

Economía: aspectos xerais

- Economía e sistemas económicos.
- O Estado: orzamentos xerais e política fiscal.
- Conceptos de magnitudes e indicadores económicos básicos: IPC, PIB, PNB, inflación,
- A taxa de actividade e taxa de paro.

Isto é de Economía de primeiro

ECONOMÍA

O obxectivo fundamental da ciencia económica consiste en *describir, analizar, explicar e relacionar* o comportamento económico da sociedade.

Debido á complexidade da conduta humana e, polo tanto social, a ciencia económica non pode lograr a precisión das ciencias físicas, químicas, etc.; Debemos contentarnos con "*observar*" os fenómenos económicos que nos rodean e analízalos de xeito sistemático para entender, no xeito do posible, a realidade e mesmo poder intervir para mellorar a situación económica da nosa sociedade.

Existen moitas definicións de economía, pero todas deben recoller diversos conceptos económicos como: escaseza, produción e satisfacción de necesidades.

Recollendo estes termos, a **economía** pódese definir como **a ciencia que se ocupa do xeito en que se dispoñen uns recursos escasos, co obxecto de producir bens e servizos e distribuílos para o seu consumo entre os membros da sociedade, coa finalidade de satisfacer as súas necesidades.**

SISTEMAS ECONÓMICOS

Para dar solución aos problemas económicos a sociedade debe estar organizada. *Segundo a forma en que se organicen as persoas e os recursos dunha sociedade, estaremos a definir un determinado sistema económico ou outro.*

O sistema económico afecta, polo tanto, á organización da actividade económica a través dos axentes económicos e dos factores de produción.

A través da historia, as formas de organización social foron variando, polo que se xeraron distintos tipos de sistemas económicos, pero sempre coa finalidade de resolver os tres problemas básicos da economía: **Que, como e para quen producir?** Contestando estas tres cuestións, definiremos o sistema económico de calquera país.

Que producir? *Que bens e servizos han de producirse e en que cantidade?* Dado que un mesmo recurso pode ser destinado á produción de diferentes bens ou servizos (por exemplo, un terreo pódese dedicar a unha explotación agrícola, gandeira ou ben industrial), é necesario tomar unha decisión. Por outra parte, como da combinación dos recursos dispoñibles podemos establecer moitas alternativas de produción. Tamén deberemos decidir a cantidade de produción de cada ben e servizo (cereais, vehículos, estradas, etc.). Con estas decisións obtense a **estrutura produtiva dun país.**

Como producir? *Que recursos se van utilizar e que técnica de produción se vai aplicar na obtención dos bens e servizos?* Trátase, polo tanto, de utilizar *métodos eficientes* (uso eficiente dos recursos) para que, empregando a cantidade menor de recursos dispoñibles, obteñamos a produción maior posible (así poderemos producir outros bens ou servizos cos recursos sobrantes). A tecnoloxía xoga un papel fundamental á hora de determinar o como producir.

Para quen producir? *Cal vai ser o destino dos bens e servizos? A quen van ir dirixidos eses bens e servizos? A toda a sociedade ou ben a un grupo determinado? A distribución da renda será igualitaria ou producirase unha diferenza moi acusada entre os membros da sociedade?*

Cada sistema económico deberá decidir e dar resposta, de acordo coa cantidade de recursos de que dispoña, ás anteriores cuestións.

Os sistemas económicos actuais:

	Economías de mercado	Economías de planificación central	Economías mixtas
¿Quen toma As decisións?	Os axentes económicos a través do MERCADO deciden; que, como e para quen producir	O ESTADO é o que planifica e decide que, como e para quen producir	Os axentes económicos a través do MERCADO O ESTADO tamén intervén
¿Como é a propiedade?	PRIVADA os individuos son os propietarios dos bens de produción	A propiedade dos bens de produción e do ESTADO.	Importante propiedade do ESTADO xunto ca propiedade privada
¿Quen planifica a produción? (Que e como producir)	A EMPRESA	O ESTADO a través das súas institucións	A EMPRESA E O ESTADO
¿Como se determinan os prezos?	Os determina o MERCADO a través da oferta e a demanda	O ESTADO a través das súas institucións	O MERCADO O ESTADO fixa só os bens públicos
¿Cal é o papel do Estado?	Garantiza o marco económico para a liberdade de mercado	E o poder decisorio da actividade económica	Elabora o marco xurídico-económico e garantiza os dereitos
Vantaxes	-Os axentes económicos poden elixir segundo preferencias e disponibilidades. -Gran dispoñibilidade e variedade de bens e servizos. -Sistema produtivo eficiente	-A renda repártese dun modo máis equitativo. -Necesidades básicas da poboación cubertas. -Altos niveis de emprego.	O Estado intervén para corrixir os desaxustes do mercado
Inconvenientes	-Inestabilidade cíclica do sistema. -Desigual repartición da renda e a riqueza -Competencia imperfecta: monopolio oligopolio.. -Pouco respectuoso co medio. -Desemprego e capas de pobreza.	-Faltas de incentivos. -Excesiva burocracia. Altos niveis de ineficiencia -Menor variedade de bens. -Pouca capacidade de decisión dos axentes económicos privados. -Pouco respectuoso co medio.	- Os mesmo que nos outros dous sistemas, dependendo do peso específicos do sector público ou do mercado

OXE

Os Orzamentos Xerais do Estado son un instrumento básico de planificación do sector público na actividade económica, e podémolos definir como un **resumo** sistemático realizados normalmente por **un ano**, entre os **ingresos públicos** que son **estimativos**, para cubrir os **gastos públicos** que teñen un carácter **obligatorio**.

A **aprobación dos Orzamentos Xerais do Estado** é competencia do poder lexislativo, do Parlamento nas súas dúas cámaras; Congreso e Senado.

A elaboración correspóndelle ao goberno: o Consello de Ministros que aproba o proxecto de lei de OXE que presenta ás Cortes Xerais. O Ministerio de Economía coordina o proceso de elaboración.

En canto ao control que se realiza na execución dos Orzamentos, hai:

Un control interno exercido polos funcionarios da Intervención Xeral do Estado.

Un control externo exercido polo Tribunal de Contas, que elabora un informe sobre a forma en que se executou un orzamento e que presentan ao Congreso para a súa aprobación.

POLÍTICA FISCAL

Por política fiscal entendemos un conxunto de medidas que supoñen a utilización de instrumentos específicos da facenda pública: os **ingresos públicos**(fundamentalmente os impostos) e os **gastos públicos**. Estes mecanismos non se poden instrumentar de forma arbitraria senón que, pola contra, necesitan formularse axeitadamente e ser aprobados polos representantes dos cidadáns en forma de leis (nos orzamentos).

Por exemplo, en épocas de **recesión** aplicárase unha política fiscal **EXPANSIVA**, coas seguintes medidas: reducir impostos e/ou aumentar o gasto público.

Ao ↓ Impostos => ↑ Renda dispoñible => ↑ Consumo e Investimento => ↑ DA.

Ao ↑ Gasto público => ↑ DA.

Consecuencias: Ao aumentar la DA, aumenta a produción e o emprego pero tamén aumentas os prezos. Ademais provoca déficit no orzamento pois aumenta o gasto público e/ou diminúen os ingresos públicos. Como vimos, o déficit leva a unha máis débeda, co que aumenta o gasto (a débeda hai que devolvela e con xuros crecentes) e tamén temos o problema do efecto expulsión (a débeda pública expulsa dos mercados á débeda privada, que terá un peor financiamento).

Tamén podemos falar de política fiscal discrecional e de estabilizadores automáticos.

A política fiscal **discrecional** son medidas aplicadas en situacións concretas para evitar os efectos negativos do ciclo sobre a demanda agregada, os prezos, e o emprego. Estas políticas teñen efectos a longo prazo, tardan en aplicarse e os seus efectos son lentos en economía. Cando se poden alcanzar os obxectivos que orixinaron as políticas estes variaron. Un exemplo sería programas de investimento en obras públicas, para loitar contra a recesión.

Os impostos progresivos son un **estabilizador automático** de política fiscal porque recadan unha proporción maior en épocas de crecemento xa que as rendas son maiores e recadan menos que proporcionalmente en épocas de recesión porque as rendas son menores. Ademais é unha medida que se aplica automaticamente e non de forma discrecional. De forma discrecional sería, por exemplo que se baixa o IRPF ante unha recesión.

As transferencias son un estabilizador automático porque a súa aplicación é automática, non necesita planificación. Por exemplo, ante unha recesión, o gasto pola prestación por desemprego aumenta porque hai máis desempregados.

IPC

Xeralmente a inflación mídese pola **variación do Índice de Prezos de Consumo (IPC)**. Para iso, analízanse os hábitos de compra dos consumidores co fin de determinar que bens e servizos poden considerarse representativos dun consumidor medio. Elaborada esta *lista da compra* e ponderados os seus artigos en función da súa importancia en relación co gasto dos consumidores, obtense o que se coñece como **cesta da compra**. Cada mes, un equipo de inspectores de prezos do **INE** comproba os prezos destes artigos en diversos puntos de venda. A continuación, compáranse os custos desta cesta ao longo do tempo e determínase unha serie que serve para a elaboración do IPC.

