

La empresa y su entorno: El entorno de la empresa y la responsabilidad social



PAU
Mayores de 25 años
Contenidos

Economía de la Empresa
La empresa y su entorno: El entorno de la empresa y la responsabilidad social

1. El entorno de la empresa

Como sabes, las empresas no son entes aislados, están integradas en un sistema económico y su actividad y trayectoria pueden verse modificadas por las circunstancias del momento. Lejos de ser independiente, la empresa recibe numerosas influencias tanto positivas como negativas de su alrededor, que condicionarán su puesta en marcha, su día a día y su futuro.

Existe un constante flujo de influencias entre el sistema empresarial y el resto de la economía, de la sociedad e incluso del medio natural en el que operan las empresas.

Por todos estos motivos, a la hora de crear una empresa no se puede obviar el entorno y su importancia. Lo mismo ocurriría si hablamos de una empresa ya asentada que quiere mantenerse en el mercado, será necesario tener en cuenta la influencia de un gran número de factores sobre su actividad: la competencia, el nivel general de precios de la economía, los impuestos, los gustos de los clientes, etc.



Empresas en Nueva York

Fotografía de sarchi en [Flickr](#). Licencia [CC](#)

Importante

Llamamos **entorno** a todos aquellos factores externos a la empresa sobre los que esta no tiene influencia directa, pero que pueden condicionar su actividad tanto de manera positiva (oportunidades) como de manera negativa (amenazas).

El entorno se divide en dos tipos en función de los factores que lo forman y del alcance de su influencia: el entorno **general** y el entorno **específico**.

Podemos señalar como **características del entorno actual** las siguientes:

- El entorno es cambiante y estos cambios suceden muy rápidamente. Las empresas deben estar preparadas para responder con la misma agilidad que el entorno altera su rumbo.
- El proceso de **globalización** en el que vivimos inmersos facilita los intercambios y amplía a escala mundial la influencia de los factores que componen el entorno.
- El avance de las TIC, las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, es uno de los factores de mayor influencia en el entorno empresarial en las últimas décadas.
- En los últimos tiempos surgen los grandes grupos empresariales, muchas veces en forma de **oligopolios**.
- Otros cambios sociales tan relevantes como la incorporación de la mujer al trabajo, la inmigración, etc., condicionan el entorno actual en el que se desenvuelven las empresas.

Cualquier alteración en los factores que componen el entorno empresarial influye directamente en las empresas, tanto a su posición en el mercado como a sus resultados económicos. Por tanto, en este entorno cambiante y dinámico, las empresas deben diseñar su propia estrategia para adaptarse con éxito a los cambios.

En los dos siguientes apartados estudiaremos con detenimiento cuáles son los principales factores que componen el entorno general y el entorno específico de las empresas.

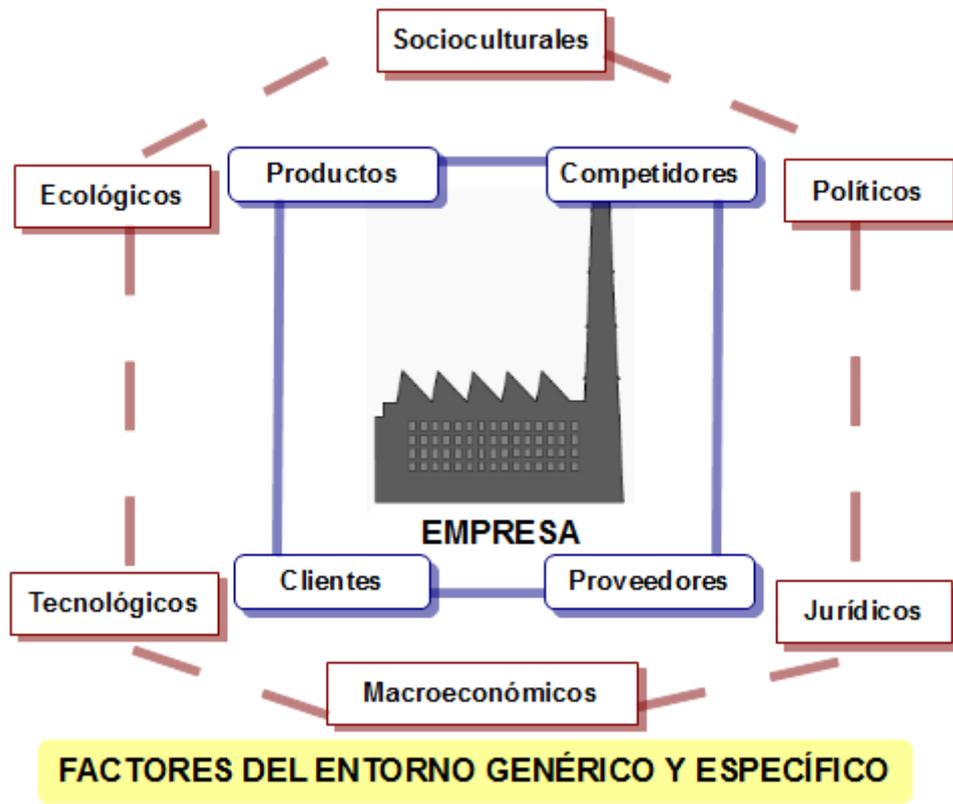


Gráfico de elaboración propia

1.1. Factores que componen el entorno general

El **entorno general**, también llamado macroentorno, hace referencia a todos aquellos factores externos a la empresa que pueden influir sobre sus resultados. La empresa no puede controlarlos, pero debe tenerlos muy en cuenta a la hora de diseñar una estrategia. El radio de influencia de estos factores alcanza a todas las empresas de una zona o país, independientemente del sector en el que desarrollen su actividad.



