

ECONOMIA DE L'EMPRESA

2 BATXILLERAT

Unitat 11

CREIXEMENT INTERN I EXTERN DE L'EMPRESA



Localització de l'empresa

La **localització** és el lloc que s'escull físicament per ubicar una empresa o un negoci.

Variables externes

- La demanda del mercat.
(analitzar si hi ha possibles consumidors / analitzar la competència)
- El proveïment de matèries primeres.
(analitzar el cost, la facilitat i la qualitat d les matèries primeres)
- El mercat de treball.
- Les comunicacions i el transport.
(fàcil accés / polígons industrials i parcs tecnològics)
- Els subministraments.
(aigua, llum, internet, etc ...)
- El cost de la construcció i del solar.
(varien d'una població a una altra)
- La legislació.
(normativa legal, fiscal. Mercantil, mediambiental, del sector: farmàcia, discoteca)
- La inversió i el finançament.
(lloc amb accés a les institucions financeres)
- El desenvolupament econòmic de la regió.

La dimensió de l'empresa

La **dimensió de l'empresa** es refereix a la seva capacitat de producció, que és determinada per una sèrie de factors com ara la tecnologia, el nombre de treballadors i el mercat.

La localització i la dimensió són coses que es decideixen a la vegada.

Capacitat necessària: nivell màxim de producció que es pot obtenir en un període determinat.

S'ha de fer:

- .- Estudi de mercat.
- .- Anàlisi de producció.
- .- Anàlisis dels costos

S'ha d'avaluar les diferents alternatives (de localització i dimensions) i prendre una decisió

S'ha de preveure anar augmentant la capacitat productiva al llarg de la vida de l'empresa.

Creixement de l'empresa

Creixement intern

- Increment de la capacitat productiva de l'empresa.
- Augment de la varietat dels productes i serveis de l'empresa: diversificar la producció per assolir nous mercats.

La diversificació es sol fer amb productes complementaris, ja que l'empresa té informació sobre el mercat. Que vol entrar

Ex: planxes de cabell de les perruqueries.

Creixement



Inversions



Augment del Patrimoni

Creixement de l'empresa

Creixement extern

- Fa referència a: l'adquisició, control, absorció d'empreses, fusió d'empreses que ja existeixen.
- Cooperació amb altres empreses amb la finalitat d'accedir a nous mercats o formar acords entre si.
- Si el mercat nacional no és suficient, les empreses s'**internacionalitzen**.

Creixement extern

- **Fusió pura d'empreses.** (és la unió entre diferents societats per crear-ne una de nova)
- **Fusió per absorció d'empreses.** (una empresa n'adquireix una altra o altres)
- **Participació en societats.**
- **Cooperació d'empreses.** (relacions especials entre empreses independents que mitjançant acords col·laboren per compartir recursos i informacions per assolir objectius comuns, minimitzant costos i riscos)
- **Clúster.**
- **Trust o concentració vertical.** (és un conjunt d'empreses que formen part de diferents fases dels procés de producció. Ex: Repsol)
- **Càrtel o concentració horitzontal.** (és un grup d'empreses del mateix procés productiu que dominen el mercat i es posen d'acord en els preus i les estratègies de venda. Ex: OPEP)
- **Hòldings.** (són una forma d'organització d'empreses segons la qual una companyia matriu aconsegueix les accions i participacions d'altres empreses que controla. Només hi ha un equip directiu).

La Globalització

La **globalització** és l'extensió de les relacions econòmiques entre diferents països, fins a l'extrem de crear una economia mundial, en la qual cada economia participant depèn de les altres.

La Globalització
comprèn

- El lliure comerç internacional
- El moviment del capitals
- La inversió estrangera directa
- Els fenòmens migratoris
- El desenvolupament de les tecnologies de la comunicació

Les empreses necessiten guanyar dimensió per atendre aquest nou mercat, i una de les vies per aconseguir-ho és per mitjà de la internalització, com, per exemple, la fusió amb empreses afins per crear multinacionals.

Procés d'internacionalització (I)

La **internacionalització** és l'obertura als mercats internacionals, és a dir, les operacions que una empresa fa per vincular-se amb aquests mercats internacionals.

Estratègies per internacionalitzar-se

- **Multidomèstica**: Les filials actuen de manera independent.
- **Global**: Les filials actuen de manera dependent.
- **Transnacional**: Les filials actuen de manera interdependent.