Calculado o IPC, a evolución dos prezos mide mediante taxas de inflación, que son taxas de variación do IPC: taxa de inflación interanual, taxa mensual ou a taxa anual.

INFLACIÓN

A **inflación** defínese como un incremento xeneralizado do nivel de prezos durante un período de tempo, que dá lugar a unha diminución do valor do diñeiro e, polo tanto, do seu poder adquisitivo.

PIB

O Produto Interior Bruto (PIB) é un dos principais agregados económicos contidos na Contabilidade Nacional.

Representa o **valor de mercado** en **termos monetarios** da produción de todos os **bens e servizos finais** que se producen **nun país** durante un período de tempo (normalmente un ano).

En canto ao valor de mercado, o PIB só inclúe bens e servizos producidos para o mercado e non ten en conta o autoconsumo, a economía somerxida, o traballo voluntario,...

O PIB valórase en termos monetarios. Isto supón que, como non podemos sumar kilos de patacas máis litros de leite máis unidades de coches máis horas de asesoramento dun avogado (por poñer algúns exemplos de bens e servizos) pois son heteroxéneos, teremos que valorar todos estes bens e servizos producidos en unidades monetarias (no noso caso, en euros).

No PIB só se suman tódos os bens e servizos finais, pois o valor dos bens e servizos intermedios xa está incluído no valor destes finais.

Por último destacar que o que sumamos no PIB é a produción elaborada no interior dun país, dentro das súas fronteiras.

PNB

O Produto Interior Bruto (PIB) representa o valor dos bens e servizos finais producidos no interior das fronteiras dun país, tanto polos factores produtivos nacionais como estranxeiros, dentro do periodo dun ano.

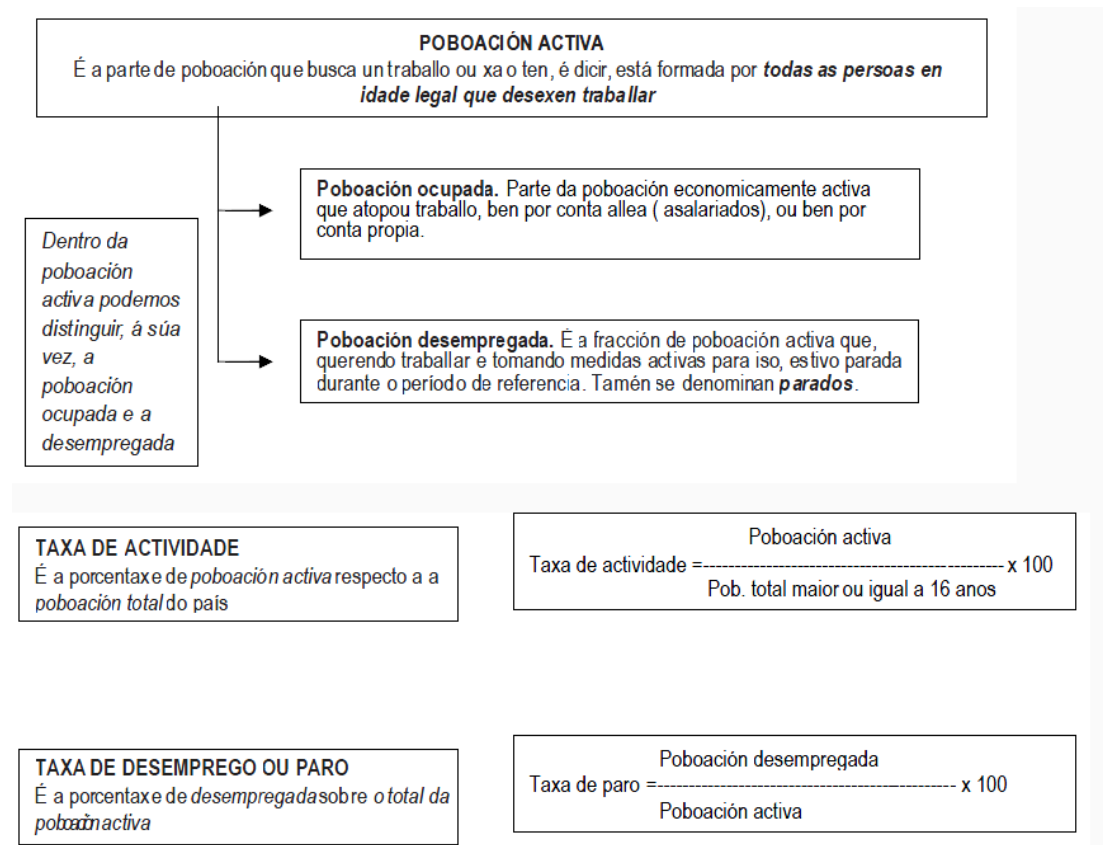
O Produto Nacional Bruto (PNB) representa o valor dos bens e dos servizos finais xerados por unha economía, durante un ano, utilizando os factores de produción nacionais dentro e fóra do propio país.

$$\text{PNB} = \text{PIB} + \text{rfne} - \text{rfen}$$

rfne = renda factores de produción nacionais no estranxeiro (empresas emigrantes) españolas no estranxeiro e remesas.

rfen = renda dos factores de produción estranxeiros no país (empresas estranxeiras en España e residentes estranxeiros).

POBOACIÓN ACTIVA E INACTIVA. TAXAS DE ACTIVIDADE E DE PARO



Poboación Inactiva:

Persoas que estando en idade de traballar, ou non poden ou non queren traballar. Nesta situación atoparían, fundamentalmente, os colectivos de persoas que se ocupan do fogar, estudantes, xubilados ou prexubilados, persoas que realizan traballos de voluntariado non remunerados, incapacitados laborais, ou persoas que reciben outras remuneracións tales como prestacións sociais, ou rendas do capital que lles permite vivir sen realizar unha actividade laboral.

A empresa

- Concepto, obxectivos e funcións da empresa.
- Clases de empresas: criterios de clasificación; clasificación segundo a súa natureza xurídica.
- Organización da empresa: organigrama.
- Dimensión e localización da empresa.
- Importancia das PEME e das cooperativas como motor de desenvolvemento.
- Contrato de traballo: dereitos e obrigas dos traballadores e as traballadoras.
- Importancia da seguranza e a hixiene non traballo. Prevención de riscos
- Sistemas de xestión de calidade na empresa

CONCEPTO DE EMPRESA.

A empresa é	Unidade de produción
	Creadora de utilidade (engaden valor)
	Axente económico

A empresa é a unidade básica de produción e distribución, posibilita que os bens e servizos cheguen ao consumidor co que este verá así satisfeitas as súas necesidades, con iso crea utilidade, engade valor.

A empresa utiliza recursos ou factores produtivos (terra, traballo e capital) para producir bens e servizos que posteriormente se distribúen no mercado. Polo tanto, hai unhas entradas ou inputs do proceso produtivo (os factores produtivos) e unha saída ou output (o produto obtido).

O valor engadido dunha empresa é a diferenza entre o valor dos bens producidos e o custo dos factores utilizados para producilos. As empresas crean valor ao engadir UTILIDADE (capacidade para satisfacer as necesidades humanas) aos bens e servizos.

As empresas crean valor ao producir (en sentido estrito), ao comercializar ou distribuír ou ao prestar un servizo. A cadea de valor comprende tódalas fases do proceso de produción e distribución dun ben ou servizo.

ELEMENTOS:

- Recursos Humanos
- Recursos materiais (técnicos e financeiros)
- Organización
- Ámbito ou contorno

CONTORNO (CONTEXTO OU ÁMBITO)

Contorno é todo aquilo que está ao redor dunha empresa e lle afecta ou pode chegar a afectarlle.

Contorno Xeral:	Contorno Específico:
Factores que afectan a TODAS as empresas dunha zona xeográfica	Factores máis relevantes para unha empresa DUN SECTOR
• Factores económicos. • Factores socio-culturais. • Factores político - legais. • Factores tecnolóxicos.	• Clientes / compradores / distribuidores. • Competidores. • Produtos substitutivos. • Provedores.

O SECTOR: Un sector está composto polo conxunto de empresas que desenvolven a mesma actividade económica. Tradicionalmente clasifícanse en: primario, secundario ou industrial e terciario (comercial e de servizos)

OBXECTIVOS:

- Maximizar o beneficio ou maximizar a rendibilidade sobre o capital investido.
- Crecer, incrementar a produtividade,...
- Obxectivos de responsabilidade social:

Ámbitos	Interno , dentro da empresa, as prácticas responsables no social afectan aos traballadores: crear emprego, mellorar a estabilidade do emprego, mellorar as relacións sociais, mellorar a saúde laboral, conciliar a vida familiar e a laboral, a xestión do cambio,
	Externo , no contorno, sobre as comunidades locais, os socios comerciais e provedores, consumidores, autoridades públicas e ONG e o medio ambiente (emisións de gases, consumo enerxético, reducir contaminación,...).