Indicadores económicos

Fotografía de rednuht en [Flickr](#). Licencia [CC](#)



La tecnología afecta al entorno general

Fotografía de StartupStockPhoto en [Pixabay](#). Licencia [CC0](#)

Estudiemos con mayor detenimiento los **factores** que componen el entorno general:

- **Factores político-legales.** Son todas las medidas que toman los gobiernos en su política económica y las leyes que establece el marco jurídico en el que las empresas desarrollan su actividad. Se trata de leyes, reglamentos y otras normas que afectan a la actividad empresarial. Por ejemplo, la política fiscal, los requisitos para la creación de empresas, las políticas de promoción de la actividad empresarial, etc.
- **Factores económicos.** La situación económica del país, reflejada en indicadores como el **IPC**, la tasa de paro, el **PIB**, el tipo de interés, etc. y en otros factores económicos más permanentes como el grado de industrialización del país, las infraestructuras o el desarrollo económico, influyen en las expectativas y en la confianza de los agentes económicos, y en especial en las empresas. Por ejemplo, si el tipo de interés es muy elevado, el precio del dinero será más alto y financiarse resultará más complejo y más caro, por ello cualquier empresa tendrá más dificultades para obtener los recursos económicos que necesita para nacer, crecer o mantenerse.
- **Factores socioculturales.** Nos referimos aquí a los valores, las creencias, las actitudes y los hábitos de la sociedad que influyen en el comportamiento de los consumidores a los que se dirige la empresa. Como ejemplos podemos señalar la incorporación de la mujer al trabajo, los hábitos de consumo, el nivel educativo, etc.
- **Factores tecnológicos.** Los avances tecnológicos y científicos que rodean a la empresa influyen tanto en los productos que esta ofrece como en sus procesos productivos. Si una empresa quiere mantenerse en el mercado tiene que incorporar las innovaciones que vayan surgiendo para no quedarse obsoleta. Los avances que ha supuesto Internet en el mundo empresarial son un buen ejemplo de este factor.

Por último, y si tenemos en cuenta que la empresa opera no solo dentro de un sistema económico, sino dentro de la naturaleza, podríamos incluir un **factor ecológico**, en la medida que los factores medioambientales influyen en la actividad empresarial externamente.

Importante

Los **factores del entorno general** o macroentorno son aquellos que afectan por igual al funcionamiento general de las empresas de un país independientemente de la actividad económica que desarrollen o el sector al que pertenezcan.

El **análisis PEST** identifica los factores que afectan al entorno general de las empresas, las siglas ayudan a recordarlos: **p**olítico-legales, **e**conómicos, **s**ocioculturales y **t**ecnológicos



Comprueba lo aprendido **Últiple**

En nuestro entorno podemos ver que se producen continuamente cambios. Identifica cuáles de los siguientes acontecimientos pertenecen al entorno general de una empresa fabricante de cosméticos:

- El Banco Central Europeo sube el precio del dinero medio punto.

- El gobierno implanta una ley que mejorará la conciliación de la vida laboral y familiar.

- Una nueva marca de cosméticos sale al mercado dentro de un mes.

- Se incrementa el IVA al 20 %.

- Se convoca una huelga de los trabajadores para protestar por las condiciones del sector.

Mostrar retroalimentación

Solution

1. Correcto
2. Correcto
3. Incorrecto
4. Correcto
5. Incorrecto

Actividad de lectura





En McDonald's India no se vende productos de vacuno
Fotografía de rabanito en Flickr. Licencia CC

LANZA PRODUCTOS ESPECIALES PARA CADA PAÍS

McDonald's se adapta para captar el filón asiático

- Crece con restaurantes para automóviles en China, donde se ha desatado la fiebre por los coches
- En la India la cadena elimina la carne de vaca y apuesta por verduras y hamburguesa vegetales

Captura de pantalla de elmundo.es (28/01/2007)

El titular anterior es un ejemplo de cómo una empresa se adapta al entorno general asiático. ¿Con qué factor del entorno relacionarías este hecho?

Para leer la noticia al completo publicada en el diario elmundo.es el 28 de enero de 2007, haz *click* sobre el titular.

Mostrar retroalimentación

El factor del entorno general es el sociocultural. Adaptando sus productos a la sociedad asiática, McDonald's intenta acercarse a su cultura y creencias para hacerse un hueco en el mercado.

Comprueba lo aprendido | tiple

De los siguientes factores señala cuál NO pertenece al entorno general:

- El índice de precios al consumo (IPC).
- La competencia.
- Una ley sobre competencia.
- Un avance tecnológico de amplia difusión.

Incorrecto

¡Correcto! La competencia es exclusiva de una empresa concreta o de un conjunto pero no de la totalidad. Si en una calle hay una peluquería y al lado abre otra, esta le hará la competencia a la primera, pero no al resto de negocios de la zona.

Incorrecto

Incorrecto

Solution

1. Incorrecto
2. Opción correcta
3. Incorrecto
4. Incorrecto

1.2. Factores que componen el entorno específico

El **entorno específico** o microentorno, es el entorno más cercano y está formado por el conjunto de factores que afecta a una empresa o sector de forma concreta.

El conjunto de empresas que componen un sector intenta satisfacer las mismas necesidades de los compradores y por ello, los factores del entorno específico no ejercen influencia sobre todas las empresas de un país, pero sí sobre aquellas que tienen que competir para captar clientela y lograr sus objetivos.



