

Tema 2. Entorno empresarial



¿Qué debo saber del entorno de mi empresa?

- 1.La empresa y su entorno**
- 2.El entorno de la pyme**
- 3.La empresa como sistema**
- 4.La estructura organizativa de la empresa**
- 5.El análisis D.A.F.O.**
- 6.La cultura empresarial y la imagen corporativa**
- 7.La empresa y los valores.**

1.La empresa y su entorno

Entorno: es el conjunto de factores externos a ella y que tienen una influencia significativa en la estrategia empresarial.

En el entorno se puede distinguir 2 niveles:

1. **Macroentorno(entorno general):** es el conjunto de factores y variables sobre los que la empresa no puede tener ningún tipo de control. Son los **factores económicos, socioculturales, políticos y legales , tecnológicos, medioambientales e internacionales.** Ejemplo: legislación fiscal, crisis económicas, inflación etc.
2. **Microentorno (entorno específico):** está formado por los factores y variables sobre los que la empresa si puede intervenir de algún modo. Constituyen la base del análisis o estudio de mercado que debe realizarse antes de emprender cualquier actividad empresarial; estos son **la competencia, los productos sustitutivos, los proveedores, los distribuidores y los clientes.** Ejemplo: una empresa puede tomar decisiones para captar cierto tipo de clientes.

2. El entorno de la pequeña y mediana empresa

2.1. Macroentorno.

A. FACTORES ECONÓMICOS vienen determinados por la coyuntura y la estructura económica de cada país , región o municipio en el que actúa la empresa. Ejemplos: Déficit público, tasa del tipo de interés, IPC, Nivel de empleo.

B. FACTORES SOCIOCULTURALES se refieren a las características de la sociedad en que se desenvuelven la empresa. Estos factores pueden tener gran repercusión en los hábitos de consumo de la sociedad. Ejemplos: la incorporación de la mujer al mercado laboral, el nivel educativo, los factores demográficos etc.

C. FACTORES POLÍTICOS Y LEGALES afectan a todos los aspectos de la actividad empresarial. Por ejemplo: la legislación fiscal y mercantil, las normas de carácter laboral o la legislación de patentes o marcas ,entre otros, provienen de los poderes públicos y escapan al control de las empresas.

D. FACTORES TECNOLÓGICOS se trata de la incorporación a las empresas de innovaciones tecnológicas en distintos niveles en la producción, en las características de los productos o servicios , en la gestión etc.

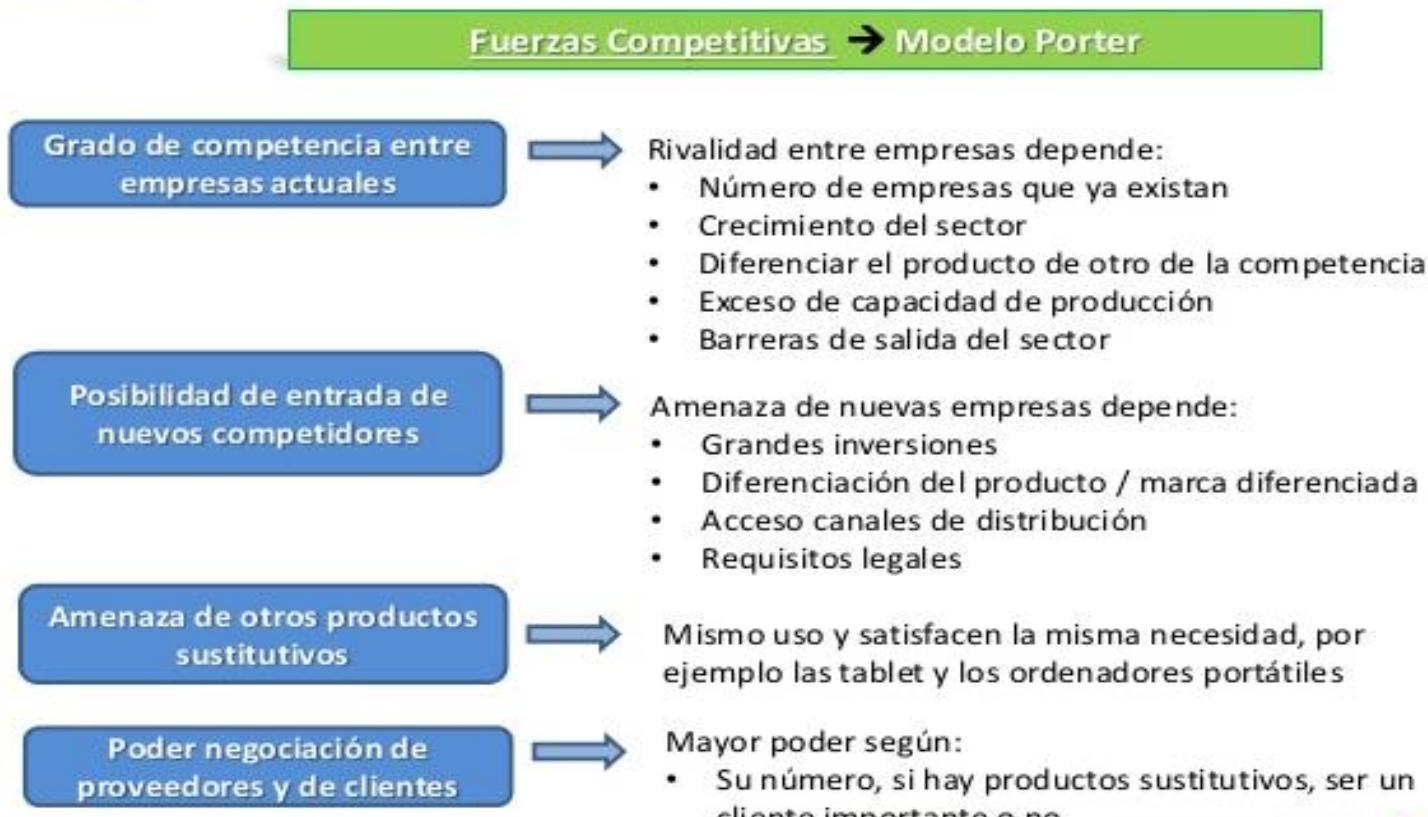
E. FACTORES MEDIOAMBIENTALES relacionados con el entorno natural de la empresa. Ejemplo: disminuir las sustancias contaminantes, fomentar el uso de materiales reciclables etc.

