



Unidad 3. La empresa y su entorno

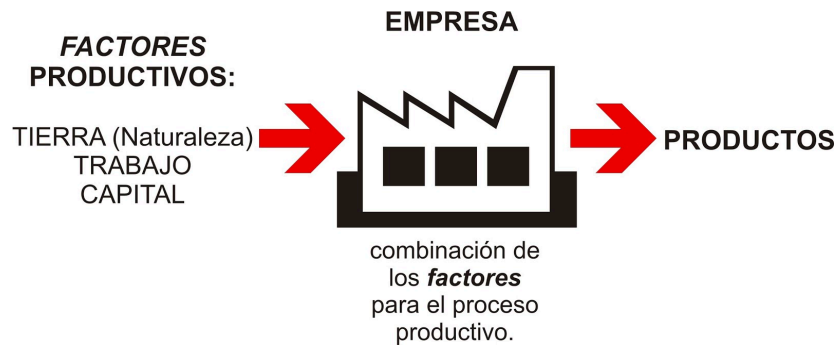
OBJETIVOS DE LA UNIDAD

- Conocer el concepto de empresa y objetivos.
- Saber cuáles son los factores de producción de la economía y sus agentes económicos.
- Definir las funciones básicas de la empresa.
- Clasificar las empresas en base a distintos criterios como dimensión y sector productivo.
- Conocer el entorno de la empresa diferenciando entre macroentorno y microentorno.
- Reconocer los criterios para determinar la ubicación de una empresa según su entorno.
- Conocer y realizar el análisis DAFO de una empresa.

1. La empresa como sistema:

Una empresa es una unidad económica que combina los factores de producción: tierra, trabajo, capital y organización para obtener bienes y servicios con el fin de satisfacer unas necesidades del mercado y obtener un beneficio.

La **empresa** se podría definir como un sistema abierto que recibe de su entorno socioeconómico unos *inputs* (entradas) y ofrece de vuelta unos *outputs* (salidas) después de que los *inputs* hayan pasado por un proceso de transformación.



o La empresa como sistema:

Una empresa puede ser considerada como un sistema complejo en el que múltiples elementos y componentes trabajan de manera interconectada para lograr sus objetivos y metas. Para comprender mejor la empresa como sistema, es útil dividir este concepto en sus principales componentes:

- **Entradas (Inputs):** Las entradas son los recursos que una empresa utiliza para llevar a cabo sus operaciones. Estos recursos incluyen tierra (ubicaciones físicas o instalaciones), trabajo (empleados y sus habilidades), capital (dinero, maquinaria, equipo), materiales, información y más. Las entradas representan todo lo que la empresa necesita para producir bienes o servicios.
- **Procesos:** Los procesos son las actividades y operaciones que transforman las entradas en productos o servicios finales. Estos procesos pueden variar según la naturaleza de la empresa, pero incluyen actividades como la producción, la distribución, la comercialización, la gestión de recursos humanos, la contabilidad y la toma de decisiones estratégicas.
- **Salidas (Outputs):** Las salidas son los productos, servicios o resultados que la empresa genera a partir de sus procesos. Estas salidas son lo que la empresa ofrece al mercado o a sus clientes. Pueden ser bienes tangibles como productos manufacturados o servicios intangibles como consultoría.
- **Entorno (Environment):** El entorno de la empresa incluye factores externos que pueden afectar su funcionamiento, como la competencia, las regulaciones gubernamentales, las condiciones económicas, las tendencias del mercado y la tecnología. La empresa debe estar atenta a estos factores para adaptarse y sobrevivir en un entorno empresarial en constante cambio.

Una empresa por tanto, es un sistema dinámico y complejo que opera en un entorno cambiante. Para tener éxito, una empresa debe gestionar eficazmente sus recursos, procesos, relaciones con los clientes y el entorno externo, todo ello mientras trabaja hacia sus objetivos y metas específicos. La gestión eficaz de estos componentes es esencial para el funcionamiento y el crecimiento de la empresa.

2. Los objetivos empresariales:

Los objetivos personales del emprendedor o empresario deben estar coordinados con los objetivos empresariales. Si el emprendedor solo pensara en sus objetivos personales, sería contraproducente para la empresa. Se deben tener en cuenta tres aspectos importantes: la misión de la empresa, la visión y los valores.