Aspectes a tenir en compte quan s'inicia el procés d'internacionalització

1. Manca d'informació sobre el mercat en el qual es vol operar.
2. Manca de personal qualificat a l'empresa.
3. Resistència al canvi per part del conjunt humà que forma part de l'empresa.
4. Distància cultural-psicològica
5. Gustos dels consumidors diferents dels gustos amb què s'està operant.
6. Pràctiques de negocis diferents.
7. Necessitat d'adaptar-se a la legislació.

S'han d'avaluar avantatges i inconvenients, principals avantatges:

- .- incrementar les vendes aprofitant les economies d'escala i reduir costos.
- .- coneixeran el mercat en que opera la competència.

Procés d'internacionalització (II)

Empreses multinacionals

- La **empreses multinacionals** són societats mercantils, que operen en dos o més països, que tenen una gran capacitat productiva o que són el resultat d'una concentració i fusió d'empreses que busquen nous mercats.
- Els mercats on treballen són diferents del mercat d'origen.
 - A l'hora d'escollir un país:
 - .- Estudien el mercat
 - .- Beneficis que se n'esperen
 - .- Incentius dels governs dels països (avantatges econòmics, fiscals i laborals)
- Estan formades per un conjunt d'empreses: l'**empresa matriu**, que continua operant al lloc d'origen, i les **empreses filials**, que estan a la resta dels països i es relacionen entre si.

Característiques de les empreses multinacionals

1. Es compensen i s'equilibren entre elles; tenen una gran resistència en el mercat.
2. Tenen tecnologia punta; estan en creixement constant i es van fusionant amb empreses més petites.
3. L'empresa matriu s'encarrega de la fixació de l'estratègia a seguir del grup. Les filials s'encarreguen de les activitats productives del grup seguint les pautes que li marca la matriu.
4. Estan en disposició d'aconseguir economies d'escala a la producció dels béns i serveis que comercialitzen.
5. Tenen una importància clau en el sector.
6. L'empresa matriu fa un control directe o indirecte de les seves filials per mitjà de la participació en el seu capital social.

La deslocalització

La **deslocalització** és el trasllat d'activitats productives des de països industrialitzats cap a països en desenvolupament que es caracteritzen per tenir nivells sensiblement inferiors de la seva renda per càpita i, per consegüent, del salari mitjà de la població.

- La seva finalitat és minimitzar costos:
 - .- Mà d'obra
 - .- Matèries primeres
 - .- Costos financers
 - .- Costos fiscals
- Minimitzar costos vol dir preus més barats i per tant més competitivitat.

Conseqüències

Pot passar que amb la deslocalització:

- Les empreses tanquen completament les seves plantes productives al país originari.
- Les empreses redueixen la seva producció a un nivell merament representatiu, però es queden al país d'origen.

És negativa pel país d'origen ja que:

- Augmenta l'atur
- Augmenta la desinversió

A vegades es produeix per evadir la legislació mediambiental.

Hi ha empreses que deslocalitzen o externalitzen només una part de la seva producció, és a dir, subcontracten (*outsourcing*), també amb la finalitat de reduir costos. Aquest procés també es coneix com a externalització de costos.

Pimes (petites i mitjanes empreses)

- Les **petites empreses** tenen menys de 50 treballadors i un volum de vendes igual o inferior als 10 milions d'euros l'any.
- Les **mitjanes empreses** tenen entre 50 i 250 treballadors i un volum de vendes igual o inferior als 50 milions d'euros l'any.

- Representen el 90% de les empreses espanyoles:
- Tenen molta importància social i econòmica..

Característiques de les pimes

- Poca formació empresarial.
- Poca capacitat financera.
- Qualificació i formació tècnica del personal i obsolescència tecnològica.
- Organització flexible i, per tant, facilitat de comunicació.
- Integració del personal.
- Desenvolupament en mercats intersticials.
- Creadores de feina.

L'empresa i les TIC (tecnologies de la informació i la comunicació)

Elements que caracteritzen l'entorn tecnològic de les empreses

- La globalització econòmica.
- L'economia de la comunicació i el coneixement.
- **Internet** com una nova forma d'organització.

Influència d'Internet sobre l'empresa

1. Millor comunicació exterior:
 - Relacions client-proveïdor.
 - Banca electrònica.
 - Tràmits oficials.
 - Informació i assessoria.
2. Més opcions d'inversió i finançament.
3. Increment de la productivitat laboral.

<https://www.youtube.com/watch?v=Kq7QEvlfaue>