



Unidad 3

EL ENTORNO DE LA EMPRESA

CONTENIDOS

- 
- 1. El entorno general de las empresas**
 - 2. Tipos de entorno: sencillo/cambiente**
 - 3. El entorno específico del sector**
 - 4. Análisis de la competencia**
 - 5. El análisis D.A.F.O. del entorno y de la empresa**
 - 6. La localización del proyecto empresarial**
 - 7. La cultura empresarial y la imagen corporativa**
 - 8. La responsabilidad social corporativa**

1. Entorno general de las empresas

Análisis P.E.S.T.

Factores político-legales



- Sistema político y de gobierno
- Legislación que afecta a la actividad de la empresa

Factores económicos



- Crecimiento económico o de crisis económica
- Mercado laboral
- Tipo de interés
- Tasa de inflación o I.P.C.
- Renta disponible

Factores socioculturales



- Estilo de vida
- Cambios sociales
- Situación demográfica

Factores tecnológicos



- Desarrollo tecnológico
- Inversión en I+D+I

[anterior](#)



[Contenidos](#)

[siguiente](#)

2. Tipos de entorno: sencillo /cambiante

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

anterior



Contenidos

siguiente

3. El entorno específico del sector

A las empresas también les afectan **factores** más concretos **propios de su sector**:

➤ **Los competidores**
que ya existen y
que puedan
entrar

➤ **Proveedores** de
materias primas y
suministros

➤ **Clientes** y su
poder a la hora
de negociar el
precio

➤ **Producto:** la
similitud y
diferencia con
otros del sector

anterior



Contenidos

siguiente

3. El entorno específico del sector

Fuerzas Competitivas → Modelo Porter

Grado de competencia entre empresas actuales



Rivalidad entre empresas depende:

- Número de empresas que ya existan
- Crecimiento del sector
- Diferenciar el producto de otro de la competencia
- Exceso de capacidad de producción
- Barreras de salida del sector

Posibilidad de entrada de nuevos competidores



Amenaza de nuevas empresas depende:

- Grandes inversiones
- Diferenciación del producto / marca diferenciada
- Acceso canales de distribución
- Requisitos legales

Amenaza de otros productos sustitutivos



Mismo uso y satisfacen la misma necesidad, por ejemplo las tablet y los ordenadores portátiles

Poder negociación de proveedores y de clientes



Mayor poder según:

- Su número, si hay productos sustitutivos, ser un cliente importante o no

[anterior](#)



[siguiente](#)



4. Análisis de la competencia

Análisis de la competencia

Desconocer la competencia y sus acciones → puede hacer peligrar la empresa
Se necesita saber:

Número y localización

Qué venden

Cuánto venden

Precios

Promoción

Distribución

Atención al cliente

Estrategias

Satisfacción al cliente

Puntos fuertes y puntos débiles

anterior



Contenidos

siguiente

5. EL análisis D.A.F.O. del entorno y la empresa

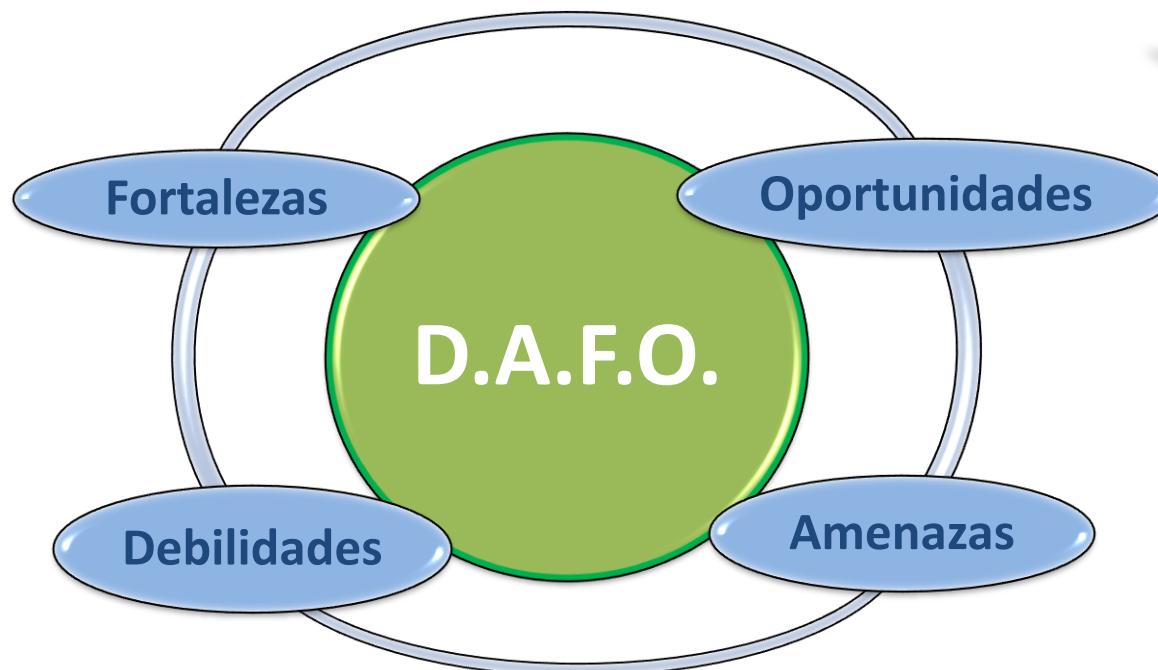
Análisis global de nuestra empresa y del entorno que la rodea