Misión de una empresa

La misión de una empresa es la razón por la cual existe, es decir, se trata de una declaración de cuál es su propósito u objetivo, de tal forma que permite establecer la base de su plan de negocios y de la toma de cualquier decisión.



Al redactar la misión empresarial se debe considerar que responda preguntas en tiempo presente, como: **¿quiénes somos?, ¿qué hacemos? y ¿por qué lo hacemos? y/o ¿para quién lo hacemos?**

Una misión bien definida debería ser breve, concisa y fácil de comprender para el público objetivo. Para los colaboradores, la misión puede convertirse en un lema inspirador y, de cara al cliente, refleja las necesidades que intentan satisfacer y los diferenciadores y beneficios que ofrecen con sus productos o servicios.

Por ejemplo, la misión de Google es: “Nuestra misión es organizar la información del mundo para que todos puedan acceder a ella y usarla.”

Visión de una empresa

La visión hace referencia a dónde aspira llegar la compañía, cuáles son sus metas a medio y largo plazo, así como cuál es el rumbo que se debe seguir para alcanzarlas, convirtiéndose en el motor y la guía de la organización hacia ese estado deseado.

Para ello se debe responder a cuestiones con miras a futuro, como: **¿qué deseamos lograr?, ¿hacia dónde nos dirigimos?, ¿dónde queremos estar en un futuro? y ¿cómo lo conseguiremos?**

La visión debe mantenerse estable a lo largo de los años y plantea la idea de éxito que el negocio que se está llevando a cabo.

Por ejemplo, la visión de Bimbo es: “Transformar la industria de la panificación y expandir nuestro liderazgo global para servir mejor a más consumidores.”

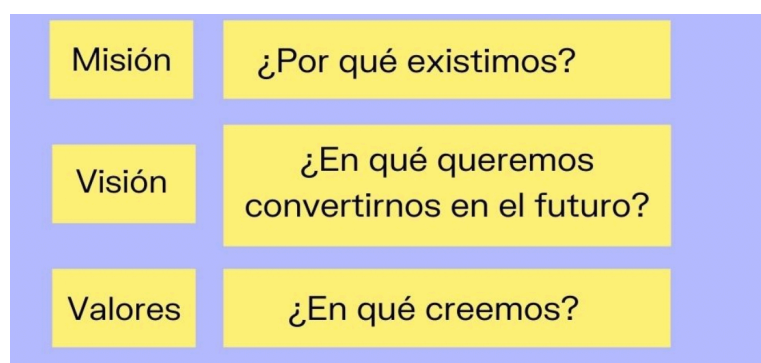
Valores corporativos

Los valores de una empresa son los principios sobre los que se fundamentan sus acciones y decisiones. Estos influyen de forma directa en cómo se desarrolla y cuál es su comportamiento ético, por lo que deben ser coherentes con la misión y visión.

Puede percibirse en la dinámica de trabajo, la cultura organizacional y en cada aspecto de la empresa y tienen que ser asumidos y desarrollados por todo el personal.

Estos valores deben responder a las preguntas: **¿cómo somos?, ¿en qué creemos? o ¿cómo es nuestra cultura organizativa?, ¿con qué cualidades queremos ser identificados?**

Por ejemplo, los valores de Apple son: “excelencia, enfoque, desarrollo e innovación.”





EJEMPLO:



MISION: Obtener una amplia variedad de productos de decoración de hogar funcionales, de buen diseño y a precios asequibles.



VISIÓN: Crecer con sus propios recursos.



VALORES DE EMPRESA: Crecimiento sostenible, compañerismo, conciencia de los costes, liderar a través del ejemplo.

La **imagen corporativa** puede definirse como la imagen que tanto el entorno como la sociedad tienen de la empresa. Es decir, la imagen que la organización proyecta hacia el exterior y que está relacionada con la propia cultura empresarial.

En los últimos tiempos, la imagen ha cobrado una importancia fundamental en el ámbito empresarial y cada organización se esfuerza para posicionarse en el mercado a través de una imagen corporativa potente, que enganche y que atraiga al potencial consumidor. Generar riqueza de marca garantiza, o al menos facilita, un buen número de ventas y, por este motivo, las empresas tratan de ofrecer una imagen de simpatía, de eficiencia, de liderazgo, etcétera.