Imagen de elaboración propia

Resulta complicado delimitar con exactitud el entorno específico, pero podemos señalar como **factores** de influencia más comunes los siguientes:

- **Proveedores o suministradores.** Son todas aquellas entidades que proporcionan a las empresas las materias primas y productos que necesitan para el desempeño de su actividad. Es fundamental para una empresa conocer las características y las exigencias de sus proveedores. A modo de ejemplos podemos señalar: los plazos de entrega y de cobro de la mercancía, el encarecimiento de las materias primas que utiliza el sector, el poder para incrementar su margen de beneficios, etc.
- **Clientela.** Es muy importante que las empresas conozcan la demanda de su producto y las características de las personas a las que va dirigido para planificar sus actuaciones. Por ejemplo, los cambios en los gustos con relación a un producto por quedarse obsoleto, por ponerse de moda, etc.
- **Competencia.** Son todas aquellas empresas que proporcionan un producto o servicio similar o igual al de nuestra empresa, por lo que tendrán los mismos proveedores y se dirigirán a los mismos clientes. Una campaña de *marketing* realizada por una empresa de la competencia supondría un cambio en nuestro entorno, al igual que la amenaza de entrada de nuevos competidores al mercado.
- **Intermediarios.** Los mayoristas, minoristas y los distribuidores, influyen en el entorno específico de una empresa ya que hacen posible que el producto pueda llegar al consumidor final con éxito.
- **Productos sustitutivos.** El hecho de que en el mercado aparezcan nuevos productos que cubran las mismas necesidades supone una gran amenaza para las empresas del sector.

Además, existen otros factores que también influyen a cada empresa de manera particular, como las fuentes de financiación, la relación con los sindicatos, el control del gobierno sobre ese sector en concreto y la normativa que les atañe de forma exclusiva, etc.



La clientela y sus gustos

Fotografía de erix! en [Flickr](#). Licencia [CC](#)



La competencia

Fotografía de gongus en [Flickr](#). Licencia [CC](#)

Importante

Los **factores del entorno específico** o microentorno son aquellos que afectan de forma directa a todas las empresas pertenecientes a un mismo sector o que realizan una actividad similar.

Los proveedores, los clientes, la competencia, los intermediarios y los productos sustitutivos son los principales factores que debemos considerar a la hora de estudiar los cambios del entorno específico de una empresa o sector.



Ejercicio resuelto

¿Cuáles son los aspectos del entorno específico que tiene que tener en cuenta una empresa multinacional dedicada a la fabricación de teléfonos móviles?

Mostrar retroalimentación

- Los clientes, sus características y necesidades. Analizando las diferencias existentes entre los distintos países.
- Los proveedores que le suministran los materiales necesarios para realizar su actividad.
- Los trabajadores de su empresa y los sindicatos principales de este sector.
- Otras empresas que se dedican a la misma actividad, es decir, su competencia.

- Otras empresas que se dedican a la misma actividad, es decir, su competencia.
- Instituciones financieras donde la empresa busca financiación y le prestan los servicios necesarios.
- Las leyes y demás normativas que afectan al sector de la producción de artículos de telefonía móvil...

Comprueba lo aprendido

Medipress S. A. es una empresa dedicada a la distribución de productos farmacéuticos en hospitales, clínicas, centros de salud y farmacias de toda la región. Señala si los siguientes cambios se refieren a su entorno específico.

Cambio en la normativa europea en cuanto a los requisitos mínimos exigibles para el transporte de productos sanitarios.

- Verdadero Falso

Verdadero

El cambio solo afecta a empresas de ese sector, no tiene influencia sobre el resto de empresas de la región.

Una reforma laboral para dar flexibilidad al mercado de trabajo y que abarata el coste de despido.

- Verdadero Falso

Falso

Esta normativa influirá en todas las empresas, independientemente del sector en el que desarrollen su actividad.

Una huelga general.

- Verdadero Falso

Falso

Su propio nombre lo indica, huelga general. Este acontecimiento influirá en empresas de todo tipo.

La entrada en el mercado regional de otras empresas europeas dedicadas al transporte de medicamentos.

- Verdadero Falso

Verdadero

Hablamos aquí de la competencia, uno de los factores a tener en cuenta cuando nos referimos al entorno específico.

2. La responsabilidad social

Hasta el momento hemos analizado la influencia del entorno más inmediato y del más general sobre las empresas, pero ¿repercuten ellas en el entorno? Por supuesto que sí, la actividad empresarial influye sobre los agentes con los que relaciona y en el ámbito en el que se desarrolla.

Las empresas deben ser totalmente conscientes del impacto que su actuación tiene en la sociedad. En los últimos tiempos, la presión para que presten mayor atención a las cuestiones sociales y medioambientales, buscando un comportamiento más ético y comprometido, se ha incrementado mucho.

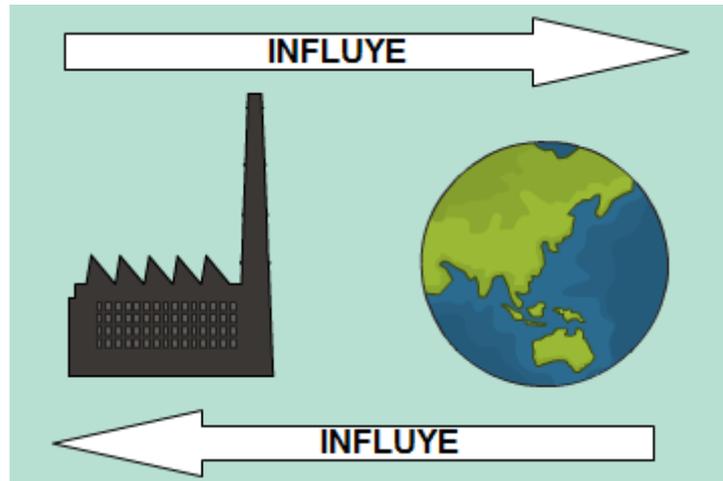
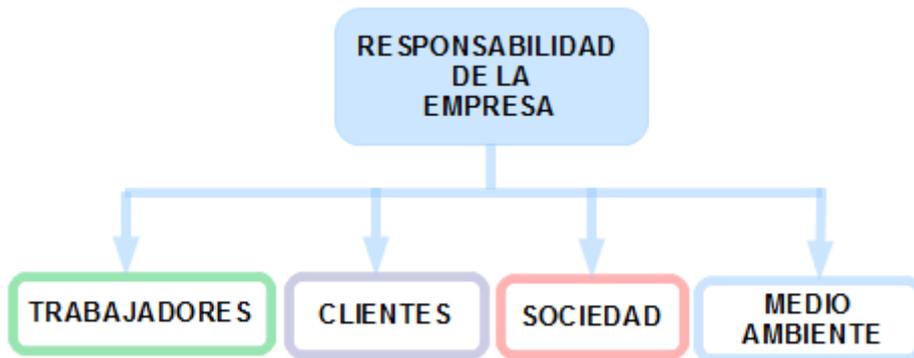


