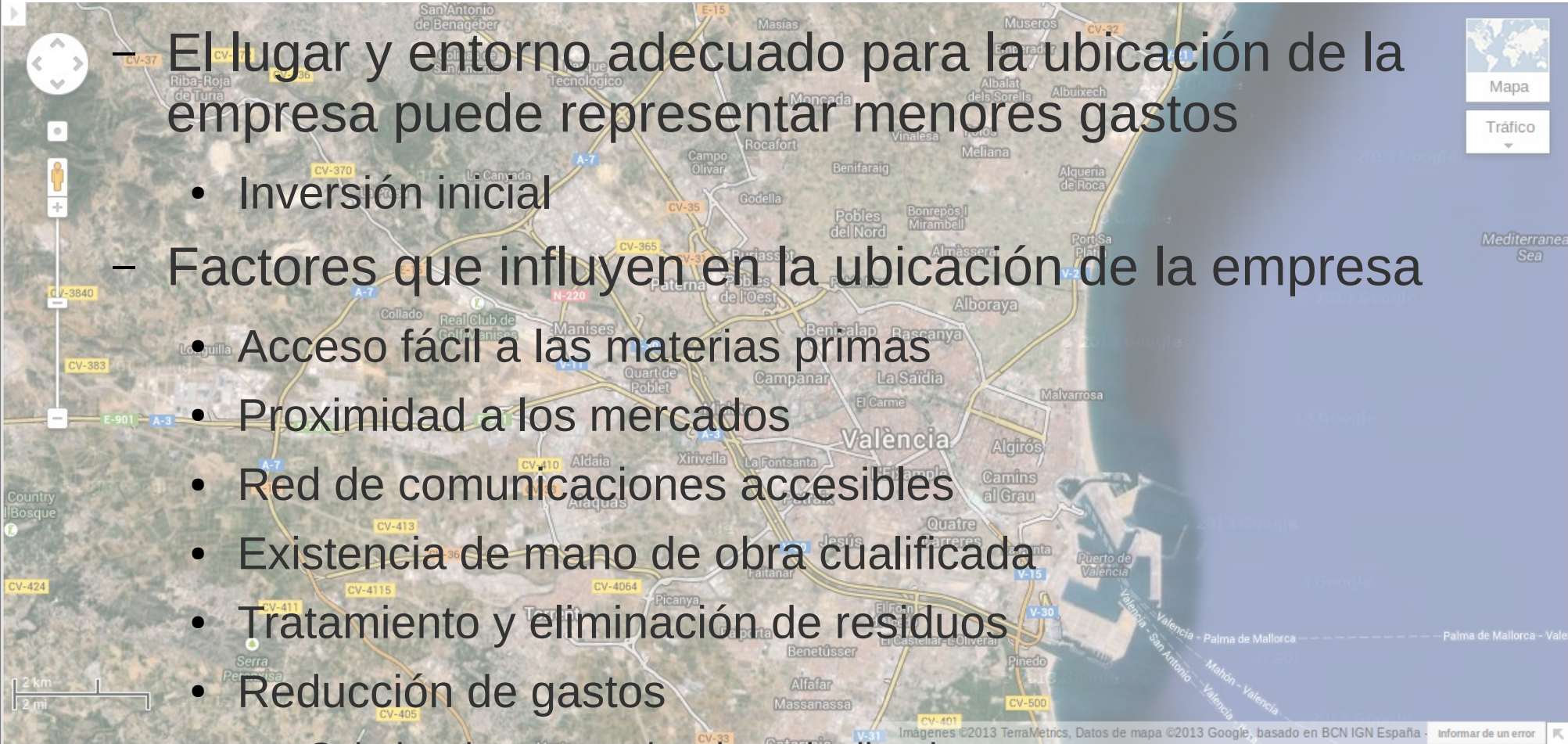
- El segmento de mercado
 - Conjunto de consumidores que demandan un producto de características similares
 - Parámetros que segmentan el mercado: la edad, el sexo, la actividad laboral, la zona de residencia, el nivel de ingresos, el nivel cultural, ...
 - Ejemplo:
 - Motocicleta de gama alta, de gran cilindrada, buenas prestaciones y mucha potencia
 - Motocicleta de pequeña cilindrada, poca potencia y prestaciones discretas
 - Ciclomotor de 125cc



La actividad empresarial

- La ubicación de la empresa

- El lugar y entorno adecuado para la ubicación de la empresa puede representar menores gastos
 - Inversión inicial
- Factores que influyen en la ubicación de la empresa
 - Acceso fácil a las materias primas
 - Proximidad a los mercados
 - Red de comunicaciones accesibles
 - Existencia de mano de obra cualificada
 - Tratamiento y eliminación de residuos
 - Reducción de gastos
 - Salarios, impuestos locales, alquiler de naves, ...
 - Otros



