

LA EMPRESA: DEFINICIÓN Y CLASIFICACIÓN (I)



TEMA

1

INTRODUCCIÓN: EL PAPEL DE LAS EMPRESAS EN LA ECONOMÍA MODERNA

1. ¿Qué importancia crees que tienen las empresas en la economía actual?
2. Vas a leer un texto sobre el papel de una empresa específica, una panadería, en la economía moderna. Estas son algunas de las palabras que aparecen en el texto. ¿Sabes qué significan?

economía de libre mercado **afán de lucro** **inversión** **ganarse la vida**
arriesgar **oportunidad de negocio** **puestos de trabajo** **beneficios**
satisfacer **materias primas** **propietaria** **necesidades de la gente**

3. Lee este texto y realiza las actividades que aparecen a continuación.

Cada mañana, al levantarnos, encontramos pan tierno en la panadería de nuestro barrio. ¿Alguna vez se han preguntado ustedes por qué ocurre esto? ¿Por qué la **propietaria** de la panadería hace todo ese pan cada día? La fascinante respuesta a esta pregunta representa la esencia de la **economía de libre mercado**. Aunque parezca mentira, a la panadera nadie le ha dicho qué tipo de pan debe producir ni qué cantidad debe hacer diariamente. No ha seguido ninguna orden de ningún político o de ningún planificador que sepa lo que quieren comprar los ciudadanos. La señora tampoco se levanta cada día a las cuatro de la madrugada simplemente porque es una buena persona que se siente solidaria con la gente del barrio y porque quiere que sus vecinos tengan pan recién salido del horno para desayunar. Bien, en realidad, es posible que sea muy buena mujer e incluso puede que sea extremadamente solidaria. Pero esa no es la razón por la que hace pan. Cuando decidió **arriesgar** su dinero para montar una panadería, no lo hizo pensando altruistamente en sus vecinos, sino movida por un **afán de lucro** y el deseo de **ganarse la vida** y asegurar el futuro económico de sus hijos. Y son precisamente esas ganas de hacer dinero las que hacen posible que todos acabemos disfrutando de pan fresco cada día.

Seguramente la historia empezó cuando, un buen día, la señora observó que en el barrio no había ninguna panadería y pensó que aquello podría representar una **oportunidad de negocio**. Es decir, pensó que si abría una panadería quizás podría ganar suficiente dinero para vivir. Calculó cuánto le costaría alquilar el local y comprar los hornos. Se informó sobre los precios de la harina, del agua, de la levadura, del gas, de la electricidad y de las demás **materias primas** que debería adquirir diariamente para hacer el pan. También calculó cuánto le costaría contratar a un par de dependientas y a un hornero. Hizo estimaciones sobre el precio al que podría vender el pan. Con toda esa información, le pareció que obtendría unos **beneficios** que le iban a permitir ganarse la vida y decidió hacer la **inversión**. Montó la panadería (y, de paso, creó nuevos **puestos de trabajo**) y facilitó la vida de los vecinos del barrio que han podido disponer de pan tierno cada mañana.

La esencia de la economía de mercado es que la propietaria de la panadería supo ver **las necesidades de la gente** del barrio y calculó que podía ganar dinero poniendo una tienda para **satisfacer** dichas necesidades. Es importante enfatizar que el objetivo de la mujer era ganar dinero y no hacer feliz a los demás. Ahora bien, para ganar dinero, la mujer tenía que producir lo que la gente del barrio quería. Es decir, para ganar dinero debía hacerles felices. Si la mujer hubiese montado una tienda de productos que nadie quisiera comprar, enseguida se hubiese arruinado y hubiese tenido que cerrar.

a) Marca si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas. (V/F)

	V	F
1) Los políticos le han dicho a la propietaria qué tipo de pan debe producir y en qué cantidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2) La propietaria montó la panadería movida por su afán de ganar dinero.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3) Después de montar la panadería, la propietaria se informó sobre el coste del alquiler, de los equipos, de las materias primas y del personal.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4) La propietaria, movida por su altruismo, decidió vender el pan a un precio con el que no obtendría ningún beneficio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5) La mujer montó la panadería teniendo en cuenta las necesidades de la gente del barrio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

b) Resume el texto de la actividad 3, usando todas las palabras de la actividad 2.

c) Ampliación de vocabulario. A lo largo del curso aprenderás muchas palabras relacionadas con el mundo de la empresa y desarrollarás actividades en contexto para poder usarlas. Aquí tienes algunas palabras que aparecen en el texto, y otras cuyo significado seguramente ya sabrás. ¿Sabes cuál es la diferencia entre ellas? Si quieres, puedes consultar un diccionario para así poder realizar la actividad.