Imagen de elaboración propia

El esquema siguiente muestra los elementos del entorno en los que la empresa repercute de manera directa. Nos ocuparemos en los próximos apartados de dos aspectos fundamentales relacionados con la esta relación: la responsabilidad social corporativa y la ética en los negocios.



Esquema de elaboración propia

2.1. La responsabilidad social corporativa

Hasta hace unos años las empresas únicamente buscaban el máximo beneficio sin pararse a pensar en las consecuencias de su actividad. Sucesos como el calentamiento global, la deforestación, la pérdida de la biodiversidad, el crecimiento exponencial de la población y de las desigualdades económicas, etc. han supuesto un punto y aparte en esa actitud poco responsable. En este contexto de cambio surge el concepto de **responsabilidad social corporativa**

Cuando los efectos sobre la sociedad derivados de la actividad empresarial son negativos, se denominan **costes sociales negativos** o **externalidades** negativas. Estos costes son todos aquellos gastos soportados sin compensación alguna por personas ajenas a la actividad de la empresa. Por ejemplo la contaminación producida por las fábricas, el agotamiento de recursos naturales no renovables, las enfermedades laborales, etc. Las empresas deben evitar estos costes o en todo caso minimizarlos y asumirlos como propios intentando perjudicar lo menos posible a la sociedad. Los gobiernos establecen leyes para reducir al máximo estos costes.



Empresa contaminando

Fotografía de baeken en [Flickr](#). Licencia CC

La Justicia europea sentencia que todos los aviones deberán pagar por sus emisiones

Captura de pantalla de [rtve.es](#) (21/12/2011)

Importante

La **responsabilidad social corporativa (RSC)** se puede definir como la integración activa y voluntaria de las preocupaciones sociales y medioambientales en las operaciones comerciales de la empresa y en sus relaciones con los trabajadores, los consumidores, etc.

En definitiva, se trata de que la empresa considere, además de los efectos económicos, los efectos sociales que generan sus decisiones y actuaciones.

A continuación, estudiaremos en qué medida deben ser las empresas responsables con su entorno:

Responsabilidad con los trabajadores: las empresas deben procurar unas condiciones laborales adecuadas en asuntos tan importantes como los salarios, la formación, la seguridad en el puesto de trabajo, la promoción, la conciliación de la vida familiar y laboral de sus empleados, etc. Aquellas empresas que consigan crear un clima de cooperación, motivación y participación entre sus trabajadores obtendrán una mayor productividad, que redundará en unos mayores beneficios empresariales. Debemos destacar que la Unión Europea promueve la responsabilidad empresarial con los trabajadores mediante políticas de empleo y de asuntos sociales, velando por la igualdad de oportunidades, la integración de personas con discapacidades, etc.



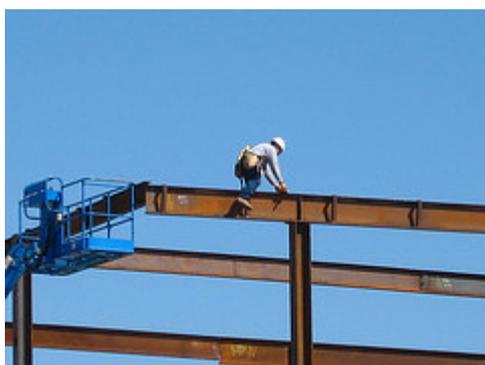
Producto de cultivo ecológico

Fotografía de Walmart Store en [Flickr](#). Licencia CC

Responsabilidad con los clientes: la finalidad es conseguir un aumento de la credibilidad y de la confianza de los clientes hacia las empresas. Estas deben proporcionar una información clara y fiable sobre los productos o servicios que ofrecen ya que los consumidores somos cada vez más exigentes tanto en temas medioambientales y sociales como en cuestiones de calidad, precio, garantía del producto, etc. En un mundo tan competitivo, tener en cuenta la opinión de la clientela es fundamental para la supervivencia de una empresa. Las asociaciones de consumidores son un buen ejemplo de entidades que velan por la defensa de los derechos de las economías domésticas en su papel de consumidoras.

El 99% ciento de las empresas españolas aplica alguna medida de RSC pese a la crisis, según estudio

Captura de pantalla en europapress.es (13/07/2011)



Prevención de riesgos laborales

Fotografía de billjacobus1 en Flickr. Licencia CC

Responsabilidad con la sociedad: está claro que las empresas deben comprometerse con el desarrollo económico, social y cultural de la zona donde actúan. Recuerda que dos de las funciones sociales principales de la empresa son la creación de empleo y la generación de riqueza.

