

Ejercicios 6,9 y 11 de la página 43 del libro de EIE.

Ramón Moreno Albert 2º DAW semi

6. Cuando hablamos de las leyes que afectan a las empresas, tales como la legislación fiscal, mercantil o laboral, ¿a qué tipo de factores del entorno general de la empresa nos estamos refiriendo?

A los factores políticos y legales afectan a todos los aspectos de la actividad empresarial, como la legislación fiscal y mercantil, la regulación del mercado financiero, las normas de carácter laboral o la legislación de patentes y marcas, entre otros muchos, que provienen de los poderes públicos y escapan al control de las empresas.

9. ¿Qué factores conoces que puedan hacer que aumente la rivalidad entre las empresas?

La competencia

Cuanto más competidores existan en un sector, mayor será la rivalidad entre las empresas en él establecidas. Los factores que hacen que aumente esa rivalidad son los siguientes:

La diferenciación del producto: Cuando la diferenciación del producto es escasa, los compradores cambiarán con mayor facilidad de oferente, lo que hará que aumente la rivalidad entre los competidores.

La capacidad productiva: Cuando las empresas de un sector tienen una gran capacidad productiva, la oferta supera la demanda y esto hace que se dispare la rivalidad entre los competidores.

Un elevado número de competidores: A mayor número de empresas existentes en un sector, mayor competencia entre ellas.

La estructura de costes: Unos costes fijos elevados influirán en la rivalidad de las empresas. ya que estas no dudarán en obtener una rentabilidad menor con el fin de cubrir sus costes de producción.

La amenaza de entrada de nuevos competidores: La entrada de nuevas empresas en un sector producirá una bajada de la rentabilidad: la competencia hará que bajen los precios y obligará a un aumento de los costes debidos a gastos adicionales, como diseñar campañas publicitarias para mantener la cuota de mercado.

. El crecimiento del sector. La rivalidad entre los competidores de un sector es inversamente proporcional al crecimiento de este, es decir, allí donde la demanda

crece más que la oferta, las empresas rivalizarán menos que donde la demanda está estancada o en decrecimiento.

. Fuertes barreras de salida. La competencia es mayor en aquellos sectores en los que la dificultad de las empresas para abandonarlos es elevada, como los casos en los que se requieren activos muy especializados, cuya venta o reutilización sea difícil, o en los que haya barreras emocionales, como la lealtad a los empleados.

11. El poder negociador de clientes y proveedores está en relación inversa a la rentabilidad del sector. Cita algún factor que intervenga en el poder negociador de clientes y proveedores.

El poder negociador de los clientes y los proveedores depende de factores similares. A medida que su poder de negociación aumenta, puede disminuir la rentabilidad del sector, aunque esta circunstancia también incentiva la búsqueda constante de innovaciones para adaptarse a la evolución del mercado. Algunos factores que intervienen en el poder de negociación son estos:

El grado de concentración. Será mayor o menor en función del número de proveedores o clientes que se concentren en el sector.

Los productos sustitutivos. La existencia de productos sustitutivos hará que la fuerza negociadora de los proveedores frente a las empresas del sector disminuya, mientras que las empresas verán disminuida su capacidad de negociación frente a sus clientes cuando existan productos sustitutivos.

La diferenciación del producto. Siempre conlleva una fidelización del cliente, lo que supone una merma en el poder de negociación entre empresa y clientes.

El tamaño de la empresa. Cuando la empresa, en función de su volumen de compras, deja de ser importante para el proveedor, se verá incrementado el poder de negociación de este. En el caso de los clientes, sucede lo contrario: su poder negociador disminuye cuando el volumen de compras deja de ser importante para la empresa.