INTERNAS

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

EXTERNAS

- Aspectos positivos del entorno
- Del entorno que pueden poner en peligro a la empresa



anterior



Contenidos

siguiente

6. Localización del proyecto empresarial



anterior

siguiente

6. Localización del proyecto empresarial

La externalización o deslocalización

Ubicar la producción en otro país buscando costes salariales más baratos

No quedan exentas de algunos riesgos o costes encubiertos:

- Coste de baja calidad
- Coste de aprendizaje del personal
- Coste de baja productividad
- Coste de alta rotación de personal

7. La cultura empresarial e imagen corporativa

Cultura de empresa:
valores y creencias
compartidos

Se transmiten

Normas escritas

Misión
Visión
Valores

Normas no escritas

Mitos y anécdotas
Ritos y ceremonias
Espacios y vestimentas

Imagen corporativa:
cómo es percibida
por el entorno



Forma
intencionada

Campañas de
marketing
Vídeos corporativos
Logotipo y marca

Forma no
intencionada

Actuación cotidiana
observada por la
sociedad

anterior

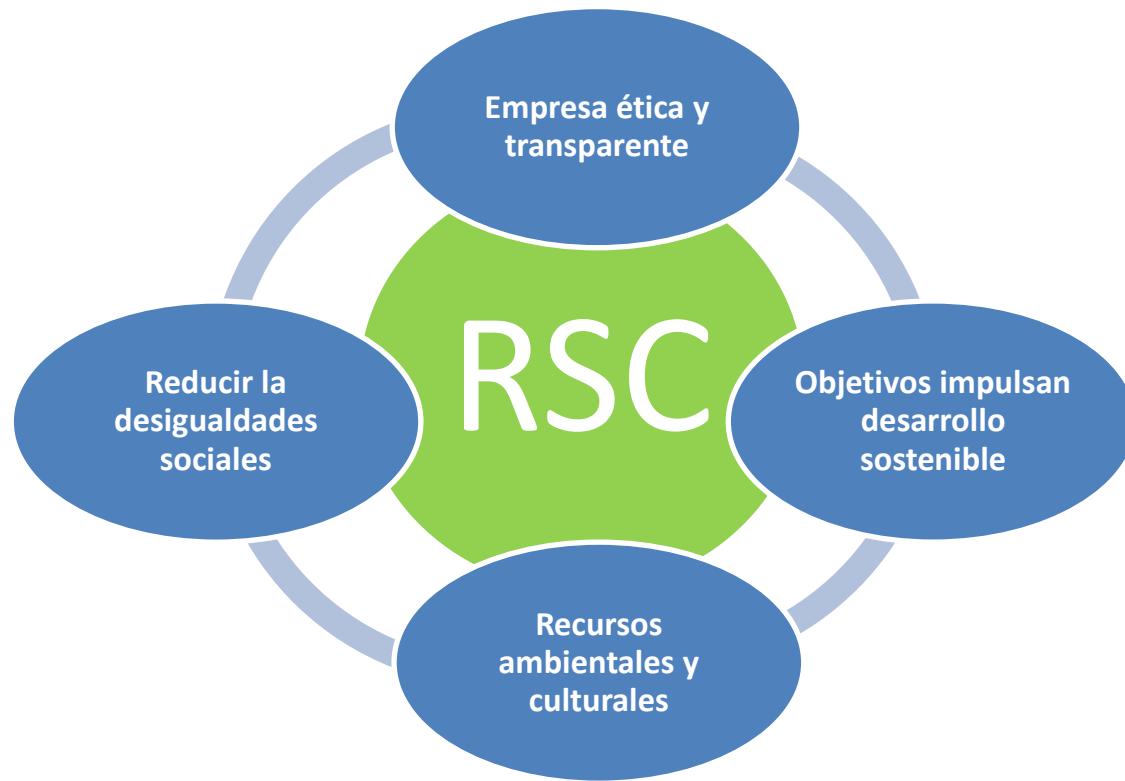


Contenidos

siguiente

8. La responsabilidad social corporativa

Responsabilidad sobre el entorno



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

← anterior



Contenidos

siguiente →

Empresa: Matusewicz Budowa Maszyn (Polonia) → Acciones:

- Subvención de una sala informática para centro de educación y formación de la localidad y patrocinio de la banda de música
- Implicación activa en organizaciones locales como asociaciones y clubs
- Construcción de un centro deportivo
- Asistencia técnica y financiera para los servicios locales de ambulancias y bomberos
- Reciclaje y uso de material reciclado

Empresa: Lippemeier (Alemania) → Acciones:

- Uso de materiales respetuosos con medio ambiente
- Construcción de edificio con paneles solares
- Uso de agua de lluvia
- Horario flexible para mujeres con niños pequeños

Empresa: Dogan Organik Products (Turquía) → Acciones:

- Asesoramiento de agricultura biológica para los agricultores locales
- Creación de un centro avanzado de FP en la localidad donde ofrecen cursos de agricultura