Responsabilidad con el medioambiente: sabemos que las empresas producen bienes y servicios, crean puestos de trabajo, etc., pero también ocasionan una serie de efectos negativos que pueden dañar el medioambiente, como el consumo de recursos naturales escasos, los vertidos contaminantes, la producción masiva de residuos, etc. Es necesario que las empresas introduzcan cambios en su proceso productivo y busquen un **desarrollo sostenible**. La conciencia ciudadana y las normas establecidas por los gobiernos guían a las empresas hacia este camino de mayor responsabilidad con

el medio. ¿Qué pueden hacer las empresas para proteger el medioambiente? Reducir el consumo de materiales y las emisiones nocivas, desarrollar tecnologías sostenibles, adoptar prácticas de mejora medioambiental, producir bienes de calidad, ecológicos y basados en procesos naturales, etc.

Importante

Las empresas deben ser responsables con sus trabajadores, con sus clientes, con la sociedad en general y con el medioambiente.

Las empresas no solo generan costes sociales, está claro que también proporcionan beneficios a la sociedad y no exclusivamente de tipo económico. Estos aspectos positivos y negativos de la actividad empresarial se plasman en el **Balance Social**; un documento que permite evaluar la situación de una empresa con relación al cumplimiento de su responsabilidad social. Dentro del balance se analizan temas como la contaminación ambiental, la creación de puestos de trabajo, los accidentes laborales, los conflictos sociales, las aportaciones a la región, etc., de esta manera, se puede evaluar el desarrollo de sus actividades y la repercusión en su entorno.

Ejercicio resuelto

En 1998 se produce el gran **desastre ecológico de Aznalcóllar**. El vertido de residuos tóxicos contaminó una amplia zona de las marismas del Parque Natural de Doñana. Vamos a recordar este incidente a través del siguiente vídeo:

Vídeo de AGENCIA EFE alojado en [Youtube](#)

- ¿Qué costes sociales ocasionó el vertido?
- ¿Quiénes hacen frente a dichos costes?
- ¿Con qué tipo de responsabilidad de las estudiadas en este apartado relacionarías la noticia?
- ¿De qué manera piensas que tiene que responder la empresa que ocasionó el desastre ante la sociedad?

Mostrar retroalimentación

Los costes sociales son cuantiosos, pero se resumen en uno solo: la contaminación del Parque, lo que a su vez supuso la desaparición de numerosas especies autóctonas de la zona.

A nivel ecológico, todos hacemos frente a dichos costes ya que el Parque es un lugar público. Igualmente a nivel económico porque el Estado invirtió cuantiosas cantidades de dinero en paliar los efectos negativos y recuperar la zona lo antes posible.

Por último, la empresa tiene que resarcir el daño causado, a través del pago de una cantidad para hacer frente a los gastos ocasionados e intentar recuperar parte del destrozo causado. Aunque la cuestión económica no sea capaz de devolver al Parque las especies perdidas, la empresa tiene que asumir que su actuación ha dado como resultado un coste social muy elevado y no debe quedar impune.

2.2. La ética en los negocios

¿Cuál es la postura actual de las empresas ante la responsabilidad social corporativa? Existen diversas formas de incorporar este tema en su política de actuación:

- Por un lado, hay empresas que realizan campañas de **marketing con causa**, es decir, utilizan la responsabilidad social corporativa para publicitar sus marcas y productos, o para mejorar su imagen ante la sociedad por su falta de responsabilidad social.
- Otra opción es realizar **actuaciones filantrópicas** puntuales, colaborando con una ONG, realizando donaciones a fundaciones de interés cultural, científico, social o involucrándose en causas de carácter solidario.

Para que las empresas adopten totalmente la filosofía de la RSC, no deberían recurrir únicamente a este tipo de acciones, se necesita un nivel de compromiso muy superior. Es necesario que todas las personas que conforman la empresa estén implicadas y colaboren activamente, para ello, la formación en materia de responsabilidad social es fundamental.



Las empresas deben buscar un desarrollo sostenible

Fotografía de mikel450 en [Flickr](#). Licencia [CC](#)

Importante

Hoy en día, aceptar las pautas de la responsabilidad social corporativa puede llegar a permitir que la empresa **mejore** su posición en el mercado frente a otras empresas competidoras menos preocupadas por su impacto social o medioambiental.

La RSC debería suponer un **nuevo modelo de organización y gestión** empresarial basado en una novedosa visión de los negocios, en la que la ética no permitiese la búsqueda del máximo beneficio a cualquier precio. Es decir, la RSC debería estar completamente integrada en la política de todas las empresas.

Una empresa comprometida con su entorno debe aplicar la **ética** en todas sus actividades, desde la calidad de sus productos a su gestión interna, teniendo siempre presente la honradez que debe caracterizar sus relaciones, tanto internas como externas. Esta manera de actuar redundará sin duda en una buena imagen que le generará una serie de beneficios: aumentará su prestigio de forma general, logrará fidelizar a su clientela y proveedores, los trabajadores estarán más motivados e incrementarán su productividad y las entidades financieras respaldarán en mayor medida sus proyectos. Estos son algunos ejemplos de mejora que un comportamiento responsable puede traer a las empresas.

Las empresas deberían adoptar una posición natural en la actividad económica, mantenerse en armonía con el resto de

agentes (familias y sector público) y actuar respetando el medio en el que desarrollan su actividad.



Ética empresarial

Fotografía de mira66 en Flickr. Licencia CC

Una empresa española ha creado dos máquinas para el acabado textil que ahorran agua, productos químicos y energía. 800 millones de pantalones se producen con este sistema.

Vaqueros sostenibles con tecnología 'made in Spain'

Captura de pantalla de Expansión.com (11/04/2011)

Comprueba lo aprendido

Indica si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas:

La mejor forma de cumplir con la responsabilidad social corporativa es mediante campañas puntuales de carácter solidario.