FUNCIONAMENTO GLOBAL E ÁREAS DE ACTIVIDADE OU FUNCIÓNS.

- Aproxionamento
- Produción
- Comercialización ou marketing
- Financiamento e investimento
- Persoal ou de recursos humanos
- Dirección

FUNCIÓNS DAS EMPRESAS NO SISTEMA ECONÓMICO:

- Proporcionan os bens e servizos á sociedade coordinando os factores de produción. Isto é esencial debido á división do traballo.
- Crean valor, é dicir, aumentan a utilidade dos bens.
- Asumen riscos ao anticipar o pago dos recursos que necesitan.
- Crean riqueza e xeran emprego.

TIPOS DE EMPRESA E CRITERIOS DE CLASIFICACIÓN:

Tamaño:	Sector de actividade:	Titularidade:	Forma xurídica:	Ámbito de actuación
Empresas pequenas	Sector primario	Privadas	Empresa individual	Local
Empresas medianas	Sector secundario	Publicas	Sociedades	Nacional
Empresas grandes	Sector terciario	Mixtas		Multinacional

O EMPRESARIO INDIVIDUAL

Empresa cun só propietario. O empresario individual é a **persoa física** que exerce de forma habitual e por **conta propia** unha actividade comercial, industrial ou profesional.

Responde de forma **ilimitada** con todo o seu patrimonio persoal das débedas xeradas na súa actividade.

Os beneficios da empresa tributan no **IRPF** (Imposto sobre a Renda das Persoas Físicas).

SOCIEDADES:

Requisitos mercantís de constitución das sociedades.

Outorgar ESCRITURA PÚBLICA DE CONSTITUCIÓN (ante NOTARIO).

Inscribir a sociedade no REXISTRO MERCANTIL correspondente ao domicilio social.

O **REXISTRO MERCANTIL**. É un organismo de acceso público que contén toda a información relevante sobre as empresas.

Órganos das sociedades.

A xunta xeral de socios é o órgano de deliberación e decisión.

Ao administrador ou administradores: é o órgano de xestión e representación da sociedade.

Os beneficios da empresa tributan no Imposto de Sociedades.

Clases de sociedades.

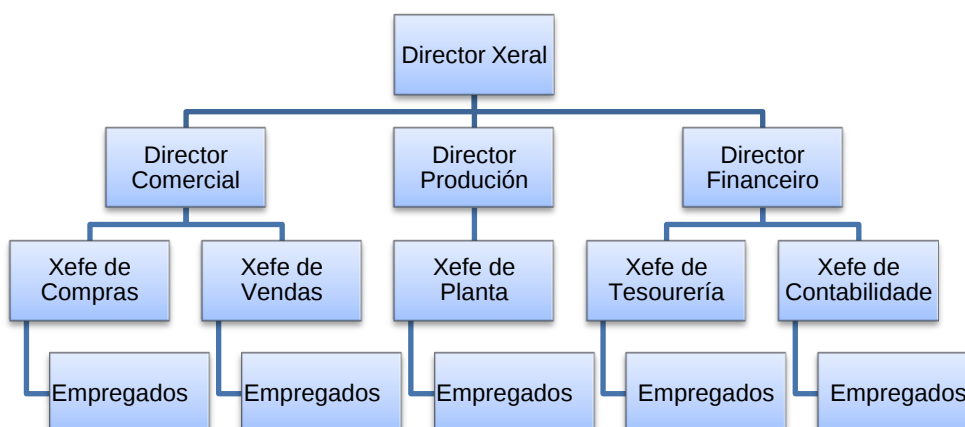
Forma xurídica	Empresario Individual	Anónima	Limitada	Laborais	Cooperativa
Nome	Nome do empresario	Nome + "S.A ". Nome + "S.A.U ".	Nome + "S.L ". Nome + "S.L.U ".	Nome + "S.A.L" Nome + "S.L.L ".	Nome + "S.Coop".
Capital social mínimo	---	60.101,21 (Desembolso mínimo: 25%)	3.005,06 (Desembolso total)	Depende de se é SA ou SL	----
Nº mínimo de socios	---	2 1 (S.A.U)	2 1 (S.L.U)	3 Socios traballadores >51% capital	3 (1º grao) 2 (2º grao)
Natureza	Personalista	Capitalista	Capitalista	Mixta	Social, non é mercantil
Responsabilidade	Persoal e ilimitada	Limitada ás achegas	Limitada ás achegas	Limitada ás achegas	Limitada, salvo pacto nos Estatutos
Órganos	Empresario	Xunta Xeral Accionistas Administradores	Xunta Xeral Socios Administradores	Depende de se é SA ou SL	Asemblea Xeral Consello Reitor Interventores
¿Para que serve?	Control absoluto da empresa	Sociedade aberta: accións libremente transmisibles. Alto capital para altos investimentos	Sociedade pechada : Restrición á transmisión de participacións. Ideal para PEMES e empresas familiares.	Acceso dos traballadores á xestión da sociedade.	Creación de traballo e ben común para os socios

CONCEPTO DE ORGANIZACIÓN.

Función que diseña a **estrutura interna** necesaria para o funcionamento da empresa, é dicir, as tarefas de cada persoa na empresa, a súa responsabilidade e autoridade e como se coordinan e comunican.

- ▶ **¿Que organizar?** organizamos persoas (empregados, directivos) que desenvolven tarefas moi diversas (aprovisionamento de primeiras materias, transformación en produtos ou servizos, contabilización das operacións mercantís, distribución dos produtos, etc.). Polo tanto, e en primeiro lugar, as organizacións empresariais necesitan para o seu funcionamento unhas persoas.
- ▶ **¿Para que organizar?** Para acadar os obxectivos propostos.
- ▶ **¿Con que criterios organizamos?** División do traballo, autoridade (nas empresas hai certa xerarquía), ...
- ▶ **Departamento:** agrupación de unha ou varias persoas realizan un conxunto de tarefas específicas.
- ▶ **Ámbito de supervisión ou control:** número de persoas que dependen dun directivo.
- ▶ **Organigrama.** É a representación **gráfica** da estrutura organizativa **formal** da empresa. Mostra as unidades organizativas (departamentos) e as relacións que existen entre elas. *Deben ser:* exactos, reais e sinxelos.

Exemplos de organigramas:



LOCALIZACIÓN

Lugar que o empresario considera axeitado para levar a cabo a actividade empresarial. Pode ser distinto do domicilio social.

Factores de localización	
Empresa industrial:	Empresa comercial e de servios:
• A dispoñibilidade e o custo do terreo. • A facilidade de acceso ás materias primas e outras subministracións. • A existencia de man de obra cualificada. • A dotación industrial da zona. • As infraestruturas, comunicacións e telecomunicacións. • A normativa urbanística sobre os usos do chan. • A existencia de axudas económicas ou fiscais.	• A proximidade da demanda. • A visibilidade do local. • O custo do local. • A facilidade de comunicacións e comodidade de acceso. • A complementariedade de actividades.

DIMENSIÓN

É a capacidade de produción da empresa.

Criterios para medir o tamaño	Capacidade produtiva:	Dimensión óptima:
- Volume de vendas - Tamaño do capital propio - Número de traballadores	Máxima produción que se pode alcanzar nun período de tempo con todos os recursos utilizados	É a que fai mínimo o custo unitario

PEME: PEQUENA E MEDIANA EMPRESA

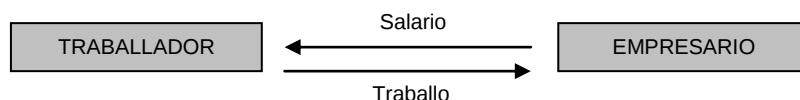
Características	
Positivas	Negativas
• Organización simple e flexible. • Máis dedicación ao negocio. • Maior adaptación ao contorno. • Maior vinculación cos clientes. • Maior integración e motivación dos traballadores. Pouca conflitividade laboral.	• Capacidade de financiamento limitada. • Dificultade de acceso ás innovacións tecnolóxicas (I+D+i) • Escasa formación empresarial • Baixa formación e cualificación do persoal. • Escaso poder negociador. • Ausencia de economías de escala.

CONTRATO DE TRABAJO (CONCEPTO E ELEMENTOS PARA QUE SEXA VÁLIDO)

¿Que é? É un pacto ou acordo entre empresario e traballador polo que o traballador se compromete a realizar determinados servizos por conta do empresario, baixo a súa dirección, a cambio dunha retribución.

Para que exista unha **relación laboral** é necesario que se dean os seguintes requisitos:

- Que o traballador preste os seus servizos para outra persoa, por iso chámase **traballo por conta allea**.
- Debe existir unha retribución (**salario**) a cargo do empresario.



Elementos:

► **¿Quen pode celebrar un contrato de traballo?**

O traballador. A idade mínima é de 16 anos. Se o traballador ten entre 16 e 18 anos e non está emancipado, requirirá o consentimento dos seus pais ou titores. (Un menor pode emanciparse por vivir independentemente, contraer matrimonio ou por decisión xudicial).

En canto a á nacionalidade, os estranxeiros comunitarios poden circular libremente por España, pero os que proceden doutros países que non forman parte da UE necesitan un permiso de traballo expedido polo Ministerio de Traballo.