La imagen corporativa de cualquier empresa se construye a partir de la **fuerza**. El concepto de fuerza es aquel que reúne todos los valores que se quieren transmitir al mercado y a los potenciales clientes. Por ejemplo, la fuerza de una marca de relojes de lujo podría ser la exclusividad; la de una marca de bollería industrial, el sabor que recuerda a la bollería del pueblo.

A la hora de crear y definir la imagen corporativa de la empresa, es esencial tener en cuenta dos aspectos:

- Por una parte, **coherencia**. Se tiene que ser coherente con el producto que se vende o con el servicio que se presta. La imagen de la empresa no puede diferir mucho de la del producto. Si se venden caramelos y dulces para niños, no es coherente utilizar una imagen seria y sobria, por ejemplo.
- El otro aspecto importante a tener en cuenta es la **empatía**. Toda empresa debe tratar de incorporar a su imagen corporativa y a su cultura empresarial todos aquellos valores y aspectos que preocupan al entorno.



Actividades Aula

1. Identifica la misión, visión y valores estratégicos para la empresas Endesa, Repsol y Samsung.

Valora si están definidos de acuerdo a las características señaladas en la unidad.

2. Comenta tu opinión en base la unidad sobre el siguiente artículo <https://www.latribunadetoledo.es/Noticia/Z1F21F898-03A5-AB08-400C08CC002BFBEF/202208/Los-nuevos-valores-que-ganan-protagonismo-en-las-empresas>





3. Las funciones básicas de la empresa:

El objetivo básico de cualquier empresa es, por una parte, producir, y por otra, coordinar sus propios recursos. La finalidad es satisfacer la demanda del mercado, obteniendo beneficios. Para lograrlo, la empresa se estructura en áreas básicas, cada una con sus funciones. Veamos las más comunes:

- **Área directiva:** es la que se encarga de planificar, organizar, gestionar y controlar. Fija objetivos, diseña estrategias, ordena recursos materiales y humanos, ejecuta decisiones y comprueba que las demás áreas de la empresa funcionen correctamente.
- **Área de recursos humanos:** selecciona y contrata el personal que ha de llevar a cabo la actividad. Además, ejerce de protectora de las personas y de los bienes materiales de la empresa.
- **Área de compras:** es la que adquiere los materiales y los servicios exteriores que se van a utilizar para elaborar el producto. Está en contacto con los proveedores y también se encarga de todos los trabajos de gestión del almacén. Hay empresas que son productivas y compran para producir, y otras que son comerciales, es decir, que compran para vender, sin transformar.
- **Área de producción:** se encarga de la elaboración del producto o de la realización del servicio. Transforma el material en un producto o servicio terminado. Es un trabajo técnico.
- **Área administrativa:** se encarga de la contabilidad, del control administrativo, de la burocracia, de las obligaciones fiscales y de la relación con las Administraciones públicas. Está relacionada con todas las áreas de la empresa.
- **Área comercial:** decide cómo promover y vender el producto. Relaciona la empresa con los distribuidores y los clientes. Elabora los estudios de mercado y diseña estrategias para lograr mejores ventas y una mejor distribución. Establece también el precio.
- **Área financiera:** obtiene y administra los recursos económicos necesarios para la elaboración del producto o prestación del servicio.



Actividad Aula

1. Indica a qué área funcional de la empresa pertenece cada una de estas funciones:

- a) Realizar un anuncio publicitario.
- b) Decidir qué tipo de préstamo hay que pedir.
- c) Seleccionar los trabajadores más adecuados.
- d) Elegir la mejor manera de fabricar un producto.
- e) Investigar cuáles son los gustos de los consumidores.
- f) Decidir qué materias primas son mejores.



4. Tipos de empresas:

Existen muchos tipos de empresas y muchas maneras de clasificarlas. Todas, básicamente, se dedican a lo mismo: comprar y vender productos o servicios, pero es evidente que hay muchas diferencias entre ellas.