- 1) economía de libre mercado/economía centralizada
- 2) inversión/ahorro
- 3) beneficios/pérdidas
- 4) empresa con fines lucrativos/ONG (organización no gubernamental)
- 5) materias primas/producto terminado

FICHA 1.1. DEFINICIÓN DE EMPRESA

1. Para ti, ¿qué es una empresa?

2. Aquí tienes una definición del concepto de empresa. Léela y realiza las actividades que aparecen a continuación.

La empresa se define como una entidad integrada por capital, trabajo y conocimiento, como factores de producción y de gestión, y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos. Una empresa es una organización que capta recursos –tangibles (humanos, materiales y financieros) e intangibles–, los gestiona y los transforma en bienes y servicios, vendiéndolos por un precio, el cual debe permitir reponer los recursos materiales, sufragar los servicios recibidos, retribuir al personal y a los administradores, y compensar a los propietarios y a las entidades financieras a las que se les solicitaron préstamos.

Adaptado de Emilio Díez de Castro et al., *Economía y organización de empresas*.

- ¿Cuáles son los tres factores que integran la empresa?
- Las empresas pueden dedicarse a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios. ¿Puedes dar un ejemplo de cada tipo?
- ¿Cuáles son los fines de la empresa?
- Las empresas captan recursos tangibles, entre los que se encuentran los recursos humanos, los materiales y los financieros, así como intangibles. En el caso de la panadería de la ficha de introducción, ¿puedes identificar estos recursos?
- ¿Para qué sirve la venta de los bienes y servicios de una empresa?
- Vocabulario.** Estos son los verbos que aparecen en la definición anterior. Completa el cuadro añadiendo los sustantivos y los adjetivos correspondientes.

	Sustantivo	Adjetivo
Integrar	Integración	
Dedicar		Dedicado
Captar		
Gestionar	Gestión	
Transformar		
Vender	Venta, vendedor	
Reponer		
Sufragar		
Retribuir		Retribuible
Compensar		
Solicitar	Solicitud	

FICHA 1.2. EMPRESARIOS Y DIRECTIVOS

El empresario es el titular propietario y directivo de una industria, negocio o empresa. Realiza tres tipos de funciones: capitalista, emprendedor y director.

1. Relaciona cada una de estas tres funciones con su descripción.

a) Capitalista

b) Emprendedor

c) Director

1) Dirige y gestiona el negocio, apoyándose en sus empleados, pero la responsabilidad y la capacidad de decisión final son suyas.

2) Aporta los recursos financieros necesarios para financiar el proyecto empresarial. A veces tiene que hipotecar sus bienes o endeudarse con los bancos.

3) Tiene la iniciativa para poner en marcha la idea de negocio.

2. En temas posteriores, veremos el papel del capitalista y el del director. La pregunta ahora es: “¿Tienes madera de emprendedor?”.

a) Para descubrirlo, completa el siguiente test.

	TA	A	D	TD
· Tengo claros mis objetivos profesionales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
· Me considero preparado para responder a situaciones nuevas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
· Me resulta difícil aceptar situaciones cambiantes en el trabajo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
· Me planteo desafíos según mi capacidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
· Estoy dispuesto a arriesgarme para conseguir mis objetivos profesionales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
· Estoy dispuesto a superar todos los obstáculos para conseguir mis objetivos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
· Adapto mis planteamientos según las situaciones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
· Confío plenamente en mi capacidad para resolver los problemas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
· Miro las cosas desde diferentes puntos de vista.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
· Creo que es necesario hacer planes para casos de emergencia.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
· Pienso en todas las posibilidades antes de tomar decisiones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
· Cada circunstancia o cada persona pueden representar una oportunidad para conseguir mis objetivos profesionales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
· Puedo mantener un nivel de actividad elevado sin sentirme excesivamente cansado después.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
· Usualmente puedo transmitir mi entusiasmo a los demás.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
· Cuando estoy convencido de algo, me resulta fácil convencer a los demás.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
· Adopto una actitud autocrítica ante mis errores, suelo aprender de ellos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TA = Total acuerdo	A = Acuerdo	D = Desacuerdo	TD = Total desacuerdo	

Adaptado de la revista *Emprendedores*.

b) Tu profesor te dará las claves para interpretar tus respuestas al test. ¿Estás de acuerdo con los resultados?

3. Perfil del joven empresario español. Contesta las siguientes preguntas seleccionando la opción que te parezca más apropiada.

