



TEMA 1: LA EMPRESA

Contenidos

- 1.1.- La empresa y el empresario. Teorías sobre el empresario
- 1.2.- Elementos de la empresa
- 1.3.- Funciones y objetivos de la empresa. La *creación de valor* para el propietario y para la sociedad.
- 1.4.- Funcionamiento de la empresa. Áreas básicas

Presentación

En el sistema económico actual la empresa es un factor fundamental para el desarrollo económico. Aunque su función principal es la producción de bienes y servicios, también tiene importancia como agente social generador de empleo y riqueza.

En la Empresa se combinan recursos humanos, tecnología, recursos financieros y la organización que aporta el empresario o directivos de la empresa. Todo ello con fin de conseguir un objetivo, normalmente económico, y con la necesidad de ser eficiente y rentable.

La empresa actual, es el resultado de una evolución histórica, que desde la pequeña empresa de carácter artesanal, va evolucionando hacia las grandes empresas comerciales de la etapa mercantilista, y posteriormente hacia la gran empresa productora de la época de la Revolución Industrial, para llegar finalmente a la etapa de la gran empresa financiera que hoy conocemos.

En esta unidad didáctica se va a hacer una aproximación al concepto de empresa, explicando los elementos de la misma, sus áreas básicas y los objetivos que persigue.

1.1 La empresa y el empresario. Teorías sobre el empresario

La empresa

Las empresas no son agentes propios de la economía moderna; ya existían, con otros nombres y funciones diferentes, en las culturas antiguas. Con la Revolución Industrial se inicia su crecimiento acelerado y alcanzan su máximo desarrollo en nuestra época, especialmente en el sistema económico capitalista.

Globalmente la empresa es un sistema que integra un conjunto de elementos o subsistemas (humano, técnico, financiero, ...) interrelacionados entre sí para intentar conseguir los objetivos empresariales.

Podemos establecer diversas definiciones **de Empresa** (bajo la óptica del libre mercado) atendiendo a diversos aspectos:

- a. **Aspecto Económico-financiero:** La empresa realiza la función de crear riqueza para retribuir a los factores productivos, contribuyendo al desarrollo económico de la sociedad.
- b. **Aspecto jurídico-mercantil:** La empresa está constituida por un patrimonio adscrito a un fin mercantil - con ánimo de lucro- y genera relaciones contractuales con agentes externos e internos -accionistas, trabajadores, clientes, bancos, Administración Pública, etc.-
- c. **Aspecto tecnológico-productivo:** La empresa combina factores de producción que permiten la creación de bienes y servicios demandados por la sociedad o el mercado.

De las múltiples definiciones de empresa, cabe destacar dos:

- “Unidad básica de producción que organiza con eficiencia los factores económicos para producir bienes y servicios para el mercado creando valor y con ánimo de alcanzar ciertos objetivos” (*enfoque económico*).
- “Conjunto de elementos humanos, técnicos y financieros, ordenados según determinada jerarquía o estructura organizativa y que dirige una función directiva o empresario” (*enfoque administrativo*).

Pero para entender mejor el concepto de Empresa en la actualidad podemos hacer una breve reseña de su **evolución histórica**. Durante la **Baja Edad Media** (s. XII al XV). A medida que se desarrollan las ciudades, también lo hace la **industria artesanal** y los **intercambios comerciales** (nacen importantes ferias). Aún no se puede hablar de empresas propiamente dichas, pero la actividad económica está en manos de artesanos y comerciantes, que empiezan a constituir compañías colectivas y comanditarias (formas sociales que todavía recoge nuestra legislación mercantil), apareciendo figuras como los gremios y ligas o “hansas”, asociadas a sus ciudades de origen.

A partir del **siglo XV** y, especialmente, en el **XVI y XVII** los **progresos en la navegación** permiten una expansión Europea en busca de rutas comerciales con el extremo oriente. El descubrimiento de América permite a España establecer un monopolio comercial inicial con las tierras descubiertas. Británicos y holandeses crean “compañías de Indias” para comerciar con extremo oriente. Formar estas compañías requiere grandes aportaciones de capital y entrañan grandes riesgos (piratería, naufragios, ...), por lo que se recurre al método de agrupar a múltiples socios por el método de vender “participaciones” que otorgan al comprador la condición de “socio”, repartiendo así el riesgo y obteniendo el derecho a participar en las ganancias.

A finales del **siglo XVIII** y el **XIX**, se desarrolla la **Revolución Industrial**, primero en Gran Bretaña y después en el resto de Europa (en España de forma tardía y parcial en la segunda mitad del siglo XIX). Se trata de un fenómeno de acumulación de capital, aplicación de nuevas tecnologías y desarrollo de la mentalidad empresarial dinamizada por la burguesía ascendente. Se crean numerosas empresas que emplean por primera vez gran cantidad de obreros y producen de forma masiva.