O empresario. É a persoa pola conta da cal e baixo a dirección da cal o traballador vai prestar os seus servizos. Pode ser unha persoa física, ou pode ser unha persoa xurídica ou sociedade.

- **O salario.** É o que recibe un traballador, ben en diñeiro ou en especie por traballar por conta allea. Está formado por o salario base + complementos salariais. Está determinado no convenio colectivo e debe respectar o SMI
- **Tempo de traballo:** A xornada laboral (a ordinaria é de 40 horas semanais como máximo de media ao ano), descansos semanais, vacacións, festivos, horas extraordinarias, ...
- **Pode pactarse un período de proba.** Durante este período poderá rematar a relación laboral por vontade de calquera das partes, sen alegar causa ningunha e sen preaviso. Pode habelo ou non. Se o hai, deberase reflectir por escrito no contrato.

DEREITOS E OBRIGAS DOS TRABALLADORES.

Un contrato de traballo supón uns dereitos para o traballador, que se convarten en obrigas para o empresario. Ao mesmo tempo, as obrigas que contrae o traballador convértense en dereitos para o empresario.

Dereitos do traballador:

En primeiro lugar cabe recordar os dereitos que aparecen recollidos na Constitución:

Dereitos constitucionais:	
► Ao traballo. ► Á libre elección de profesión ou oficio. ► Á libre sindicación. ► Á negociación colectiva.	► Á folga. ► De reunión. ► A participar na empresa.

Ademais, durante a relación de traballo ten ademais dereito a:

*Principais **dereitos laborais** do traballador:*

- ▶ Á ocupación efectiva. O empresario debe asignarlle un posto de traballo, unhas tarefas e darlle os medios axeitados para realizalas.
- ▶ Á promoción e formación no traballo.
- ▶ A non ser discriminados ao ser contratados ou despois, no emprego.
- ▶ Á integridade física e a unha axeitada política de seguridade e hixiene. O empresario debe velar pola saúde dos traballadores, adoptando as medidas necesarios e poñendo á súa disposición os medios de protección axeitados.
- ▶ Respecto á intimidade e consideración debida á dignidade.
- ▶ A cobrar o salario puntualmente nas datas pactadas.
- ▶ Ao exercicio das accións derivadas do contrato. En caso de incumprimento por parte do empresario, pode reclamar ante os xulgados do social.
- ▶ A unha xornada dentro dos límites legais e aos descansos estipulados,... e a coñecer o seu calendario laboral con anticipación.

*Principais **deberes laborais** do traballador:*

- ▶ Cumprir coas obrigas propias do seu posto de traballo.
- ▶ Cumprir as ordes e instrucións do empresario.
- ▶ Cumprir as medidas de seguridade e hixiene.
- ▶ Non realizar a mesma actividade que a empresa en competencia con ela.
- ▶ Contribuír a mellorar a produtividade.

OBRIGAS DE AFILIACIÓN E COTIZACIÓN Á SEGURIDADE SOCIAL.

A **afiliación** é un acto administrativo da Seguridade Social (SS) polo que unha persoa se incorpora ao sistema da SS. Isto significa que ten dereitos (prestacións) e obrigas (cotizar). A afiliación é obrigatoria e única en toda a vida do traballador.

O empresario está obrigado a solicitar a afiliación á SS e a dar de alta dos traballadores antes de que comecen a traballar. Tamén está obrigado a dar de baixa aos que finalicen o contrato.

Cotizar é contribuír ao sistema da SS. Están obrigados a cotizar as empresas e os traballadores. A cota da empresa é un custo laboral. A cota do traballador é retida pola empresa e ingresada na SS.

CONCEPTO DE CONVENIO COLECTIVO.

É o acordo escrito resultado da negociación desenvolvida entre os representantes dos traballadores e os representantes dos empresarios para regular as condicións de traballo.

A SEGURIDADE E HIXIENE NO TRABALLO. A PREVENCIÓN DE RISCOS LABORAIS.

A prevención de riscos laborais ten por obxecto mellorar as condicións de seguridade e hixiene no traballo para protexer a saúde e a seguridade dos traballadores. O seu obxectivo é evitar riscos, avaliar os riscos non evitables e formar e informar aos traballadores sobre os riscos laborais.

Obrigas dos empresarios:

- Previr e avaliar riscos. Deben elaborar un plan de prevención de riscos laborais.
- Formar e informar aos traballadores.
- Vixiar periodicamente a saúde dos traballadores mediante recoñecementos médicos.
- Adaptar e perfeccionar as medidas de protección.
- Tomar as medidas necesarias en caso de emerxencia.

Obrigas dos traballadores:

- Cooperar co empresario na seguridade e hixiene da empresa.
- Coidar a súa propia seguridade e saúde e das persoas ás que poida afectar a súa actividade laboral.
- Cumprir as ordes e instrucións do empresario.
- Informar de inmediato das situacións de riscos a compañeiros e superiores.
- Utilizar correctamente os medios de protección que pon á súa disposición a empresa.
- Seguir a formación en materia preventiva facilitada polo empresario.

A CALIDADE NA EMPRESA

A calidade é un factor moi importante de **diferenciación**. Este feito provocou que as empresas pasaran de realizar un mero control da calidade a unha verdadeira **xestión da calidade**.

O termo *calidade* pode facer referencia a tres aspectos básicos da empresa.

- a) **O control de calidade dos produtos ou servizos.** Consiste en comprobar (mediante inspeccións, controis estatísticos, etc.) se un produto ou servizo cumpre coas especificacións previamente establecidas.
- b) **O aseguramento da calidade da produción.** Pretende garantir que o *proceso de produción estea ben deseñado*, é eficiente para obter un determinado produto.
- c) **A Calidade Total.** É unha filosofía, unha cultura, unha estratexia empresarial que fomenta a mellora continua da calidade en tódolos ámbitos da empresa.

Os **certificados de calidade** garanten a calidade, mediante o cumprimento de normas e estándares. Estes certificados son concedidos por empresas especializadas como AENOR.

Patrimonio da empresa. Análise económica e financeira

- Patrimonio: concepto, clasificación e valoración.
- Contas anuais: concepto e estrutura.
- Análise patrimonial: situacións patrimoniais; fondo de manobra.
- Análise financeira: fontes de financiamento; rendibilidade financeira.
- Análise económica: rendibilidade económica; punto morto.
- Avaliación de investimentos: criterios de selección (VAN, TIR e Período de recuperación).

O PATRIMONIO DA EMPRESA: CONCEPTO DE PATRIMONIO.

O patrimonio da empresa está formado polos **bens, dereitos e obrigas** que nun momento determinado posúe unha empresa.

Bens: edificios, terreos, mobles, maquinaria, mercadorías, diñeiro....

Dereitos: o que á empresa lle deben (clientes, debedores,...)

Obrigas o que a empresa debe a terceiras persoas (provedores, débedas con entidades de crédito, efectos comerciais a pagar, impostos a pagar, ...)

Patrimonio bruto= bens + dereitos + obrigas

Patrimonio neto = bens + dereitos - obrigas

Os bens e dereitos representan a parte positiva do patrimonio (**ACTIVO**), e as obrigas representan a parte negativa (**PASIVO**)

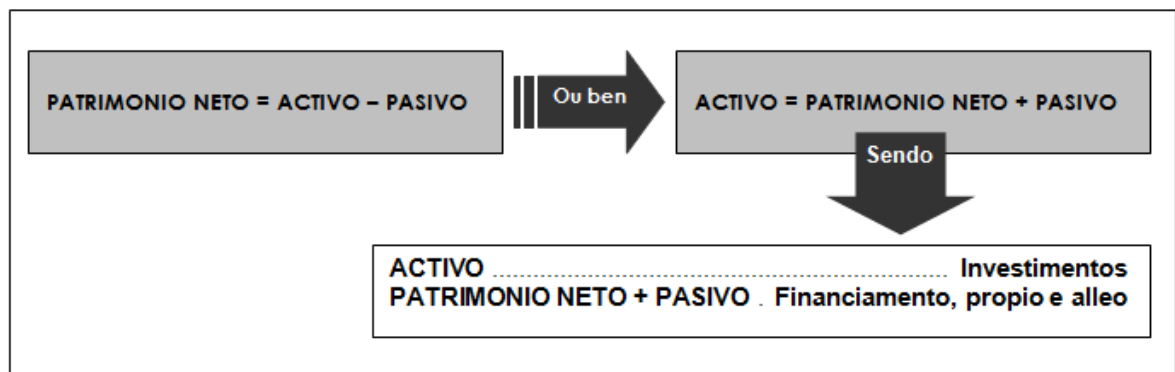
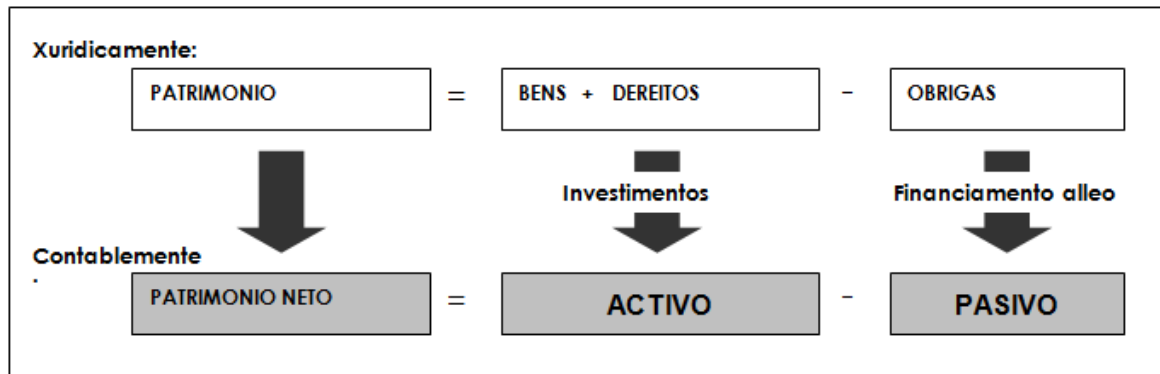
ACTIVO = PASIVO + PATRIMONIO NETO

Activo: Bens e dereitos controlados economicamente pola empresa dos que espera a empresa obteña beneficios ou rendementos económicos no futuro. Representa aos investimentos.