Podemos clasificarlas según:

○ La naturaleza del producto

La naturaleza del producto o servicio que se compra y se vende marca la tipología de la empresa y su actividad. Encontraremos que existen:



- **Empresas de servicios:** no venden u ofrecen productos materiales. Ofrecen servicios que se disfrutan de un modo u otro. Estarían dentro de este tipo de empresas las que se dedican, por ejemplo, a vender viajes, a vender servicios de transporte, de mensajería, de telefonía, etcétera.
- **Empresas industriales:** fabrican y comercializan productos elaborados a partir de una materia prima o de productos de otras empresas. En este tipo de empresas se da una transformación de la materia, que pasa a ser un producto mucho más elaborado. Este producto puede venderse al consumidor como un producto final o a otras empresas

como parte de la fabricación de otro producto. Una fábrica de muebles es una empresa industrial, como lo son también una fábrica de coches, una fábrica de colchones o una fábrica de yogures.

- **Empresas comerciales:** estas empresas se dedican a comercializar un producto que no han fabricado. Por tanto, ejercen de intermediarias entre el fabricante y el consumidor. Un ejemplo común de este tipo de empresas son los super mercados.

○ La titularidad

Si atendemos a su titularidad, podemos diferenciar tres tipos de empresa:

- **Empresas privadas:** la mayoría de empresas lo son. La propiedad de la empresa o el capital está en manos privadas.
- **Empresas públicas:** la propiedad está en manos de la Administración central, autonómica o local o de cualquier otra organización del sector público.
- **Empresas mixtas:** su titularidad es compartida entre una entidad o Administración pública y uno o más particulares.

○ Según su dimensión

El número de trabajadores, el valor activo o la facturación, son algunos de los aspectos que hablan de la capacidad productiva de una empresa y, en definitiva, de su tamaño o dimensión. Así, diferenciaremos entre empresas **grandes, medianas, pequeñas y microempresas.**

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) son las más importantes a nivel social y económico para un país, ya que suponen alrededor del 90% del tejido empresarial.

Por tanto se pueden clasificar según su tamaño :

- **Microempresa:** Generalmente, una microempresa se caracteriza por tener un número muy reducido de empleados, a menudo menos de 10, y bajos niveles de ingresos y

activos. Ejemplos incluyen pequeños negocios familiares, tiendas locales y restaurantes pequeños.

- **Pequeña y Mediana Empresa (PYME):** Las PYME son empresas de tamaño moderado que suelen tener entre 10 y 250 empleados. Estas empresas pueden operar en una variedad de sectores, desde manufactura hasta servicios. Ejemplos incluyen talleres de artesanía, clínicas médicas privadas y empresas de tecnología emergentes.
- **Gran Empresa:** Las grandes empresas son empresas de gran envergadura que tienen un gran número de empleados y generan ingresos significativos. Pueden tener cientos o miles de empleados y operaciones a nivel nacional o internacional. Ejemplos incluyen corporaciones multinacionales como Apple, Microsoft y Toyota.

	Número de trabajadores	Volumen de ventas	Total de Activo
Microempresas	Hasta 10	< 2.000.000 €	< 2.000.000 €
Pequeñas	Hasta 50	< 10.000.000 €	< 10.000.000 €
Medianas	Hasta 250	< 50.000.000 €	< 43.000.000 €
Grandes	+250	+50.000.000 €	+43.000.000 €

○ Según el Sector Productivo:

Las empresas también se pueden clasificar según el sector económico en el que operan. Estos sectores pueden variar según la industria y el tipo de productos o servicios que ofrecen. Aquí están algunos de los sectores productivos más comunes:

- **Sector Primario:** Las empresas en este sector se dedican a actividades relacionadas con la extracción y producción de recursos naturales. Ejemplos incluyen agricultura, minería, pesca y silvicultura.
- **Sector Secundario:** Este sector involucra la transformación de materias primas en productos manufacturados. Ejemplos incluyen la industria manufacturera, la construcción y la producción de bienes de consumo.
- **Sector Terciario:** También conocido como el sector de servicios, incluye empresas que brindan servicios a individuos y otras empresas. Ejemplos son la banca, la educación, el

turismo, la atención médica y los servicios profesionales.

- **Sector Cuaternario:** Este sector se centra en la investigación, desarrollo y tecnología avanzada. Incluye empresas de tecnología de la información, investigación científica y desarrollo de software. Ejemplos de este sector pueden ser Tesla o iRobot.
- **Sector quinario:** el sector se refiere a actividades de toma de decisiones y gestión de alto nivel en organizaciones y gobiernos. Incluye a la policía, los bomberos y otras instituciones.

