

UD 3: La empresa

- a. Concepto de empresa
- b. Componentes de la empresa
- c. Responsabilidad social de la empresa (RSE)
- d. Cadena de valor
- e. Análisis sectorial y Estrategia competitiva
- f. Clasificación de empresas
- g. Investigación sobre casos reales en Asturias



a. Concepto de empresa

La empresa es la unidad económico-social que coordina y transforma los factores de producción (recursos naturales, materias primas y trabajo) mediante un proceso productivo, para obtener bienes y servicios que satisfagan una necesidad. Las empresas funcionan con ánimo de alcanzar unos objetivos determinados.

b. Los componentes de la empresa

Podemos destacar los siguientes elementos constitutivos de la empresa: los elementos materiales, los inmateriales, el elemento humano y el entorno.

- **ELEMENTOS MATERIALES**

Son los bienes que utiliza la empresa para la producción de otros bienes.



- **ELEMENTOS INMATERIALES**

Hacen referencia a otros elementos como la organización interna o la imagen pública de la empresa.

- **EL ELEMENTO HUMANO**

Una empresa es fundamentalmente el resultado de la actividad de las personas que trabajan en ella y que adoptan las diferentes decisiones. Podemos establecer tres grupos:

- 1.- **Los trabajadores o empleados.** Personas que ofrecen su fuerza laboral y sus conocimientos a la empresa a cambio de un salario
- 2.- **El empresario:** Persona o conjunto de personas que asumen la responsabilidad y dirección del proceso productivo y, por consiguiente, la gestión empresarial.
- 3.- **Los propietarios:** En el caso de que no coincidan con la figura del empresario, normalmente en las grandes empresas. Pueden ser empresarios con ánimo de control de la empresa o simples inversores financieros.



• EL ENTORNO

En principio, el entorno es todo aquello que le es ajeno a la empresa como organización. Pero la empresa no vive aislada, sino que por el contrario vive inmersa en un sistema económico, con un conjunto de normas y relaciones que condicionan el desarrollo de su actividad. A la hora de hablar del entorno se suele hacer referencia a la siguiente clasificación:

1.- El entorno general: Es aquel que la empresa comparte con otras empresas, aunque se dediquen a actividades diferentes. Viene determinado por factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos (PEST).



2.- El entorno específico: Está compuesto por factores del entorno que inciden de forma particular sobre una determinada empresa. Fundamentalmente estará formado por:

- Los **proveedores y los suministradores** de materias primas, así como de aquellos otros bienes de capital necesarios para la producción o prestación de servicios.
- Las **entidades financieras**, que facilitan créditos para poder atender a los diferentes gastos que lleva implícita la producción.
- Los **clientes**, que son las personas físicas y otras empresas que compran los bienes y/o servicios producidos por la empresa.
- La **competencia**, que son las otras empresas que producen el mismo tipo de bienes y servicios para el idéntico segmento del mercado.
- La **administración**, que regula el funcionamiento de la empresa y grava su producción con impuestos y tasas.

c. La Responsabilidad social de la empresa



La responsabilidad social Empresarial (RSE) es un compromiso voluntario adquirido por empresas. Busca el mejoramiento social, económico y ambiental de la sociedad. La RSE es también conocida como Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Por tanto, el concepto de RSE se refiere a que esta debe considerar, además de los efectos económicos, los efectos sociales que generan sus decisiones y actuaciones.

En los últimos tiempos se está incrementando la presión de la sociedad sobre las empresas para que presten mayor atención a las cuestiones sociales y medioambientales y adopten actitudes más éticas en sus comportamientos.

El sistema de economía de mercado impulsa al empresario particular a minimizar sus costes privados de producción para resultar competitivo. Esto supone, en ciertos casos, trasladar a la comunidad parte de los costes de producción, los llamados costes sociales, en lugar de asumirlos personalmente.

1c: Investiga sobre las estrategias de RSE de alguna empresa conocida: ¿qué están haciendo exactamente?

Los **costes sociales** son las pérdidas directas o indirectas soportadas por terceros, como resultado de las actividades de la empresa.

Entre los principales costes sociales se podrían destacar:

- La contaminación del aire y del agua
- Modificación del equilibrio ecológico
- Agotamiento de recursos no restituibles
- Enfermedades laborales
- Desempleo

En los países más desarrollados, los respectivos gobiernos van introduciendo legislaciones para intentar paliar estos costes sociales, pero normalmente las leyes no pueden cubrir todos los aspectos y se elaboran con un cierto retraso respecto a la extensión de los problemas que pretenden solucionar.