- a) ¿Qué edad crees que tiene la mayoría de los jóvenes empresarios españoles?
- | | |
|---------------|---------------|
| 1) de 18 a 25 | 3) de 31 a 35 |
| 2) de 26 a 30 | 4) de 36 a 40 |
- b) ¿Qué proporción hay entre hombres y mujeres empresarios aproximadamente?
- | | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| 1) 100% hombres, 0% mujeres | 3) 75% hombres, 25% mujeres |
| 2) 50% hombres, 50% mujeres | 4) 25% hombres, 75% mujeres |
- c) ¿Qué formación crees que ha alcanzado la mitad de los jóvenes empresarios españoles?
- 1) primaria
 - 2) secundaria
 - 3) universitaria

- d) ¿Cuál crees que es el principal motivo que los ha llevado a crear su empresa?
- | | |
|------------------------|-------------------------------|
| 1) tradición familiar | 4) estar en paro |
| 2) superación personal | 5) una oportunidad de negocio |
| 3) una idea | 6) ganar más dinero |

FICHA 1.3. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN SU DIMENSIÓN

1. El siguiente texto explica los criterios para determinar el tamaño de una empresa. Estos términos son importantes para su comprensión. ¿Sabes qué significan?

subvención volumen de negocio anual balance anual normativa
 plantilla competitividad capital derecho a voto

2. Lee este texto y contesta las preguntas a continuación.

No da lo mismo ser pequeña o mediana empresa. Al menos en lo que a obtener **subvenciones** se refiere. Pero, ¿cómo saber si un negocio es una pequeña y mediana empresa (pyme)? Hay diversos criterios pero, en general, hasta ahora, España se rige por una **normativa** europea de abril de 1996, según la cual, cumplen este requisito empresas con una **plantilla** igual o inferior a 250 personas y un **volumen de negocio anual** no superior a los 40 millones de euros o cuyo **balance anual** no exceda los 27 millones de euros. Además, no deberá estar participada en un 25% o más de su **capital** o del **derecho a voto** por una gran empresa.



Pero la Comisión Europea ha revisado su definición para fomentar la **competitividad** y evitar el mal uso de las subvenciones nacionales y europeas para este tipo de negocios. El colectivo tiene gran importancia en el tejido empresarial comunitario: el 98% del total de empresas de la UE son pymes y, en conjunto, ofrecen empleo a 74 millones de personas. Con esta actualización de las definiciones, serán:

Medianas empresas:

Las de menos de 250 empleados y un volumen de negocio no superior a 50 millones de euros.

Pequeñas empresas:

Las de menos de 50 personas en plantilla y un volumen de negocio inferior a 9 millones de euros.

Microempresas:

Las de menos de diez trabajadores y su volumen de negocios no supera el millón de euros.

Adaptado de E. Molinero, *Actualidad Económica*.

- a) Según la normativa europea de 1996, ¿cuáles eran los criterios para que una empresa fuera considerada pyme?
- b) ¿Por qué la UE ha revisado la definición de este tipo de empresas?
- c) ¿Qué importancia tienen las pymes en el tejido empresarial de la UE?

d) Completa este cuadro:

TIPO DE EMPRESA	NÚMERO DE EMPLEADOS	VOLUMEN DE NEGOCIO

e) ¿Qué tamaño de empresa crees que es el predominante en España?

3. Las pymes presentan ventajas e inconvenientes con respecto a las empresas grandes. Relaciona cada ventaja o desventaja con su explicación.

escasa conflictividad escasa fuerza negociadora
 control precios flexibilidad proximidad
 financiación técnica menor formación

+ VENTAJAS

- a) Son empresas personalistas y facilitan la participación directa de los trabajadores.
- b) Se adaptan con mayor agilidad a las nuevas situaciones en los mercados. Pueden introducir variaciones o cambiar la actividad.
- c) La relación con el cliente es más directa, le dan un trato más personalizado.

- DESVENTAJAS

- a) Pueden ser adquiridas y controladas por grandes empresas.
- b) No pueden fabricar grandes series de productos, lo que puede implicar costes y precios de venta superiores.
- c) No pueden acceder a determinadas formas de financiación, como la bolsa.
- d) El empresario tiene menos conocimientos técnicos que el de una gran empresa, dispone de menos información especializada y de menos recursos para la formación del personal.
- e) No pueden imponer condiciones a los proveedores y a los clientes.
- f) Poseen menos recursos para invertir en el desarrollo de nuevos productos y procedimientos.

Adaptado de J. Rey Oriol et al., *Economía y Organización de Empresas*.