Pasivo: Obrigas xurdidas como consecuencia de sucesos pasados, para a extinción dos cales a empresa espera desprenderse de recursos que poden producir beneficios ou rendementos económicos no futuro.

Patrimonio neto: constitúe a parte residual dos activos da empresa, unha vez deducidos todos os seus pasivos. Inclúe as achegas realizadas, xa sexa no momento da súa constitución ou noutros posteriores, polos seus socios ou propietarios que non teñan a consideración de pasivos, así como os resultados acumulados ou outras variacións que o afectan (os beneficios aumentan o capital inicial e as perdas diminúeno).

O PATRIMONIO NETO E PASIVO representa as fontes de financiamento.



Cada ben, dereito e obriga da empresa é un **elemento patrimonial**. Os **elementos patrimoniais** represéntanse mediante **contas**. As contas agrúpanse en masas patrimoniais.

O **Plan Xeral de Contabilidade** é unha norma legal que desenvolve as obrigas contables das empresas. O actual PGC foi aprobado no 2007 conforme ás normas contables internacionais.

CORRECCIÓNS VALORATIVAS: AS AMORTIZACIÓNS

A **amortización** dun activo non corrente é un **gasto** recollido na **Conta de Perdas e Ganancias** pola **depreciación** que cada ano teñen eses elementos do activo.

A amortización calcúlase polo valor que vai perdendo o activo non corrente ao ser empregados no proceso de produción. Esta **depreciación** ou perda de valor prodúcese por desgaste, por obsolescencia ou polo simple paso do tempo.

A **amortización acumulada** é un fondo que recolle a suma dos gastos ou amortizacións e cada ano. Este fondo serve para poder repoñer o activo depreciado. A amortización acumulada aparecerá no **Balance** con signo negativo, pois resta o valor do activo en cuestión. Así corrixe o valor dos elementos no balance. É unha fonte de financiamento para a empresa (financiamento interno por mantemento).

CONTAS ANUAIS

Documentos que integran as contas anuais: Balance, Conta de Perdas e Ganancias, Estado de Cambios no Patrimonio Neto, Estado de Fluxos de Efectivo e Memoria.

Balance: O Balance de situación é un estado contable de natureza estática que representa a estrutura económica e financeira da empresa.

Menos	ACTIVO NON CORRENTE Inmovilizado Intanxible Inmovilizado material Investimentos inmobiliarios Investimentos financeiros a longo prazo		Menos
Liquidez		PATRIMONIO NETO	Esixibilidade
	ACTIVO CORRENTE Existencias Debedores comerciais Investimentos financeiros a curto prazo Efectivo e outros activos líquidos	PASIVO NON CORRENTE	
Máis		PASIVO CORRENTE	Máis

Conta de perdas e ganancias: A conta de perdas e ganancias recollerá o resultado do exercicio, separando debidamente os ingresos e os gastos, e distinguindo os resultados de explotación dos que non o sexan.

RESULTADO DE **EXPLOTACIÓN** = INGRESOS DE EXPLOTACIÓN - GASTOS DE EXPLOTACIÓN

RESULTADO **FINANCEIRO** = INGRESOS FINANCIEROS - GASTOS FINANCIEROS

RESULTADO **ANTES DE IMPOSTOS** = RESULTADOS DE EXPLOTACIÓN + RESULTADOS FINANCIEROS

RESULTADO DO **EXERCICIO** = RESULTADO ANTES DE IMPOSTOS - IMPOSTO SOBRE BENEFICIOS

O resultado de explotación tamén se chama BAII (beneficio antes de intereses e impostos)

Estado de cambio no patrimonio neto: É unha das novas contas anuais. Ten como obxecto informar dos motivos ou causas que provocaron cambios no patrimonio neto dun exercicio a outro. As causas son o resultado do exercicio, ampliacións e reducións de capital, subvencións, correccións ou axustes valorativos en elementos patrimoniais.

Estado de fluxos de efectivo: Porá de manifesto os cobramentos e os pagamentos realizados pola empresa, co fin de informar acerca dos movementos de efectivo (caixa ou bancos) producidos no exercicio. O EFE non é obrigatorio para as PEMES.

Memoria: É o documento no que se describe, comenta e completa a información recollida nas outras contas anuais.

ANÁLISE PATRIMONIAL

SITUACIÓNS PATRIMONIAIS

MÁXIMA ESTABILIDADE FINANCEIRA $A = PN$; non hai débedas.

ESTABILIDADE FINANCEIRA **NORMAL**: $FM > 0$

INESTABILIDADE FINANCEIRA A **CURTO** PRAZO: $FM < 0$ Problemas de liquidez.

Liquidez: capacidade da empresa para pagar débedas a curto prazo

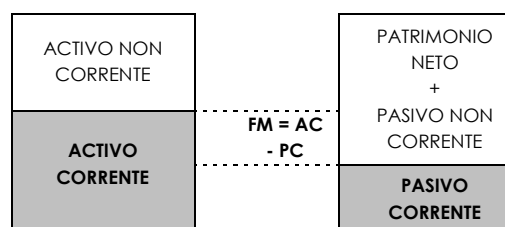
INESTABILIDADE FINANCEIRA A **LONGO** PRAZO: problemas de solvencia. Non hai activos suficientes para pagar as débedas. As perdas reducen o patrimonio neto.

Solvencia: capacidade da empresa para pagar as débedas (a curto e a longo)

MÁXIMA INESTABILIDADE FINANCEIRA: $PERDAS = Pasivo$

FONDO DE MANOBRA (FM)

Para que exista equilibrio, débese cumprir que os recursos permanentes (patrimonio neto + pasivo non corrente) deben financiar todo o activo non corrente e tamén deben financiar unha parte do activo corrente. O FM é a **parte do Activo corrente financiada con Recursos permanentes**: $FM = AC - PC$



RATIOS DE RENDIBILIDADE

RENDIBILIDADE ECONÓMICA = resultado de explotación / Activo

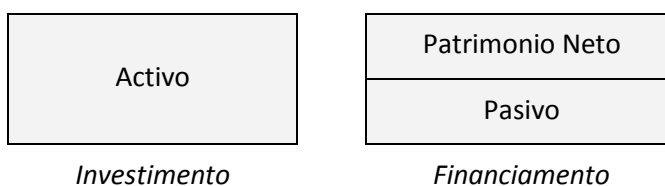
É a proporción do beneficio (beneficio sen imposto de beneficios e sen resultados financeiros) por cada euro investido en activos, sen importar como se financiaron eses activos.

RENDIBILIDADE FINANCEIRA = Resultado do exercicio / Patrimonio neto

Tamén se chama rendibilidade dos recursos propios. É a proporción de beneficio neto por cada euro de patrimonio neto investido na empresa.

FINANCIAMENTO

As empresas precisan recursos financeiros para levar a cabo a súa actividade.



Clasificación das fontes de financiamento:

▪ Segundo a duración	▪ A longo prazo ▪ A curto prazo
▪ Segundo a procedencia	▪ Interna ou autofinanciamento; proceden da empresa. ▪ Externa; proceden do exterior da empresa
▪ Segundo a propiedade	▪ Propios, son propiedade da empresa e non ten que devolvelos. ▪ Alleos, son propiedade doutros.

Relación entre as fontes de financiamento:

Recursos propios	<i>Amortizacións</i>	Autofinanciamento
	<i>Reservas</i>	
	<i>Capital</i>	
Recursos alleos	<i>Préstamos</i>	Financiamento externo
	<i>Crédito</i>	
	<i>Leasing</i>	
	<i>Renting</i>	
	<i>Factoring</i>	
	<i>Desconto</i>	
	<i>Empréstitos</i>	

Autofinanciamento ou financiamento interno:

- Amortizacións ou autofinanciamento por mantemento. Permiten manter a capacidade produtiva da empresa.
- Reservas ou autofinanciamento por enriquecemento. Impulsan o crecemento.