Por ello, diferentes movimientos sociales exigen a las empresas que se enfrenten a los problemas sociales y medioambientales que generan, aunque ello suponga disminuir su capacidad de obtener beneficios a corto plazo.



Muchas empresas han adoptado los planteamientos de responsabilidad social como uno de los aspectos básicos de su filosofía empresarial, sobre todo en el ámbito de la imagen corporativa. Sin embargo, al nivel de actuaciones concretas las empresas son mucho menos receptivas a abordar estos temas, por consideraciones de costes fundamentalmente, sin tener en cuenta que, a largo plazo, su supervivencia puede depender de ello.

d. La cadena de valor

El análisis de la cadena de valor es esencialmente una forma de análisis de la actividad empresarial mediante la cual descomponemos una empresa en sus diferentes partes, buscando identificar fuentes de **ventaja competitiva** en aquellas actividades que generan valor. Esa ventaja competitiva se logra cuando la empresa desarrolla e integra las actividades de su cadena de valor de forma menos costosa y mejor diferenciada que sus rivales.

Una cadena de valor genérica está formada por tres elementos básicos:



- Las Actividades Primarias: tienen que ver con el desarrollo del producto, su producción, comercialización y los servicios de post-venta.
- Las Actividades de Apoyo a las actividades primarias: administración de RRHH, compras de bienes y servicios, desarrollo tecnológico e infraestructura empresarial (finanzas, contabilidad, calidad, relaciones públicas, asesoría legal, gerencia general).
- El Márgen: diferencia entre el valor generado y los costes totales incurridos por la empresa.

e. Sector de actividad y estrategia competitiva

La empresa no depende solo de sí misma. Su actividad se desarrolla junto a otras empresas competidoras que ofrecen productos similares: son las empresas de su **sector de actividad**. Si una empresa es más eficiente que otras, podrá ofrecer sus productos en unas mejores condiciones de relación calidad- precio. Esto se traducirá en una mayor aceptación por parte de los consumidores, con el consiguiente aumento de los beneficios.

La competencia es un mecanismo que asegura que las empresas más eficientes serán las que sobrevivan. En este marco de competencia las decisiones y actuaciones de una empresa condicionan y están muy condicionadas por las actuaciones del resto de empresas del sector.

En la actualidad, la **globalización** de la economía ha permitido que las empresas amplíen sus mercados geográficos con la aparición de nuevos competidores. En este contexto, se está generando un fuerte incremento de la competencia, que afecta a todo tipo de empresas.

El sector de actividad es el marco de referencia para analizar la competitividad de la empresa, es decir, su situación respecto a los competidores y, por tanto, su capacidad para sobrevivir en el mercado.

El sector de actividad está compuesto por el conjunto de empresas que desarrollan la misma actividad económica, con productos y procesos de producción similares.

Para definir un sector de actividad hay que estudiar un conjunto de variables que lo caracterizan:

1. Su actividad económica.
2. El número de empresas que lo forman.
3. La dimensión media del sector.
4. El tipo de tecnología utilizado.
5. El grado de madurez del sector.

Todas las empresas que integran un sector, o segmento del mismo, pretenden satisfacer el mismo tipo de necesidades de los compradores. Por ello, tienen que competir entre sí para captar a los clientes, y poder, de esta forma, alcanzar sus objetivos. La empresa deberá hacer un análisis que le permita calcular su nivel de competitividad respecto a sus competidores, de forma que pueda desarrollar las estrategias para mejorar su posición competitiva.

La **estrategia competitiva** de la empresa representa la búsqueda de una posición favorable en un sector de actividad. Las fuentes de la ventaja competitiva pueden ser:

- + **Liderazgo en costes:** producir con menores costes que los demás competidores para poder ofrecer un precio menor. Algunos ejemplos conocidos de empresas que siguen esta estrategia son Primark o Ryanair.
- + **Diferenciación:** destacar algún atributo del producto para que este sea percibido como “diferente” por los compradores y que permita establecer un precio superior al de la competencia, por ese carácter de exclusividad. Algunos ejemplos: Apple o Turrón 1880.