Verdadero Falso

Falso

No es negativo el hecho de realizar este tipo de colaboraciones pero lo deseable es que las empresas asuman la RSC como una parte fundamental de su existencia y la tengan en cuenta en todo momento.

Las empresas con una clara orientación hacia la RSC pueden mejorar su posición en el mercado frente a sus competidores.

Verdadero Falso

Verdadero

Las personas cada vez estamos más concienciadas y somos muy exigentes a la hora de adquirir un producto o servicio. Una empresa que cuida a sus clientes, a sus trabajadores y a su entorno destacará sobre otras que no lo hagan.

3. Localización y dimensión



IDEA DE EMPRESA

Imagen de elaboración propia

Hasta ahora hemos hablado de la influencia del entorno en la empresa y de la empresa en el entorno. Ha llegado el momento de pensar en la creación de una empresa. La creación de una empresa implicará la toma de dos decisiones importantes que van a condicionar su futuro y que en gran medida están relacionadas con el entorno:

- La **localización**: ¿dónde instalar nuestra empresa?, ¿en el centro de una ciudad o en las afueras?, ¿cerca o lejos de otras empresas competidoras?, etc.
- La **dimensión**: ¿en qué instalaciones (factorías, almacenes, centros administrativos o puntos de venta) desarrollará su actividad?, ¿qué número y tipo de trabajadores serán necesarios?, etc.

Una vez tomadas estas decisiones y hecha la inversión inicial estaremos vinculados al negocio durante un periodo largo de tiempo y si nos hemos equivocado, la marcha de la empresa se verá gravemente afectada.

Teniendo en cuenta la localización y la dimensión empresarial, podemos distinguir dos tipos de empresas: las **multinacionales** y las **pymes**. Nos ocuparemos de sus principales características en el último apartado.

3.1. Factores que condicionan la localización y dimensión

Está claro que la **localización** de una empresa es un factor fundamental para que esta tenga éxito. Son muchas las variables a tener en cuenta a la hora de decidir dónde se ubicará el negocio, a continuación se señalan algunas de ellas:

- El **mercado al que se dirige la empresa**: es necesario asegurarse de que en la zona en la que queremos instalarnos hay posibles consumidores o si existe demasiada competencia. Por ejemplo, ¿sería una buena idea abrir una pastelería en un polígono industrial? Posiblemente no tendría mucha clientela, ya que las personas que acuden al polígono van a trabajar y vuelven a sus casas sin pararse a comprar dulces.
- Las **comunicaciones**: hay que tener en cuenta si la zona goza de buenas comunicaciones o si la red de transportes es adecuada a las necesidades de la empresa, ya que este punto puede influir en otras variables.
- El **abastecimiento de materias primas**: cuanto más lejos estén situados los proveedores mayores serán los costes de transporte que habrá que asumir.
- El **mercado de trabajo**: si la empresa requiere mano de obra especializada, hay que asegurarse de que en la zona resulta sencillo encontrarla.
- El **coste del terreno**: independientemente de si pensamos adquirir o alquilar, el coste del terreno puede ser un factor fundamental ya que la inversión inicial siempre es bastante grande.
- Los **factores climáticos**: el medioambiente, etc. También pueden condicionar la marcha del negocio. Una tienda de paraguas en un lugar en el que apenas llueve será un fracaso seguro.



Localización empresarial

Fotografía de Marxchivist en Flickr. Licencia CC

Importante

La **localización** (lugar en el que ubicar una empresa) y la **dimensión** (su capacidad productiva) son dos de las decisiones más importantes a tomar en el momento de abrir una empresa, están claramente interrelacionadas y condicionarán el éxito empresarial.

Además de la localización otro aspecto a plantearse en el momento de crear una empresa es su **dimensión**, ¿a qué se refiere este término? La dimensión no va ligada al tamaño de sus instalaciones, sino que viene determinada por una serie de factores como la tecnología, el número de trabajadores, etc.

La dimensión de la empresa es un término que hace referencia a su capacidad productiva total, es decir, al máximo nivel de producción que puede alcanzar en un periodo.

Ejercicio resuelto





Deporte acuático

Fotografía de Damian Gadal en [Flickr](#). Licencia [CC](#)

Mario y Rosa, amantes del surf, han decidido abrir una tienda de artículos para deportes acuáticos aprovechando su gran experiencia.

Ayúdales a decidir el lugar en el que ubicar su negocio, indicándoles los factores de localización que deberán tener en cuenta para rentabilizar la inversión inicial y alcanzar el éxito.

Mostrar retroalimentación

Teniendo en cuenta las características del negocio de Mario y Rosa, los principales factores de localización que les influirán en su decisión son los siguientes:

La empresa debería ubicarse en una zona cercana a la costa, con tradición en deportes acuáticos. Es importante que no exista un negocio similar en las inmediaciones porque al comercializar unos productos tan específicos puede ser que la nueva empresa no sobreviva. Los proveedores del material deben estar relativamente cerca aunque algunos artículos tendrán que importarlos del extranjero. El local que escojan probablemente sea caro por su ubicación, pero este gasto redundará en una mayor cercanía con la clientela. Respecto a la mano de obra, les resultará mucho más sencillo encontrar personal cualificado en una zona marítima ya que habrá personas con experiencia en deportes acuáticos. Por último, y aunque esté implícito en todo lo dicho hasta el momento, el clima es un factor muy importante y va unido a las características geográficas de la zona en la que se instalen.

3.2. Pyme versus multinacional



Fotografía de Sili[k] en Flickr. Licencia CC

Cuando hablamos de **pymes** nos referimos, como sabes, al conjunto que forman las pequeñas y medianas empresas. Las pymes tienen menos de 250 trabajadores y su volumen de facturación no supera los 50 millones de euros o el valor de su balance general no es superior a los 43 millones de euros.