F. FACTORES INTERNACIONALES como pueden ser la globalización, las nuevas tecnologías y la coyuntura político-económica internacional que afectan a las empresas.

2. El entorno de la pequeña y mediana empresa

2.2. Microentorno

Está formado por una serie de factores que afectan de forma específica a las empresas pertenecientes a un mismo sector y sobre los que éstas pueden tener capacidad de control.



2. El entorno de la pequeña y mediana empresa

2.3. El entorno y los cambios

Los entornos se pueden clasificar en función de las características de los cambios que se originen en los diferentes factores a lo largo del tiempo.

Según esta clasificación, los entornos podrían ser estables o dinámicos, simples o complejos y favorables u hostiles.

Sencillo → Pocos cambios y es más fácil reaccionar a los pocos que hay

Cambiante → No paran de sucederse los cambios, hay que reaccionar rápidamente para no quedarse atrás de la competencia

	SENCILLO	CAMBIANTE
ESTABILIDAD	Estable	Dinámico
COMPLEJIDAD	Simple	Complejo
INTEGRACIÓN	Integrado	Diversificado
HOSTILIDAD	Favorable	Hostil

Estabilidad

Complejidad

Integración

Hostilidad

- Número de cambios

- Conocimientos

- Vendrán en uno o varios mercados

- La competencia no para de innovar

3.La empresa como sistema

Una empresa es un **sistema** en la medida en la que está constituida por un conjunto de elementos interrelacionados y diseñada para alcanzar un objetivo específico. El sistema empresa constituye un **TODO unitario** que , a su vez, se relaciona con el entorno en el que actúa.

3.1.Las áreas funcionales de la empresa

Las empresas realizan una serie de funciones básicas para conseguir alcanzar sus objetivos. A estas funciones también se las conoce como áreas de actividad o áreas funcionales. Suelen ser las siguientes:

- ✓ **PRODUCCIÓN**→ funciones con la fabricación o elaboración de bienes y servicios.
- ✓ **VENTAS O MARKETING**→ funciones comerciales y de comunicación.
- ✓ **FINANZAS**→ funciones búsqueda y gestión de capitales y contabilidad.
- ✓ **RECURSOS HUMANOS**→ funciones gestión de personal.
- ✓ **ADMINISTRACIÓN**→ se ocupa de la gerencia de la empresa y comprende 4 funciones: planificación, organización, ejecución y control.

3.La empresa como sistema

3.2.El funcionamiento de la empresa

Todo sistema está formado por **4 partes** esenciales:

***Entradas (inputs):**para cumplir sus objetivos toma del exterior los recursos que necesita. Ejemplo: personal, maquinaria, materiales etc.

***Procesos:** Con los recursos obtenidos, la empresa fabrica sus productos o elabora sus servicios mediante las diferentes áreas funcionales.