Financiamento externo:

- Financiamento **PROPIO**:
 - **Capital**. Son as achegas dos propietarios, ben nun momento inicial ou nun momento posterior (ampliacións de capital). Non son esixibles, non hai que devolvelos.
 - **Subvencións**. Son fondos achegados por algunha administración pública que non hai que devolvelas.
- Financiamento **ALLEO**:
 - **Desconto de letras ou desconto comercial**. Operación pola que un banco adianta o importe dunha letra de cambio antes do vencemento, cobrando uns xuros. Importe a cobrar do banco = Importe la letra – xuros polo tempo adiantado.
 - **Préstamos**. Operación pola que unha entidade financeira (bancaria ou non) **entrega** una cantidade de diñeiro á empresa, que deberá devolvela xunto cuns xuros, nuns prazos estipulados.
 - **Créditos**. Operación pola que unha entidade financeira **pon a disposición** dunha empresa unha cantidade de diñeiro ata un límite. A empresa pode utilizala toda ou en parte. Só ten que pagar xuros pola parte disposta, non por todo o límite.

- **Leasing.** É un contrato de arrendamento dun ben que inclúe unha opción a comprar o ben ao final do contrato. A empresa pode exercer a opción e comprar o ben ou non.
- **Renting.** É un contrato de aluguer. Non hai a posibilidade de comprar o ben alugado.
- **Factoring.** Operación pola que unha empresa cede facturas ou dereitos de cobro (letras de cambio, recibos, pagarés,...) á empresa de factoring (ou factor). A empresa de factoring encárgase de presentar as facturas ao vencemento, despreocupándose a empresa de facelo. Ademais, o factor pode adiantar o importe á empresa antes do vencemento, cobrando uns xuros.
- **Acredores e provedores.** Tamén financian a empresa. Non teñen un custo directo, pero si hai un custo de oportunidade nos descontos que a empresa deixa de obter ao diferir o pago.
- **Empréstitos.** As sociedades anónimas poden emitir obrigas ou bonos. Cando unha empresa precisa grandes cantidades de diñeiro e non quere acudir a endebedarse coas entidades financeiras, pode pedir prestado aos inversores ou aforradores en xeral. Un empréstito non é máis que un préstamo dividido en pequenas partes que podemos adquirir os particulares. Teñen un vencemento e uns xuros que debe pagar a empresa emisora. Ao igual que as accións, as obrigacións ou os bonos son títulos valores e cotizan nos mercados de valores (Bolsa).

PUNTO MORTO

O punto morto ou limiar de rendibilidade é o volume de vendas, en unidades físicas, que permiten cubrir exactamente a totalidade dos custos da empresa. A partir desta cifra empézase a obter beneficio.

Punto Morto = Cantidad Q na que o beneficio = 0

Cálculo do limiar de rendibilidade ou punto morto

Sendo:

PV = Prezo de venda unitario

Q = N° de unidades de produto

CF = Custos fixos

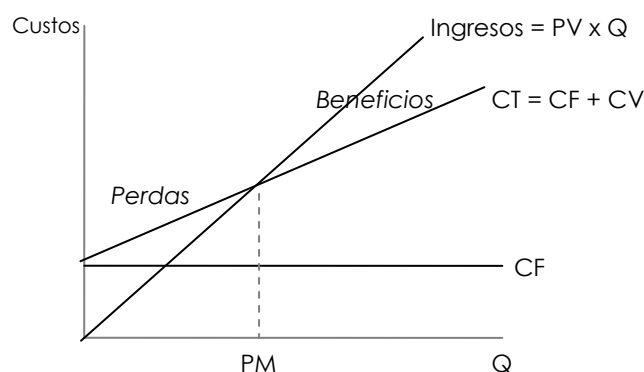
CV = Custos variables

CVu = Custos variables unitarios

B = Beneficio total

$$\text{Punto Morto} = \frac{CF}{PV - CVu}$$

Son unidades, kilos, litros,...



Outra utilidade do PM é saber se á empresa lle interesa **producir** ela os produtos intermedios ou **compralos** no mercado. En lugar do PV se utiliza o precio de compra no mercado e calcúlase o PM. Se a empresa precisa un número de uniades maior ao PM, interésalle fabricar ela. Se precisa menos, interésalle compralas.

INVESTIMENTOS

As empresas precisan factores de produción para levar a cabo a súa actividade (máquinas, edificios, materias primas, ...)

Características dun investimento:

- Desembolso inicial (D_i)
- Duración do investimento (n)
- Fluxos netos de caixa (Q_i) : diferenza ente cobros e pagamentos.
- Valor residual, o valor do ben ao remate do investimento.

Métodos de selección de investimentos:

Prazo de recuperación ou *pay-back*

¿Que é? O tempo (medido en anos, meses, días,...) que tarda un proxecto en recuperar o investimento inicial.

Criterio de aceptación: É aceptable un proxecto que recupera o desembolso inicial.

Criterio de selección: É preferible un proxecto que recupera antes o investimento.

Exemplo:

Proxecto	D_i	Q_1	Q_2	Q_3
A	400	200	200	200
B	500	100	150	200
C	700	300	350	300

Prazo de recuperación A = $400 / 200 = 2$ anos. O investimento recupérase en dous anos.

Prazo de recuperación B. Os fluxos de caixa son distintos, acumúlanse.

	Q_i	Q_i acumulados
Ano 1	100	100
Ano 2	150	250
Ano 3	200	450

O desembolso é de 500, non se recupera o desembolso inicial. O proxecto rexéitase.

Prazo de recuperación C. Os fluxos de caixa son distintos, acumúlanse.

	Q_i	Q_i acumulados
Ano 1	300	300
Ano 2	350	650
Ano 3	300	950

O desembolso é de 700, o proxecto é aceptable pois o investimento recupérase no

3º ano, pero ¿cando?

Ao principio do 3º ano quedan $700 - 650 = 50$ € sen recuperar. Se no terceiro ano xera 300 € nos 12 meses, corresponderalle $300 / 12 = 25$ € ao mes. Entón $50/25 = 2$ meses. Tarda 2 anos e 2 meses en recuperar o desembolso.

Conclusións: B rexéitase. Entre A e C, escóllese A porque recupera antes o investimento.

Valor Actual Neto.

Ten en conta o momento en que se produce o fluxo neto de caixa. Dúas cantidades non se poden comparar si se obteñen en momentos distintos de tempo. Para poder comparar temos que calcular o valor actual, o valor hoxe, tendo en conta unha taxa K (tipo de interese habitual do mercado ou o custo do diñeiro).

$$VAN = -D_i + Q_1 / (1+K)^1 + Q_2 / (1+K)^2 + Q_3 / (1+K)^3 + \dots + Q_n / (1+K)^n$$

Criterio de aceptación: É aceptable un proxecto cun $VAN > 0$.

Criterio de selección: É preferible o proxecto con maior VAN.

Taxa de Rendibilidade Interna.

Tamén ten en conta o momento en que se produce o fluxo neto de caixa. A TIR é a taxa r de RENDIBILIDADE que fai o $VAN = 0$. Representa a ganancia por cada euro investido.

$$-D_i + Q_1 / (1+r)^1 + Q_2 / (1+r)^2 + Q_3 / (1+r)^3 + \dots + Q_n / (1+r)^n = 0$$

Criterio de aceptación: É aceptable un proxecto cun $r > K$.

Criterio de selección: É preferible o proxecto con maior r.

Áreas de actividade da empresa

- Área de aprovisionamento e produción.
 - Aprovisionamento: xestión de inventarios, clasificación dos custos de existencias e modelo de pedido óptimo.
 - Producción: custos de produción. Produtividade.
- Área comercial. O mercado: concepto e clases. Segmentación do mercado. Fases do márketing-mix.
- Área de recursos humanos. Funcións do departamento de recursos humanos.

XESTIÓN DE STOCKS.

Os inventarios, stocks ou existencias é unha provisión de materiais que ten como obxectivo facilitar a continuidade do proceso produtivo e a satisfacción dos pedidos dos clientes.

Tipos de inventarios: Materias primas, produtos semiterminados, produtos terminados e existencias comerciais ou mercadorías.

Custos dos inventarios:

Custo de adquisición	O seu valor sería o resultado de multiplicar a cantidade mercada polo prezo. Pode haber descontos por cantidade comprada.
Custos de pedido ou de renovación	Teñen que ver coa xestión do pedido: dende a chamada de teléfono ata os portes, os seguros, etc.
Custo de almacenamento ou de mantemento	Alugar locais, pagar ao persoal dedicado ao almacén, etc. Débense ter en conta, tamén, as minguas e perdas de valor dos produtos almacenados. Ademais hai uns custos financeiros: o volume de recursos financeiros que se dedican aos inventarios.
Custos de ruptura	Prodúcese cando a empresa queda sen inventarios.