La actividad empresarial

- El marco legal existente
 - Impuestos (de ámbito estatal –IVA– o de carácter local –IBI)
 - Normas urbanísticas
 - Polígonos industriales
 - Normas medioambientales
 - Garantizan que el impacto de las actividades de la empresa en el medio ambiente sea mínimo o nulo
 - Sistemas de gestión de residuos
 - Otra legislación aplicable

Clasificación según el tipo de actividad

- Sector primario
 - Empresas dedicadas a obtener recursos naturales
 - Primer escalón en la escala productiva
 - Ejemplos: explotaciones mineras, pesca, agricultura, ...
- Sector secundario
 - Empresas dedicadas a la transformación de materias primas en productos semielaborados o acabados
 - Ejemplos: petroleras, automoción, azulejo, ...
- Sector terciario
 - Empresas que ofrecen servicios
 - Ejemplos: empresas de transporte, banca, turismo, hipermercados y grandes superficies, franquicias, ...

Clasificación según el tamaño

(según la Comisión Europea)

- **PYME** (Pequeña y Mediana Empresa) si
 - Tiene menos de 250 trabajadores
 - Tiene una cifra de negocio anual igual o inferior a los 50 millones de EUR o bien un balance general igual o inferior a los 43 millones de EUR
- **Gran empresa** si
 - Tiene más de 250 trabajadores y una cifra de negocio superior a los 50 millones de EUR o bien un balance general superior a los 43 millones de EUR
- **Microempresa**
 - Menos de 10 trabajadores y cifra anual de negocio o balance general igual o inferior a 2 millones de EUR
- **Pequeña empresa**
 - Entre 10 y 49 trabajadores y cifra de negocio anual o balance general igual o inferior a 10 millones de EUR



Mercadona es la segunda empresa en España en cifra de negocio, con un total facturado de 18.41 millones de EUR en 2015



- Cifra de negocio
 - Importe en unidades monetarias de las ventas y/o servicios efectuados a lo largo de un año
- Cifra de ventas a lo largo de un año
 - Total acumulado de las ventas que tiene la empresa de todos los productos y servicios que ha llevado a cabo en ese periodo
 - Sirve como dato estadístico para compararla con otros ejercicios y poder evaluar la evolución de la empresa

Organización de la empresa



Funcionamiento de un quiosco de prensa. ¿Cómo organizarlo?



Las empresas, grandes o pequeñas, necesitan disponer de una estructura organizativa que permita coordinar todas las tareas y así se garantice el funcionamiento

- Organización por áreas
 - Gira entorno a las funciones de una empresa
 - No todas las empresas tienen el mismo esquema funcional dado que no todas llevan a cabo las mismas actividades
 - Compras
 - Producción
 - Ventas
 - Finanzas
 - Contabilidad
 - Recursos humanos
 - Administración y Servicios Generales
 - Dirección