***Salidas(outputs):**los procesos dan como resultados productos, servicios, capitales etc. Salen al exterior de la empresa.

***Control:** se establecen mecanismos para identificar las debilidades y los errores y, así poder rectificarlos y evitar que se repitan.

LA EMPRESA CONSTITUYE UN SISTEMA ABIERTO, RECIBE ENTRADAS DE SU ENTORNO Y ENVIA SALIDAS DE DIVERSOS TIPOS.

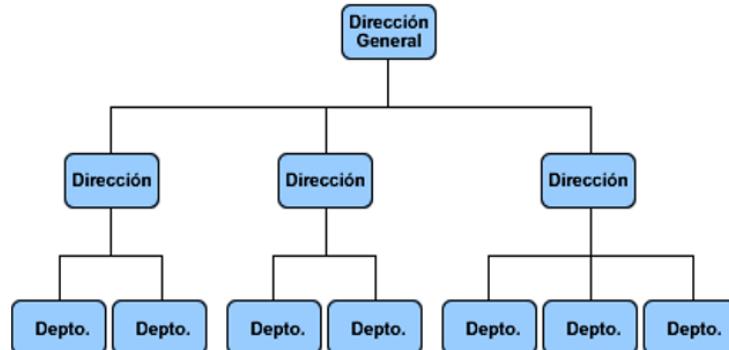
4. La estructura organizativa de la empresa

La estructura organizativa de la empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones que deben realizarse.

En función del principio de jerarquía y de división del trabajo, se pueden establecer la siguiente clasificación:

***ORGANIZACIÓN VERTICAL**: se basa en el principio de jerarquía y unidad de mando. Órdenes provienen del primer nivel. Facilita y agiliza la toma de decisiones.

***ORGANIZACIÓN HORIZONTAL**: se basa en el principio de reparto del trabajo , en la especialización y funcionalidad. Se rompe la unidad de mando. Favorece el trabajo en equipo.



5. EL análisis D.A.F.O.

Análisis global de nuestra empresa y del entorno que la rodea

INTERNAS

- Puntos fuertes internos
- Posición de ventaja
- Puntos débiles internos
- Posición desfavorable