XESTIÓN DE ALMACÉN: MÉTODO DO PREZO MEDIO PONDERADO, MÉTODO FIFO

Método do prezo medio ponderado (PMP)

É o máis utilizado e consiste en calcular o valor medio das existencias, utilizando a media ponderada $PMP = (P1+P2+P3+.....) / Q1+Q2+Q3+...$

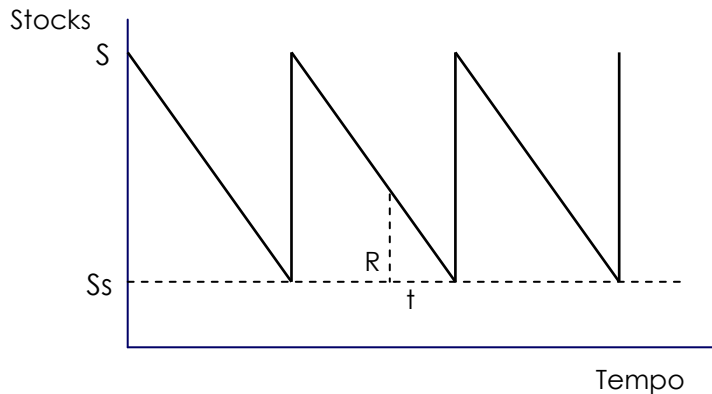
Método F.I.F.O. (primeira entrada, primeira saída) (first-in, first-out)

Valora as existencias ao prezo das máis antigas.

O MODELO DE WILSON (modelo de pedido óptimo)

A través do modelo de Wilson obtense o pedido óptimo, que é aquel volume de pedido que a empresa debe solicitar aos provedores, de forma que os **custos totais de aprovisionamento sexan mínimos**.

A súa forma gráfica é denominada "dentes de serra":



S: volume de pedido óptimo.

R: nivel de existencias en almacén cando se realiza o pedido (sumadas ao nivel de seguridade)

Ss: stock de seguridade.

t: tempo que tarda en chegar o pedido ao almacén e que é constante.

Pedido óptimo:

$$S = \sqrt{\frac{2KV}{g}}$$

V: Demanda anual de artigos vendidos ou que entran no proceso de produción. Número de pedidos ao ano V/S .

g: Custo unitario de almacenamento anual.

K: Custo de realización de cada pedido.

Os custos totais do aprovisionamento: $C_t = C_p + C_a$

Custo de xestión do pedido: $C_p = k \times (V / S)$

Custo de almacenamento: $C_a = g \times [S + (Q/2)]$

CUSTOS: FIXOS E VARIABLES, MEDIOS E MARXINAIS, DIRECTOS E INDIRECTOS.

O custo é a medida do consumo de recursos nunha actividade produtiva: custos das materias primas, de persoal, de subministracións,...

Clasificación:

Custos directo se indirectos:

- **Custos directos.** Teñen unha relación directa cunha actividade, produto ou fase deste. Por exemplo, as materias primas que se incorporan no produto, a enerxía utilizada polas máquinas industriais, os soldos dos operarios das máquinas industriais (man de obra directa), etc.
- **Custos indirectos.** Son aqueles que non teñen unha relación directa cun produto determinado. Por exemplo, a depreciación do equipo informático das oficinas, o aluguer da oficina, os soldos do persoal administrativo (man de obra indirecta), etc.

Custos fixos e variables:

- **Custos fixos.** Son aqueles que permanecen constantes ou independentes do volume de produción, incluso se non se produce nada.
- **Custos variables.** Son aqueles que varían directamente en función das unidades producidas. A longo prazo tódolos custos son variables.

A suma de custos fixos (CF) e custos variables (CV) a definimos como o **Custo Total** (CT): $CT = CF + CV$

O **Custo medio** (CMe) resulta de dividir o custo total polo número de unidades producidas (Q):

$$CMe = CT / Q$$

O **Custo Marxinal** (CMA) determínanos o incremento de custo total que se orixina por cada unidade nova producida. Mide o custo da última unidade producida. $CMA = \Delta CT / \Delta Q$

PRODUTIVIDADE: CONCEPTO E ÍNDICES DE PRODUTIVIDADE.

$$\text{Produtividade} = \frac{\text{O obtido}}{\text{O empregado para obtelo}}$$

Expresado en diñeiro: Por cada euro empregado en producir un bote de pintura, obteño dous euros ao vendelo.

Expresado en cantidades: Por cada kilo de colorante empregado, obteño tres kilos de pintura.

A produtividade mide o rendemento dos factores de produción e poderemos calculala dun único factor (produtividade da man de obra, por exemplo) ou ben de todo o proceso de produción.

Produtividade dun factor. Mídese en unidades físicas.

$$\text{Produtividade do traballo} = \frac{\text{Produción obtida}}{\text{cantidade de factor traballo empregada}}$$

A cantidade de traballo pódese medir en nº de traballadores ou en nº de horas traballadas

$$\text{Produtividade do capital} = \frac{\text{Produción obtida}}{\text{cantidade de factor capital empregado}}$$

Produtividade global da empresa. Mídese en unidades monetarias. Produtividade de tódolos factores.

$$PG = \frac{\text{Valor da produción obtida}}{\text{Custe de produción}}$$

MERCADO: CONCEPTO E CLASES.

Concepto:

Actividades de compravenda levadas a cabo por oferentes (vendedores) e demandantes (compradores). Para que exista mercado non é imprescindible que haxa un lugar físico, senón que haxa unha relación entre oferentes e demandantes.

Clases de mercados:

Segundo o número de oferentes e demandantes:

Demanda \ Oferta	Un só comprador	Algúns poucos compradores	Moitos compradores
Un só vendedor	Monopolio bilateral	Monopolio parcial	MONOPOLIO
Algúns poucos vendedor	Monopsonio parcial	Oligopolio bilateral	OLIGOPOLIO DE OFERTA
Moitos vendedor	MONOPSONIO	OLIGOPOLIO DE DEMANDA	COMPETENCIA PERFECTA

- ▶ **Competencia Perfecta** Caracterízase pola existencia dun número amplo de vendedores e compradores, o produto é homoxéneo, existe información perfecta e non existen barreiras de entrada.
- ▶ **Competencia Imperfecta.** É a forma máis frecuente de funcionamento do mercado. Prodúcese cando non se cumpre algunha característica do mercado de competencia perfecta.
 - ▶ **Monopolio.** É o mercado de competencia imperfecta no que existen moitos demandantes e unha soa empresa que opera no mercado. Neste caso non existe competencia. Tamén pode haber monopolio de demanda ou monopsonio, cando só hai un comprador.
 - ▶ **Oligopolio.** É o mercado no que hai moitos demandantes e poucos oferentes. As decisións dunha empresa afectan as demais de xeito directo. Os oligopolistas posen competir entre eles ou tratar de poñerse de acordo. Tamén hai oligopolio de demanda (poucos compradores).
 - ▶ **Competencia Monopolística.** É o mercado no que existen moitos demandantes e moitos oferentes, que ofrecen produtos diferenciados debido a determinadas características, fundamentalmente pola marca.

Segundo os adquirentes do produto

- ▶ **Mayoristas a minoristas.**
- ▶ **Empresas a consumidores.**

Os almacenistas ou maioristas (venta por xunto) compran en grandes cantidades, vendendo en lotes máis pequenos a outros intermediarios (outros almacenistas ou a minoristas).

Os detallistas (tamén denominados minoristas) compran os almacenistas ou os fabricantes e venden o consumidor final

Segundo as posibilidades de expansión.

- ▶ **Mercado actual:** está formado polos consumidores cos que conta a empresa no momento actual.
- ▶ **Mercado potencial:** é unha ampliación do mercado actual, xa que está formado polos consumidores actuais e os que a poden chegar a ser consumidores tras unha actividade adecuada de marketing.
- ▶ **Mercado tendencial:** é o mercado que espera no futuro.

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS: CONCEPTO E VARIABLES UTILIZADAS.

As empresas tradicionais venden un produto estandarizado, non diferenciado e o ofertan a todos os consumidores. O incremento da competencia e das esixencias dos consumidores obriga a maior parte das empresas actualmente a ofertar os seus produtos diferenciados a grupos concretos de consumidores que denominamos **segmentos**.

A segmentación do mercado consiste en dividir o mercado en grupos de consumidores homoxéneos, é dicir, que se parezan entre si en relación a algún criterio razoable.

Criterios ou variables para segmentar o mercado:

- ▶ **Variables demográficas.** Divide o mercado en grupos segundo as características da poboación: idade, sexo, núcleo familiar, educación, relixión, estado civil, nacionalidade, etc.
- ▶ **Variables socioeconómicas.** Dividen aso individuos polos seus ingresos ou as posibilidades de consumo.

- ▶ **Variables xeográficas.** Os mercados divídense en países, rexións, municipios, cidades, barrios. Diferenza de consumidores por rexións como zona rural, urbana, interurbana, clima, etc.
- ▶ **Variables psicográficas.** O mercado divídese segundo as características dos compradores como clase social, estilo de vida, tipos de personalidade, actitudes, crenzas e valores.

Estratexias:

Estratexia indiferenciada. Non se ten en conta a posible existencia de distintos segmentos. Trata de satisfacer á demanda cunha única oferta comercial.

