



UD 4. A EMPRESA E A SÚA CONTORNA (T 5 + T 7 McGraw)

A Empresa no seu Contexto e as Ferramentas de Análise

- 4.1 O Mercado e as Oportunidades de Negocio: A innovación empresarial (apuntamentos)
- 4.2 Análise da Contorna: (apuntamentos)
- Análise da contorna xeral ou macrocontorna (factores PESTEL)
 - Análise da contorna específica ou microcontorna
- 4.3 Estratexias de Exploración da Contorna: Fontes primarias e secundarias. (apuntamentos)
- 4.4 Análise DAFO de Proxectos Empresariais. (apuntamentos)

O Impacto da Actividade Empresarial e a Sostibilidade

- 4.5 A responsabilidade social corporativa **px 86-87**
- 4.6 Sostibilidade do noso modo de vida: **px 118**
- 4.7 Os obxectivos de desenvolvemento sostible (ODS) **px 119**
- 4.8 Da economía lineal á economía circular: **px 120-123**
- Alongar a vida dos produtos
 - Economía colaborativa e economías de acceso
 - Arranxar e reeparar
 - A reciclaxe
- 4.9 O cambio comeza por nós: Os certificados de sostibilidade e o desenvolvemento local. **Px 124-125**

A Empresa no seu Contexto e as Ferramentas de Análise

4.1 O Mercado e as Oportunidades de Negocio: A innovación empresarial

As empresas, buscando maximizar o seu beneficio, convértese en motores de cambio. Buscan permanentemente ventaxas competitivas que lles permitan satisfacer mellor as necesidades dos seus clientes, atopando solucións innovadoras aos problemas. Froito desas **decisións empresariais** innovadoras xurden:

- **A Innovación:** Non sempre consiste en inventar algo novo (como o iPhone). Pode ser mellorar un proceso (como o envío rápido a domicilio) ou un modelo social (como unha empresa que só usa plásticos reciclados).
- **A transformación Social:** Cando unha empresa innova, cambia o noso xeito de vivir, crea emprego e pode mellorar a sustentabilidade do planeta.



4.2 Análise da Contorna: Onde estamos?

A empresa antes de lanzar calquera proxecto, ten que estudar o entorno, para evitar erros na súa toma de decisión, coñecer as necesidades dos seus clientes e anticiparse aos seus competidores. O entorno da empresa divídese en dous niveis:

➤ **A Macrocontorna (ou contorna xeral), formada polos factores que afectan a todas as empresas:** Para estudala usamos a ferramenta **PESTEL** que detalla todos os factores fundamentais da macroentorna ou controna xenérica:

- **Políticos:** Estabilidade e orientación política dos gobernos, cambios de goberno...
- **Económicos:** Paro, inflación, crecemento do PIB...Determinan a capacidade adquisitiva dos consumidores.
- **Sociais:** Gustos e costumes da xente (por exemplo, agora buscamos comida máis sa).
- **Tecnolóxicos:** Novas Apps, intelixencia artificial, internet 5G, infraestructuras de acceso a internet...
- **Ecolóxicos:** O cambio climático, a reciclaxe, o uso de enerxías limpas...
- **Legais:** Normas de seguridade, contratos, impostos...

➤ **A Microcontorna (ou contorna específica), formada polos factores que afectan a unha empresa en particular:** Para estudala analízanse os seguintes factores que afectan a túa empresa en particular:

- **Cientes:** Quen che vai mercar? Que necesitan?
- **Provedores:** Quen che vende a materia prima? Son fiables?
- **Competencia:** Quen fai o mesmo ca ti? En que son mellores ou peores?
- **Intermediarios:** Quen che axuda a chegar ao cliente (transportistas, tendas online)?

4.3 Estratexias de Exploración da Contorna

O desenvolvemento exitoso dunha empresa depende da súa capacidade para **monitorizar** e **interpretar** correctamente os cambios que ocorren na súa contorna (macrocontorna e microcontorna). Este proceso chámase **Exploración da Contorna** ou **Intelixencia Competitiva**.

Unha empresa que non se informa, fracasa. A **procura e xestión da información** hoxe en día faise a través da "Big Data":

- **Monitorizar:** Estar atento ás redes sociais, tendencias de Google e noticias.
- **Recolla de datos:** Enquisas, entrevistas ou observar que fai a competencia.
- **Obxectivo:** Reducir a incerteza para evitar erros e garantir os beneficios nas inversións.



Procura da Información da contorna

1. Fontes de Información (onde buscar). A empresa recorre a diferentes fontes para obter datos relevantes sobre a contorna:

A. Fontes Primarias (Internas e Específicas): Son datos recollidos pola propia empresa, especificamente para un obxectivo concreto.

- **Investigación de Mercados:** Enquisas e entrevistas específicas a clientes (actuais ou potenciais) para coñecer os seus gustos, necesidades e comportamento.
- **Análise Interna:** Ventas, datos de produción, *feedback* dos departamentos comercial e de atención ao cliente.
- **Observación:** Visitas aos puntos de venda da competencia.

B. Fontes Secundarias (Externas e Xerais): Son datos que xa foron publicados por terceiros e que a empresa utiliza para a súa análise. Son máis rápidos e económicos de obter.

- **Organismos Públicos:** Informes do INE (Instituto Nacional de Estatística), Cámaras de Comercio, *Eurostat* (datos europeos).
- **Medios de Comunicación:** Prensa económica, revistas especializadas, blogs de expertos sectoriais.
- **Bases de Datos e Informes Sectoriais:** Estudos de consultoras, bancos e asociacións empresariais sobre tendencias e perspectivas do sector.

4.4 Análise DAFO de Proxectos Empresariais

Esta é unha das ferramentas máis famosas da economía, con toda a información recollida da contorna, faise o análise das Debilidades e Fortalezas internas, e das Oportunidades e Ameazas externas, para tomar decisión que permitan o éxito da empresa.

Esta ferramenta serve para o análise empresarial e tamén para o teu propio análise persoal. Cruza o que pasa fóra co que tes dentro:

Análise INTERNA (Controlable)	Análise EXTERNA (Non podes cambialo)
Fortalezas: En que es o mellor? Tes moitos contactos? Coñeces ben a tecnoloxía?	Oportunidades: Hai unha axuda do goberno? Non hai ninguén na túa zona que venda iso?
Debilidades: Faltan cartos? Tes pouca experiencia? Falta tempo?	Ameazas: Vai subir o prezo da luz? Vai saír unha lei que prohibe o teu produto?