Dijous, 25 febrer 2016 Laura Julià Melis

Víctor Miranda Hernández

Víctor Navarro Garcés

Aleix Salvador Barrera

**FONAMENTS D’ADMINISTRACIÓ D’EMPRESES**

**Pràctica 1 – part 2:**

**• Fer un breu resum del primer vídeo visualitzat de la sèrie *Emprendedores*.**

El primer vídeo de la sèrie *Emprendedores*, comença amb l’explicació d’un empresari sobre les tasques que duu a terme la seva empresa. Aquesta s’anomena Agrobío, i es dedica tant a la producció de vespes per a la biopolinització com a la d'insectes per al control biològic de plagues.

A continuació, ens explica els orígens de la seva empresa (anys 80), primer com a productora de petites plantes de planter. Poc a poc, es van anar adonant que podien ampliar la seva producció, i van arribar a la idea de la producció d'aquests petits insectes. En un principi van començar sent 15000 ruscs, però avui dia la producció és entre 10 i 15 cops superior. Agrobío va ser una empresa pionera en aquest àmbit i, conseqüentment, va tenir un risc empresarial molt alt, a causa d’aquesta innovadora activitat.

L’empresari també ens enumera una sèrie de pautes que li han ajudat en el seu negoci:

primerament parla sobre la importància de la publicitat per l’èxit d’una empresa i el seu manteniment així com també ens diu que es imprescindible per al desenvolupament d’una empresa la utilització de tecnologia. El punt següent és l'expansió, i ens conta com ell ha anat poc a poc expandint-se per Europa. Després ens parla de la importància de l’estratègia en una empresa, segons l’empresari d’Agrobío, una empresa ha de saber col·locar-se al lloc més idoni, com han fet ells col·locant-se a Almeria (regió on hi ha la major concentració de consum de ruscs).

Per finalitzar,parla de tres trets importants que ha de tenir un empresari. Aquest són: la constància treballant, perquè sense esforç no s’obtenen bons resultats; marcar-se metes personals concretes; i per últim, el recolzament familiar per a tirar endavant el projecte empresarial.

**• Buscar la visió i/o la missió d’una empresa real.**

L’empresa Google Inc. va néixer com un senzill motor de recerca que amb el temps ha crescut i ha creat diversos productes més com el correu electrònic Gmail, Google Maps, els dispositius Nexus o aplicacions per a dispositius mòbils, entre moltes altres coses.

La missió de Google és organitzar la informació del món i fer-la accessible i útil de forma universal. La seva visió és ser el motor de recerca més prestigiós i més important del món, a més de ser un servei gratuït i fàcil d’utilitzar que presenti resultats rellevants en una fracció de segon.

**• Inventar-se una empresa i fer un molt breu anàlisi DAFO (2 característiques de cada).**

Analitzarem una empresa que es dedica a la venta d’aires condicionats. Les seves debilitats podrien ser que sigui una marca poc coneguda i que altres empreses que es dediquin a això mateix tinguin una estratègia millor i, per tant, no la deixin créixer, o també que sigui una empresa amb poc capital. Quant a les amenaces, la crisi econòmica podria provocar que augmentessin les vendes de ventiladors ja que són més barats; o podria haver-hi previsions d’un estiu poc calorós, per la qual cosa les vendes d’aires baixarien. Les fortaleses d’aquesta empresa serien aconseguir reduir costos gràcies als avenços tecnològics i un creixement de la demanda d’aires ja que també serveixen per escalfar i poden ser útils tant a l’estiu com a l’ hivern. Finalment, pel que fa a les oportunitats, cal mencionar una pujada de temperatures a causa del canvi climàtic i una propera recuperació econòmica que faria que la gent es pogués permetre aquests productes.

**• Escollir una àrea funcional d’aquesta empresa (Comercial-Marketing, Finances, RRHH, etc.), determinar tres objectius – tasques d’aquesta àrea, pensar en alguna variable que serveixi per planificar aquestes tasques i raonar quina relació tenen – com es coordinen amb altres àrees funcionals de l’empresa.**

Tres objectius directament relacionats amb el Comercial-Marketing són: l’estudi del mercat, la publicitat del producte i les vendes. L’estudi del mercat ens ajuda a saber què és el que busca el consumidor, com ho vol i quins preus estaria disposat a pagar pel producte. La publicitat dona a conèixer el producte sobre els demandants. Per últim les vendes diran si l’organització de la venda del producte i la relació dels canals de distribució i publicitat son els adequats. Cada un d’aquests objectius son imprescindibles. Un bon estudi de mercat ens ajuda a fer una bona campanya de marketing i generar vendes per a l’empresa. Google es gratuït però mitjançant l’àrea de marketing aconseguiran anuncis al seu buscador i ser la pàgina principal de cerca a Internet.

Aquesta àrea es coordina amb les altres àrees de l’empresa. Amb les Finances,ja que es decidirà en aquella àrea el pressupost destinat al marketing . També està relacionat amb el departament de RRHH, ja que s’encarrega de tot el personal de l’empresa, personal que farà l’estudi de mercat, la publicitat i la producció. Si un empleat no està a gust treballant en l’empresa no desenvoluparà la seva feina de la mateixa manera, per això Google es una empresa que té grans espais d’entreteniment amb la finalitat de que els seus treballadors es relaxin i després treballin amb més comoditat.