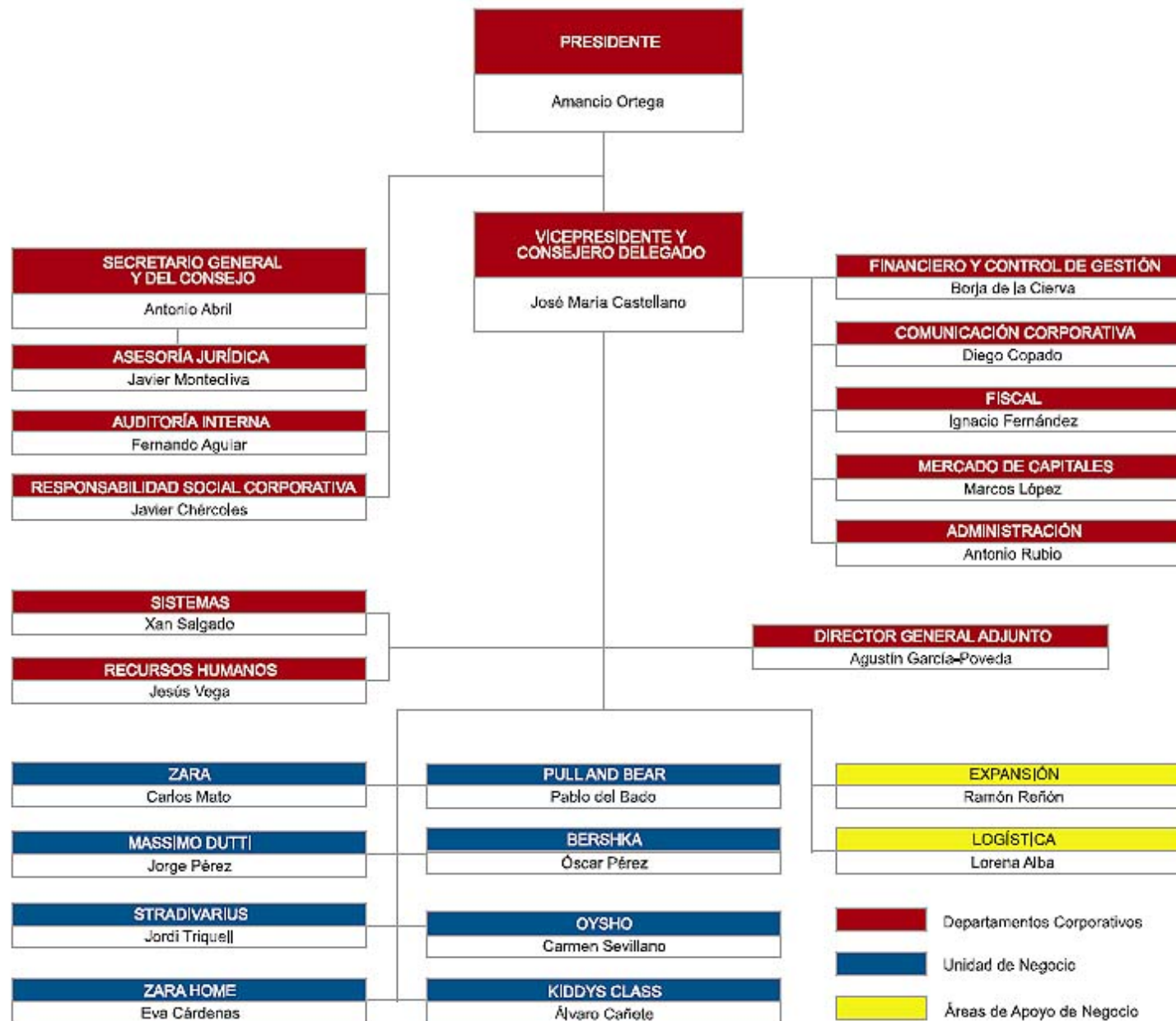
Organización de la empresa

- Organización por departamentos
 - Organización departamental por funciones
 - Agrupa las actividades según áreas funcionales (p.e, departamento de marketing, departamento de compras, departamento de RRHH, ...)
 - Organización departamental por territorios
 - La empresa clasifica los territorios donde desarrolla actividad y les da autonomía (p.e, País Vasco, Levante –que incluye a Comunidad Valenciana, Murcia, Albacete y Almería–, Zona Centro –que incluye el resto de territorio español–, ...)
 - Responde a criterios de tipo comercial, no geográfico o territorial
 - Organización departamental por productos
 - Si la empresa dispone de un catálogo amplio y diverso, con productos diferentes entre ellos (p.e, productor/distribuidor de productos informáticos con componentes de memoria, microprocesadores, monitores, ordenadores, teléfonos móviles, tabletas, impresoras, lavadoras, microondas, televisores, ...)
 - Organización departamental por procesos
 - Según los procesos productivos internos que se siguen para conseguir el producto final acabado (p.e, confección textil con departamentos de corte, de cosido, de planchado y de empaquetado)
 - Organización departamental por segmentos de mercado
 - Si la empresa cubre muchos sectores de mercado (por ejemplo, una bodega que venda vino a grandes superficies, pequeños distribuidores, tiendas de barrio o delicatessen y venta por Internet)

Organigrama

- Representación gráfica de las áreas o departamentos de una empresa
 - Permite una buena comprensión
 - Muestra las partes relevantes
 - Incluye el nombre de cada unidad representada
 - Incluye la jerarquía que tiene

Organigrama



Organigrama

| Tipo de organigrama | | Descripción |
|---------------------------|------------|--|
| Según el grado de detalle | General | Contiene información genérica de toda la organización |
| | Específico | Muestra la estructura de una unidad administrativa de la organización de la empresa |
| Según la presentación | Vertical | Presenta las unidades anidadas de arriba a abajo a partir del titular superior |
| | Horizontal | Presenta las unidades de izquierda a derecha, con el titular a la izquierda |
| Según el contenido | Integral | Se representan todas las unidades administrativas de la organización empresarial y las relaciones de jerarquía o dependencia |
| | Funcional | Incluye las principales funciones de cada unidad administrativa |