Más del 90 % del tejido empresarial español pertenece a esta categoría, estas empresas son las grandes generadoras de empleo en nuestro país.

A continuación se muestran las principales características de las pymes, algunas pueden suponer una ventaja y otras una desventaja a la hora de competir en el mercado.

CARACTERÍSTICAS DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS	
Generadoras de empleo	Normalmente emplean más mano de obra que capital en términos proporcionales, este hecho, unido su gran número, hace que su importancia social sea incuestionable.
Organización flexible	Normalmente pertenecen a una persona o a pocos socios, lo que favorece la comunicación y la toma de decisiones. Los trabajadores estarán así más motivados pues participan directamente en la vida de la empresa y adoptan mayores responsabilidades.
Cercanía con la clientela	El trato con los clientes suele ser más cercano y directo pues se ofrece una atención más personalizada.
Aprovechan los nichos de mercado	Pueden aprovechar los espacios que las grandes empresas dejan en el mercado para especializarse en determinados productos; esto supondrá una ventaja competitiva para las pymes.
Poca formación del personal	Tanto los empresarios como los trabajadores suelen disponer de pocos conocimientos de administración, no tienen el suficiente capital para destinarlo a programas formativos.
Difícil acceso a la financiación	Tanto ajena como propia. Las entidades financieras necesitan garantías suficientes para conceder créditos y las pymes suelen tener un patrimonio escaso. En cuanto a la financiación propia, estas empresas se han constituido con pocos recursos, eso hace que no se pueda generar mucha autofinanciación.
Obsolescencia tecnológica	Al contar con poca capacidad económica y financiera, no pueden modernizar continuamente sus procesos tecnológicos, lo que supone una desventaja en el mercado con respecto a las empresas más grandes y con una mayor capacidad de inversión.

Importante

Las **pymes son grandes generadoras de empleo en España**, el 90 % del tejido empresarial está formado por pequeñas y medianas empresas. Las pymes deben aprovechar sus características positivas para convertirlas en ventajas competitivas.

Hoy en día ningún país es autosuficiente, sino que necesita productos que no posee o que no produce, por lo que se deben realizar intercambios. Con la globalización se crea una economía mundial, en la que cada economía participante depende de las otras y, por tanto, existen empresas que operan en varios países, es lo que se llama **internacionalización**.



Multinacional sueca en Hong Kong

Fotografía de geographyalltheway.com en [Flickr](#). Licencia CC



Multinacional sueca en Arabia Saudí

Fotografía de docguyen en [Flickr](#). Licencia CC

Importante

Globalización: es la tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión global que sobrepasa las fronteras nacionales.

Multinacional: empresa que opera en más de un país. Están formadas por una empresa **matriz**, que suele estar instalada en el lugar de origen de la empresa, y empresas **filiales** repartidas por otros países en los que operan. Normalmente, son grandes empresas.

Las empresas multinacionales se caracterizan por lo siguiente:

- Gran capacidad productiva.
- Gran resistencia ante las crisis del mercado.
- Empresas en continuo crecimiento, mediante absorciones o fusiones con otras empresas.
- Gran potencial económico que les hace tener ventaja en el uso de tecnología punta.
- Cuentan con incentivos para instalarse en otros países, pues hay gobiernos que les ofrecen ventajas económicas, fiscales o laborales. Este fenómeno se denomina **deslocalización** y consiste en trasladar su producción, o una parte de ella, a otros países menos desarrollados con la finalidad de minimizar costes.

Comprueba lo aprendido Blanco

Señala si las siguientes características son propias de una pyme o de una gran empresa multinacional:

Características	¿pyme (p) o multinacional? (m)
Trabajadores motivados.	<input type="checkbox"/>
Gran formación de los trabajadores.	<input type="checkbox"/>
Facilidades de financiación.	<input type="checkbox"/>
Grandes creadoras de empleo en España.	<input type="checkbox"/>
Organización poco flexible.	<input type="checkbox"/>
Aprovechan huecos en el mercado.	<input type="checkbox"/>
Trato cercano con la clientela.	<input type="checkbox"/>

Comprueba lo aprendido

Según la Recomendación 2003/361/CE de la Unión Europea sobre la definición de microempresa, pequeñas y medianas empresas, se consideran pymes aquellas empresas que tienen menos de 250 trabajadores, su volumen de negocios anual no es mayor a 50 millones de euros o el valor de su balance general anual no es superior a 43 millones de euros. Estas empresas tienen una serie de características propias. Señala, de las siguientes, cuáles son verdaderas y cuáles son falsas.

Su acceso a la financiación ajena es relativamente fácil.

Verdadero Falso

Falso

Es falso, porque como las pymes se suelen constituir con poco capital, tienen un patrimonio escaso, y no ofrecen las garantías requeridas por las entidades financieras.

La obsolescencia afecta a su tecnología en muchas ocasiones.

Verdadero Falso

Verdadero

Exacto, porque al disponer de poco capital para inversiones, no se pueden permitir renovar continuamente su tecnología, a lo que se suma el rápido avance de esta.

Hay poca conflictividad laboral.

Verdadero Falso

Verdadero

Como las plantillas de estas empresas son pequeñas, hay menos conflictos que en aquellas otras con una plantilla más numerosa.

Aprovecha las economías de escala.

Verdadero Falso

Falso

Es falso, porque su volumen de producción no es tan elevado como para aprovechar las economías de escala.

Son generadoras de empleo.

Verdadero Falso

Verdadero

Más del 90 % del tejido empresarial español está constituido por este tipo de empresa, por lo que en total dan trabajo a un gran número de personas.