Estratexia diferenciada. Consiste en ofrecer produtos adaptados ás necesidades de cada un dos distintos segmentos do mercado.

Estratexia concentrada. Consiste en concentrar a oferta nun ou en poucos segmentos nos que se pode obter algunha vantaxe competitiva.

Estratexia indiferenciada (un único marketing – mix)	Mercado total
Estratexia diferenciada (varios mix de marketing)	Segmento 1
	Segmento 2
	Segmento 3
Estratexia concentrada (un único mix)	Segmento 1
	Segmento 2
	Segmento 3

MARKETING-MIX:

O M-M é o conxunto de políticas ou instrumentos dos que dispón o marketing para poder alcanzar os obxectivos previstos. As catro políticas fundamentais son: produto (product), prezo (price), comunicación (promotion) e distribución (place).

POLÍTICA DE PRODUTO

Concepto de produto ofertado

Medio para satisfacer as necesidades do consumidor

Para o consumidor, é todo ben ou servizo que satisfai unha necesidade ou desexo. Para a empresa, é un conxunto de atributos.

Atributos:

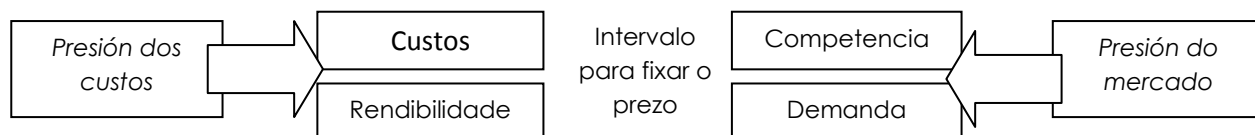
- Marca: Signo distintivo (nome + logotipo), dá imaxe de marca, marca única ou múltiples. Marcas brancas.
- Envase e etiquetaxe, regulada por lei.
- Deseño, para a diferenciación.
- Calidade, dar imaxe de calidade.
- Servizo posvenda e de atención ao cliente: período de garantía, teléfono de consulta gratuíto,...

POLÍTICA DE PREZO

Factores que condicionan o prezo:

- **Custos de produción** e distribución do produto. Impoñen un nivel mínimo de prezo. O prezo de venda do produto debe cubrir os custos de produción e comercialización.
- **Demanda:** capacidade de compra do mercado e sensibilidade dos consumidores ao prezo ou elasticidade de demanda.

- **Prezos da competencia.** En moitas ocasións é a única referencia para a determinación do prezo de venda. Canto maior sexa a diferenciación do produto así como a fidelidade dos consumidores, maior será o poder da empresa no mercado, é dicir, o grao en que unha empresa pode alterar os seus prezos sen que se resinta a súa demanda
- Coherencia co resto de políticas do M-M
- Tamén pode haber Restriccións legais



POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

En medios persoais	Forza de vendas Merchandising
En medios masivos	Publicidade Promoción de vendas Relacións públicas

Publicidade: comunicación en medios de comunicación de masas pagada pola empresa para dar a coñecer o produto ou a empresa ou para influír no consumidor. Lei Xeral de Publicidade.

Prensa (diarios, revistas, prensa gratuíta...): Anuncios, encartes.

Radio. Cuñas, patrocinios,...

TV: Anuncio, publirreportaxe, emprazamento, patrocinios, telepromoción, publicidade estática en eventos deportivos, ...

Cine: Películas, emprazamento,...

Publicidade exterior.: Valla, cabinas de teléfonos, marquesiñas, transporte público ou privado, mupis, mobiliario urbano, ...

Publicidade directa: Buzoneo, Mailing, E-mailing

Outros medios: teletexto, Internet, calendarios, adhesivos, bolígrafos,

Promocións de vendas.

Pódense dirixir a: Consumidores, prescriptores, distribuidores ou á forza de vendas.

Tipos de accións promocionais: rebaixas de prezos, regalos, mostras gratúitas, congresos, visitas a fábrica, obsequios, descontos, reintegros do importe de compra, cupóns de pedido e vales de desconto, concursos e sorteos, regalos, paquetes ou vendas agrupadas (2 x1),...

Forza de Vendas: axentes ou vendedores da empresa.

Comunicación persoal entre o vendedor e o comprador. O vendedor asesora ao comprador resolvendo as súas dúbidas e orientando as súas compras. Recibe a contestación do comprador.

Relacións Públicas.

Accións para conseguir a comprensión cara á actividade da empresa. Pretende crear un clima favorable cara á empresa e os seus produtos. Poden dirixirse ao persoal da empresa ou ao exterior.

Tipos:

Relacións públicas INTERNAS: convencións, revistas internas, taboleiros de anuncios, días de confraternización, xornadas de visitas para familiares.

Relacións públicas EXTERNAS: notas ou comunicados de prensa e roldas de prensa, feiras e exhibicións, festas e actos sociais, bolsas de estudos, patrocinio e mecenado. Serven para dar imaxe corporativa.

Merchandising

O merchandising é a parte da comunicación que busca destacar o produto no punto de venda para que se diferencie dos da competencia. Ten por obxecto aumentar a rendibilidade no punto de venda.

Pode ser exterior (escaparates, aparcamentos,...) ou no interior do punto de venda (carteis, iluminación, decoración, colocación dos produtos, megafonía, etc.). É moi importante nos autoservizos.

POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN

Serve para poñer o produto ou servizo a disposición do cliente.

- Distribución física ou loxística, decisións sobre: situación do almacén, xestión de stocks, medio de transporte.
- Distribución comercial. Canles de distribución:
 - Canle directa: sen intermediarios: PRODUTOR → CONSUMIDOR
 - Canle externa, con intermediarios:
 - Canle curta: PRODUTOR → COMERCIANTE POR XUNTO → RETALLISTA → CONSUMIDOR
 - Canle longa: PRODUTOR → RETALLISTA → CONSUMIDOR
- FRANQUÍAS: A franquía é unha fórmula de distribución que consiste nun contrato entre o franquiciado e o franquizador. A empresa franquizadora cede á franquiciada o dereito a explotar unha marca ou unha fórmula comercial a cambio do pago dun canon ou royalty. As franquías presentáronse como a solución á crise do pequeno comercio tradicional, sufocado polas grandes superficies.

XESTIÓN DOS RECURSOS HUMANOS: SELECCIÓN E FORMACIÓN.

No Departamento de Recursos Humanos (RR.HH) dunha empresa realízanse distintas funcións:

- Planificación de equipos: necesidades de persoal, o seu custo e o prazo en que se vai necesitar, describindo os postos de traballo (funcións e tarefas e os requisitos que debe cumprir os que deben ocupalos).
- Recrutamento, selección de persoal e acollida de novos traballadores.
- Valoración do posto de traballo e determinación da retribución que corresponde a cada posto.
- Formación.
- Relacións laborais. A empresa ten unha serie de obrigas legais derivadas das súas relacións laborais individuais (con cada traballador) e colectivas (cos representantes legais dos traballadores). Inclúense a prevención de riscos laborais (obrigas que a empresa debe cumprir en materia de prevención de accidentes de traballo e de enfermidades profesionais).

- Administración do persoal: elaboración de nóminas e trámites coa Seguridade Social, control de absentismo, trámites relacionados con infraccións e sancións, trámites de contratación e trámites relacionados coa finalización da relación laboral, etc.

Explicaremos dúas destas funcións con máis detalle:

A selección do persoal.

Para realizar unha boa selección de persoal, seguiranse os seguintes pasos:

- Pártese da planificación do equipo, na que se determinou o perfil exacto do candidato ideal.
- Recrutar, que consiste en conseguir un número razoable de candidatos para o proceso de selección: pódese buscar dentro da propia empresa (promoción interna) ou acudindo ao exterior (mediante anuncios e prensa, acudir ás oficinas de emprego, bolsas de traballo, portais de emprego, etc). O candidato responde ás convocatorias mediante o seu curriculum vitae.
- A selección ten como finalidade escoller a persoa axeitada entre todos os candidatos. O proceso de selección pode consistir na realización de probas (coma test psicotécnicos, test de personalidade, test de actitudes, probas de cualificación profesional,...) e de entrevistas de traballo.
- Elección do candidato máis adecuado e a súa contratación.

A formación dos recursos humanos.

Os recursos destinados á formación deben considerarse unha inversión e non un custo, pois incrementan o valor engadido polos RR.HH. É unha vantaxe competitiva para a empresa.

O dinamismo da economía actual obriga a adaptarse constantemente ao contorno cambiante: é necesario contar cos RR.HH que posúan a formación axeitada para desempeñar con rapidez novas funcións e adaptarse a circunstancias novas.

Actualmente a formación debe considerarse como un proceso que dura toda a vida profesional da persoa (**formación continua**). Todo traballador, en particular os que prestan os seus servizos en sectores moi dinámicos (dereito, medicina, finanzas, novas tecnoloxías.) teñen que formarse permanentemente se non queren perder valor no mercado de traballo. Esta reciclaxe continua viuse favorecida polas novas tecnoloxías: cursos en soporte multimedia, e-learning (a través de Internet),...