4. Durante este curso no solo aprenderás sobre el mundo de los negocios en España, sino también en la Unión Europea. La siguiente lectura te informa sobre las 1000 mayores empresas en Europa según su volumen de ventas. Léelo y completa el cuadro a continuación:

Las 1000 mayores empresas europeas

DaimlerChrysler, Royal Dutch/Shell Group y BP Group lideran el ranking de las mil mayores empresas industriales y de servicios de capital europeo por ventas consolidadas.

El sector del automóvil y el energético ocupan los puestos de honor de este ranking exclusivo de *Actualidad Económica* en el que figuran los principales grupos industriales y de servicios de capital europeo con sus ventas y resultados consolidados. La clasificación la vuelve a liderar la alemana **DaimlerChrysler**, con unas ventas de 162384 millones de euros, seguida de **Royal Dutch/Shell Group**, con unas ventas de 161413 millones de euros, y la británica **BP Group**, con 160240 millones de euros, que copan los tres puestos de honor.

Aunque los sectores dominantes siguen siendo los tradicionales, las tecnológicas escalan posiciones; entre ellas sobresale **Siemens**, en el puesto séptimo con 78396 millones de euros; **Deutsche Telekom** en el decimonoveno puesto con 40939 millones de euros y la holandesa **Philips** en el vigesimosegundo con 37862 millones de euros. El motor sigue representado con fuerza en todas

las clasificaciones. Además de la medalla de oro –Daimler-Chrysler– el grupo alemán **VW** en el puesto sexto y el italiano **Fiat**, en el noveno, forman parte del selecto grupo de los diez que más vendieron. A ellos se suman otras como la francesa **Peugeot-Citroën** en el decimotavo; la francesa **Renault** en el vigesimoprimer y a mayor distancia la alemana **BMW**.



El tirón del comercio es otra realidad en este ranking. La fusión de Pryca y Continente ha contribuido a que el grupo galo **Carrefour** alcance el octavo puesto de la clasificación

con 64802 millones de euros, lo que representa un incremento de la facturación superior al 40% y que le ha servido para abandonar el puesto decimotavo de la pasada edición.

Entre las cincuenta mayores empresas europeas solo figuran dos españolas: **Repsol YPF**, en el puesto decimoséptimo, con unas ventas en el último ejercicio de 45742 millones de euros y **Telefónica** que, con unas ventas de 28485 millones de euros, logra colocarse en el puesto cuarenta y cuatro. **Endesa** y **Cepsa** aparecen en los puestos 88 y 111, respectivamente. Por debajo del umbral de los 10000 millones de euros se unen a la lista empresas como **El Corte Inglés**, con 9388 millones de ventas, o **Altadis**, con 7606 millones de euros.

Adaptado de Esther Armendia, *Actualidad Económica*.

Posición	Nombre de la empresa	Ventas (millones euros)	País	Sector
1.				
2.				
3.				
4.	TotalFina Elf	114557	Francia	Petróleo y derivados
5.	E.on Group	93240	Alemania	Energía
6.				
7.				
8.				
9.				
10.	Nestlé	53567	Suiza	Alimentación

a) ¿Qué sabes de las empresas españolas que se mencionan en el texto?

b) ¿Cuáles son las empresas de mayor tamaño de tu país?

FICHA 1.4. CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS SEGÚN EL ÁMBITO TERRITORIAL

Otra fórmula para clasificar las empresas es en función del ámbito geográfico donde desarrollan su actividad.



Las empresas **locales** o **regionales** desarrollan su actividad en una población o región a través de sucursales.

Las empresas **nacionales** realizan su actividad en todo el territorio nacional a través de sucursales.

Las empresas **comunitarias** ejercen su actividad en la Unión Europea.

Las empresas **multinacionales** ejercen su actividad en diferentes países de la Unión Europea y de fuera de ella, aunque su sede y su capital tiene una base nacional.

Las empresas **globales** desarrollan su actividad en sectores económicos cuyos competidores y actuaciones deben tener en cuenta el conjunto del mundo. Son sectores globales el del petróleo y el del automóvil. Estas empresas tienden a alcanzar unas dimensiones enormes.

Adaptado de E. Díez de Castro et al., op. cit.

1. Clasifica las siguientes empresas según los criterios anteriores.

- Coca-Cola.
- Una empresa de mudanzas que solo cubre el área de Madrid.
- Teléfonica, que está presente en España y en muchos otros países a través de filiales.
- Una empresa de paquetería dentro de España.
- Un despacho de abogados especializado que está presente en todos los países miembros de la UE.