4. Apéndice

Amplía tus conocimientos sobre **la relación de la empresa con su entorno** en los siguientes apartados.

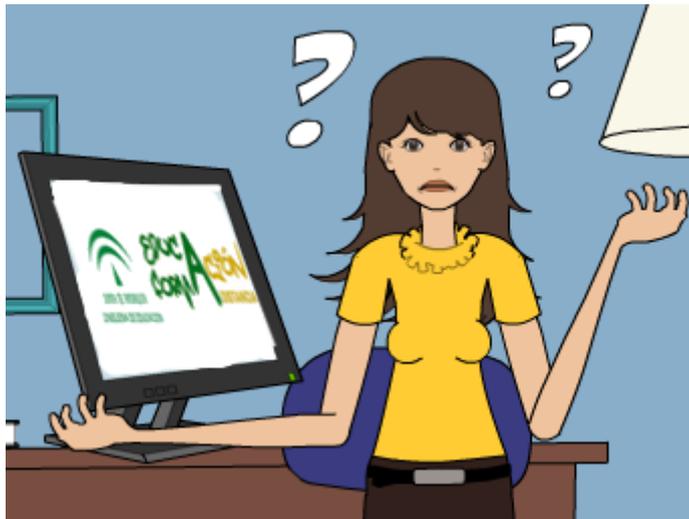


Imagen de elaboración propia

4.1. Curiosidades

Curiosidad

La organización **Great place to work** elabora todos los años un listado de las mejores empresas para las que trabajar en función de la opinión que los propios empleados y colaboradores tienen de las mismas.

2012 Las Mejores Empresas para Trabajar en España

NOVARTIS, MICROSOFT, MEDTRONIC, INFOJOBS y MUNDIPHARMA ESPAÑA ENCABEZAN LA LISTA BEST WORKPLACES ESPAÑA 2012

La Lista Best Workplaces, estándar de calidad internacional de los lugares de trabajo, incluye estas 5 compañías entre las 50 Mejores Empresas para Trabajar en España tras analizar la opinión de los empleados de más de 250 organizaciones.

Las Mejores Empresas han creado más de 4.937 nuevos puestos de trabajo durante 2011 y han alcanzado un crecimiento de más del 3%.

En las Best Workplaces el promedio total del Trust Index, que incluye las 58 preguntas de la encuesta es del 80% y se ha rebajado el nivel de absentismo al 1,77%.

Captura de pantalla de [Great place to work](#)

Curiosidad

La marca Coca-Cola hizo un lanzamiento de sus latas en el mundo musulmán **decorándolas con una luna creciente y una estrella** (símbolo musulmán), aprovechando el comienzo del mes del Ramadán. Este lanzamiento se produjo en países como Turquía, Arabia Saudita, Marruecos, Pakistán e Indonesia, de esta forma, la empresa intenta acercarse a su cultura y creencias para hacerse un hueco en el mercado.

Curiosidad

El **Protocolo de Kioto** es un acuerdo internacional que pretende detener el cambio climático y sus efectos, reduciendo los gases que provocan el efecto invernadero.

Incumplir las metas de Kioto costará a España hasta 1.620 millones de euros

España hasta 1.020 millones de euros

Captura de pantalla de [La Vanguardia.com](http://LaVanguardia.com) (08/04/2012)

4.2. Para saber más

Para saber más

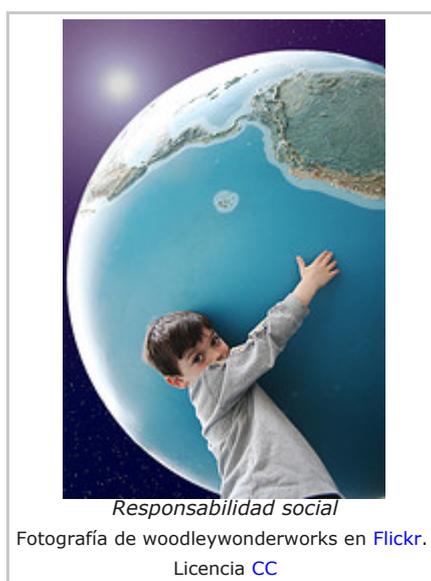
El entorno, como sabes, puede perjudicar pero también favorecer a la empresa.

El **análisis DAFO** es un método para analizar los puntos fuertes y débiles de la empresa, además de las amenazas y oportunidades que presenta el entorno. El nombre de este análisis procede del acrónimo de **D**ebilidades, **A**menazas, **F**ortalezas y **O**portunidades. De esta forma se elabora la matriz DAFO, un cuadro resumen como el siguiente.

	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	Capacidades distintas Ventajas naturales Recursos superiores	Recursos y capacidades escasas Resistencia al cambio Problemas de motivación del personal
	Oportunidades	Amenazas
Análisis Externos	Nuevas tecnologías Debilitamiento de competidores Posicionamiento estratégico	Altos riesgos - Cambios en el entorno

Tabla en [Wikipedia](#). Licencia [CC](#)

Para saber más



En los siguientes enlaces encontrarás ejemplos de informes de responsabilidad social corporativa que las empresas hacen públicos en sus páginas web:

- [Repsol](#)
- [Inditex](#)
- [Telefónica](#)



Para saber más

La página web de la Unión Europea contiene información muy útil e interesante. En este enlace podrás acceder a las **principales políticas de empleo y asuntos sociales** que la U. E. desarrolla para velar por la igualdad, la seguridad, la integración de los trabajadores, etc.

Imprimible

Descargar imprimible

AVISO DEL SERVIDOR

Por motivos de seguridad esta página web solo está accesible mediante acceso seguro (https):

https://www.juntadeandalucia.es/Aviso_Legal_Andalucia_v04.htm

Por favor, actualice sus marcadores. Gracias.