Turrón 1880, el turrón más caro del mundo: <https://www.youtube.com/watch?v=m5sm-tFWi9w>

- + **Segmentación:** Especializarse en satisfacer las necesidades de un grupo o segmento limitado dentro del sector, en que se conseguiría una ventaja competitiva, aunque no se tuviera para el resto.

f. Clasificación de las empresas

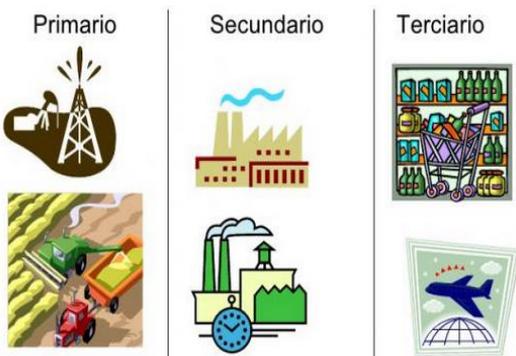
Las empresas pueden clasificarse atendiendo a distintos criterios

a) En función de su tamaño:

Los principales indicadores que se suelen utilizar para realizar esta clasificación son el volumen de ventas, el tamaño del capital propio y, fundamentalmente, el *número de trabajadores*. Atendiendo a este último indicador, tendríamos la siguiente clasificación:

- **Pequeñas empresas:** con un número de trabajadores menor o igual a 50.
- **Empresas medianas:** Entre 50 y 250 trabajadores.
- **Empresas grandes:** con más de 250 trabajadores.

b) Según el sector económico en el que desarrollan su actividad:



- **Sector primario:** Aquellas relacionadas con las actividades agrícolas, pesqueras y ganaderas. También comprende las actividades de extracción de minerales, combustibles sólidos y gas natural.

- **Sector secundario:** Son las que obtienen sus productos de la *transformación* de las materias primas. Se conoce como industria.

- **Sector terciario:** Son aquellas cuya principal función consiste en la *prestación de servicios*. No se realizan labores técnicas de transformación.

c) Según el ámbito geográfico:

- **Empresas locales:** venden en una única localidad.
- **Empresas provinciales:** Venden en una única provincia.
- **Empresas regionales:** Venden en una región o CC.AA.
- **Empresas nacionales:** Venden en distintas regiones del Estado.
- **Empresas multinacionales:** Son aquellas cuyo ámbito geográfico de actuación supera el estatal. Operan en diferentes países, a veces mediante inversiones directas, otras veces mediante acuerdos de colaboración con empresas distribuidoras, etc.

d) Según su función básica:

- **Empresas productoras:** Son aquellas cuya función de producción implica la transformación de materias primas en productos.
- **Empresas comerciales:** Su tarea fundamental es la de favorecer las relaciones de intercambio, sin dedicarse a la transformación.

e) Según la propiedad o titularidad del capital:

- **Empresa privada:** Cuyo capital es propiedad de particulares. Es el tipo de empresa más común en el sistema económico de mercado. Su principal objetivo es la maximización de beneficios.
- **Empresa pública:** Cuyo capital es propiedad del Estado. Se caracteriza por la existencia de fines u objetivos distintos de los normales en una empresa capitalista.
- **Empresa mixta:** Cuando una parte del capital pertenece a particulares y la otra al Estado.

f) Según la forma jurídica. Puede tratarse de un empresario individual (persona física) o de un empresario social (persona jurídica). Existen muchos tipos de sociedades: las tres más conocidas son Sociedad Anónima (SA), Sociedad Limitada (SL) y las Sociedades Cooperativa.

1f: Clasifica las siguientes empresas en función de los distintos criterios que conozcas:

- BBVA
- Correos
- Carrefour
- Alimerka
- Bazar La Calzada
- Coca-Cola

g. Investigación: El tejido empresarial asturiano



En estos organismos encontrarás información sobre las empresas de nuestra región:



IDEPA (Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias):

<http://www.idepa.es/sites/web/idepaweb/productos/cifras/empresarial/index.jsp?csection=>



FADE (Federación Asturiana de Empresarios):

<http://web.fade.es/es/portal.do?IDM=225&NM=3>

Y aquí algunos ejemplos concretos de distintas empresas asturianas:

http://www.rtpa.es/video:Yo%20soy%20rural_551442962942.html

http://www.rtpa.es/video:Yo%20soy%20rural_551442443048.html

http://www.rtpa.es/video:Yo%20soy%20rural_551370125499.html

<http://www.slashboards.com/>

<https://www.evarogado.com/content/4-quienes-somos>

<http://www.costasurf.com/grandppa-boards-cultura-longboarder-inquieta-en-gijon/>

<http://www.ewan.es/about-us/>

<http://sonidopolis.com/que-es-sonidopolis/>

<http://www.circoperrotti.com/>

<http://www.biciclasica.com/nosotros>