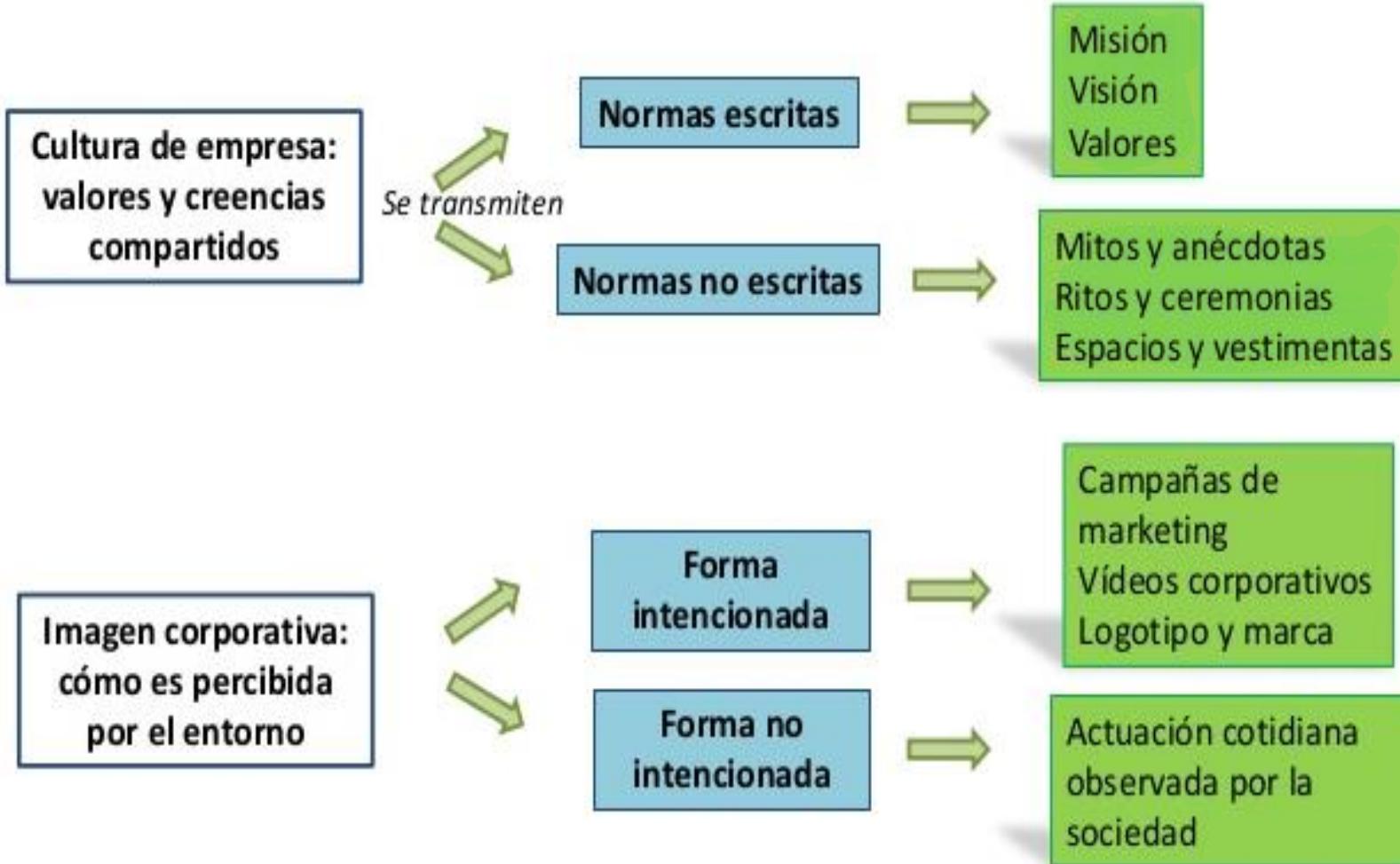


6.La cultura empresarial y la imagen corporativa

La cultura empresarial: es el conjunto de rasgos que identifican la forma de ser de una empresa. Se manifiesta en la manera en que actúa ante las amenazas y oportunidades de su entorno y en la adaptación a los cambios

La imagen corporativa permite a los usuarios reconocer quién está detrás del producto o servicio y, por tanto , identificar sus características y sus valores: qué es ,quién lo hace y cómo lo hace

6. La cultura empresarial y la imagen corporativa



7.La empresa y los valores

7.1.La responsabilidad social corporativa (RSC)

La RSC es una forma de gestión que se define como **una empresa ética y transparente** con todos los públicos y se caracteriza por el establecimiento de objetivos empresariales para impulsar el **desarrollo sostenible** de la sociedad, preservando **sus recursos ambientales y culturales** para las generaciones futuras, respectando la diversidad y promoviendo la reducción de las **desigualdades sociales.**

Se asienta en tres áreas:

1. **Económica:** máximo beneficio haciendo un uso apropiado de los recursos y la energía. Ejemplo; reciclando materias primas, condiciones justas mano de obra etc.
2. **Sociocultural:** respectando las leyes, las costumbres sociales y la herencia cultural de la sociedad en la que se desenvuelve, así como participar en la vida política para colaborar en la mejora del bienestar social.
3. **Medioambiental:** contribuir a un desarrollo sostenible y disminuir impacto medioambiental.

7.La empresa y los valores

7.1.La responsabilidad social corporativa (RSC)



Etapas para su implantación

1^a etapa: cumplimiento de la Ley.
Para no ser sancionadas.

2^a etapa: Reacción frente a demandas de la sociedad (para ganar prestigio).

3^a etapa: Concienciación social.
Por propio convencimiento.

Ámbitos de actuación RSC

- Derechos humanos
- Derechos laborales
- Sociedad
- Económico
- Medioambiental

7.La empresa y los valores

7.2.El código ético

Es un documento donde se plasman los **VALORES** esenciales de una empresa y las reglas éticas que debe de seguir su personal. Complementa las normas, políticas y leyes pertinentes, sin pretender ser un sustituto de ellas.

Para que resulte efectivo, tiene que ser concreto, consensuado por la dirección y trabajadores, y debe mencionar las medidas que deben adoptarse en caso de incumplimiento.

Ejemplo: Respetar los derechos humanos y ofrecer condiciones laborales dignas que favorezcan el desarrollo humano y profesional de los trabajadores.

7.La empresa y los valores

7.3.EL Balance social

Se trata de un instrumento de gestión que permite a las empresas planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar, en términos cuantitativos y cualitativos, el cumplimiento de su responsabilidad social en un periodo determinado y de acuerdo con unas metas preestablecidas.

El balance social ha de estructurarse en función de dos grandes áreas:

1.Área Interna: acciones de la empresa hacia sus trabajadores. Ejemplo: condiciones laborales, ayudas para la vivienda, crecimiento profesional etc.

2.Área externa: cumplimiento de la responsabilidad social con el entorno .Ejemplo: protección de medioambiente, empleo generado etc.