2. ¿Cuál es la diferencia entre una filial y una sucursal?

3. Hoy en día se habla mucho de las “glocos”, compañías globales. Según el banco de negocios Goldman Sachs, solo hay 27 empresas que cumplen los requisitos necesarios para ser consideradas “glocos”.

Estos criterios son:

- Haber integrado la globalización en su estrategia de futuro, no como una forma de ampliar mercados, sino como método de trabajo.
- Tener una marca mundialmente reconocida que identifique sus productos ante los consumidores.
- Ser percibida en cada país como una empresa local, y no como una división de una compañía extranjera.
- Demostrar flexibilidad, tanto desde el punto de vista organizativo como geográfico.
- Emplear la última tecnología y la más eficiente para asegurar la satisfacción de sus clientes.
- La fuerza laboral incide en el éxito de la compañía, y es importante cómo trata la empresa a sus empleados.
- Disponer de una estrategia muy elaborada para China y otros países con gran potencial de crecimiento.
- Tener un compromiso social para mejorar la reputación de su marca y frenar ataques antiglobalización.

Adaptado de un artículo de Mayte Rius publicado en *La Vanguardia Dinero*.

a) De las siguientes compañías, 5 son consideradas “glocos”, ya que cumplen todos los requisitos anteriores. ¿Puedes identificarlas?

- | | | |
|------------------------------|--------------------------|---------------------|
| 1. Vodafone | 4. IKEA | 8. Citigroup, Inc. |
| 2. Telefónica | 5. Wal-Mart Stores, Inc. | 9. BBVA |
| 3. Dell Computer Corporation | 6. Volkswagen AG | 10. Marks & Spencer |
| | 7. SEAT | |

4. Las empresas multinacionales españolas.

a) ¿Conoces alguna multinacional española?

b) Lee el siguiente texto y completa los espacios en blanco con estas palabras:

marcas facturan fusión rivales transnacionales

Se suele hablar de multinacionales españolas, pero España no dispone de auténticas _____ empresas _____, con la mayor parte de su negocio repartido entre varios países o áreas del mundo. Nuestras "multinacionales" aún _____, pese a la expansión en Latinoamérica, la mayor parte de sus ventas en España. Es el caso de la propia Telefónica (55,8%), de Repsol (63,2%), de Endesa (64,7%) o de Gas

Natural (84,3%). Incluso el mito Inditex aún factura el 57% de su negocio en España.

De hecho, solo dos o tres de las 35 del IBEX facturan más del 50% de sus ventas fuera de España, entre ellas estarían sociedades como Altadis (debido a la _____ con Seita), NH Hoteles y Acerinox. Esta situación no se da en el caso de nuestros _____ europeos. Por ejemplo,

en Francia, 25 de las 33 empresas no financieras del CAC 40 facturan más del 50% de su negocio fuera del país. Algunas como Renault, Accor, Alcatel, Aventis, Carrefour, Danone, L'Oréal, LVMH, Lafarge, Michelin, Peugeot, Saint Gobain, Sanofi, Total Fina o Vivendi, algunas de ellas con _____ extremadamente conocidas, facturan fuera de Francia porcentajes superiores al 80% o incluso al 90%.

Adaptado de un artículo publicado en la revista *Dinero*.

c) ¿Qué título crees que tiene este artículo?

1. "Todas las empresas del IBEX35 son multinacionales".
2. "España sigue sin verdaderas *multis*".
3. "Las multinacionales españolas, mejores que las francesas".

d) ¿Qué empresas multinacionales hay en tu país?



ACTIVIDADES RECOPILATORIAS

1. Estas son las ventajas y desventajas de las multinacionales para los países que las reciben:

+ VENTAJAS

- Creación de empleo
- Transferencia de tecnología
- Mejora de las exportaciones

- DESVENTAJAS

- Influencia económica y política
- Influencia social
- Conflicto de intereses

a) Discute con tu compañero en qué consisten y por qué afectan positiva o negativamente a los países donde se establecen. Plantead también soluciones para las desventajas.

b) Juego de roles.

ESTUDIANTE A: Eres un directivo de una multinacional que quiere establecerse en un país en vías de desarrollo. Vas a visitar a un funcionario del gobierno para presentarle la propuesta de tu empresa y convencerle para que autorice su establecimiento.

ESTUDIANTE B: Eres un funcionario de un país en vías de desarrollo. Un directivo de una multinacional extranjera va a visitarte para presentarte una propuesta para establecerse en tu país. Escúchalo atentamente, y decide si la instalación de la empresa sería beneficiosa o perjudicial para tu país.