Durante el **siglo XX**, el crecimiento económico prosigue y el mundo tras la **Segunda Guerra Mundial**, a raíz de la llamada Guerra fría, se escinde en dos bloques: el capitalista y el comunista; dentro de cada uno de ellos se dan procesos de integración supranacional, destacando en el primer caso la CE y en el segundo el COMECON; al mismo tiempo los Estados Unidos y la URSS (actual CEI) desempeñan un importante papel como líderes de cada uno de los bloques, encarnando dos concepciones distintas de la vida.

En el bloque occidental los procesos de integración y el estrechamiento de relaciones entre los Estados facilitaron el desarrollo de grandes sociedades, **las empresas multinacionales**,

pieza básica dentro del sistema capitalista o de economía de mercado, con producción a gran escala, adaptadas a diferentes mercados e incluso con actividades diversificadas.

En el mundo comunista surgido tras la Revolución Rusa de 1917, el sistema económico recibe el nombre de **Economía Planificada**. En él la empresa, pertenece al Estado, sigue sus directrices (Plan Económico Central) y no las del mercado como en los países capitalistas. Tras el fracaso del modelo los países del Este adoptan un sistema de economía de mercado, pero con enormes dificultades, (ausencia de capitales, instituciones y capacidad empresarial, mercados sin poder adquisitivo, ...)

Es obvio que en cada **época** las empresas han tenido características diferentes (tamaño, propiedad, ámbito de actuación, forma de dirección, ...), pero también hay una serie de **rasgos comunes** a destacar:

1. **Deciden la mejor forma en que se deben combinar los factores productivos para obtener el bien o servicio que producen**, buscando siempre el mayor grado de "eficiencia".
2. Son **creadoras de riqueza** (o "valor") que será repartido después entre propietarios (principales beneficiarios, recibirán una remuneración por su capital aportado), proveedores y acreedores (bancos, Organismos Públicos, ...), trabajadores (salarios, que les permitirá comprar los bienes y servicios producidos),
3. **Participan** en el grado de desarrollo de los países en los que desarrollan su actividad (cada vez más internacional).
4. **Dirigen los hábitos de consumo** de los consumidores ejerciendo influencia sobre ellos mediante la publicidad y las técnicas de mercado.

El elevado grado de desarrollo de las empresas así como su mayor complejidad de estructura y funcionamiento, ha hecho que nazca una **nueva ciencia** económica denominada "**Economía de la Empresa**" con contenidos de economía general (oferta, demanda, ...), contables (cálculos de las pérdidas y ganancias), jurídicos (creación y propiedad de la empresa), de marketing (estudio de mercados), laborales (contratos de los trabajadores), financieros, sociológicos, y de gestión de la innovación, de dirección de la competencia y cooperación, etc.

El empresario

Partiendo de reconocer la separación entre la propiedad y la dirección en la mayoría de empresas actuales, la dificultad de este punto es distinguir si la figura del empresario corresponde al capitalista o bien al directivo (cuando ambas figuras no coinciden en las mismas personas). No llegaremos a las mismas conclusiones si adoptamos enfoques económicos o jurídicos.

Desde el punto de vista jurídico parece que la figura de empresario está ligada con la **de propietario**, de hecho el Código de Comercio no utiliza el término de empresario sino el de **comerciante**, estableciendo en su artículo 11 que son comerciantes "*los que, teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, se dedican a él habitualmente y las compañías mercantiles e industriales que se constituyeren con arreglo a este Código*". Es decir, hace hincapié en dos aspectos:

- El **carácter habitual**, que implica una actividad organizada y profesional, esto es, duradera y estable en el tiempo.
- La **capacidad legal** para el ejercicio habitual del Comercio viene determinada por el Artículo 41 del Código de Comercio: las personas mayores de edad y que tengan la libre disposición de sus bienes.

Así desde el punto de vista del Derecho Mercantil las personas que actúan en nombre del empresario no son empresarios en sentido jurídico, aunque realicen de hecho la actividad mercantil.

Sin embargo el **concepto económico** de empresario identifica a éste con la persona que directamente y por sí misma combina y coordina los elementos que conforman la empresa para conseguir sus objetivos, es decir, se concibe al empresario como el directivo de la empresa. El Derecho, por el contrario, no exige en el empresario una actividad directa y personal, basta con que la actividad se ejercite en nombre de ése.

En la actualidad, la dirección suele estar desligada de la propiedad. El propietario o capitalista recibe los beneficios y es el responsable legal último (titular de las relaciones jurídicas con terceros), pero dada la complejidad actual de la gestión empresarial, delega en uno o más directivos (administrador, representante legal, etc.) que actúa en su nombre y que podríamos llamar “empresólogo” (estudioso de la gestión empresarial, mejor que “empresario” dado que esta palabra tiene cierta ligazón con la propiedad en derecho), aunque no es un nombre comúnmente aceptado.

En la evolución histórica de la figura del empresario pueden señalarse estos hitos y teorías principales:

- Empresario = **capitalista** (Adam Smith 1796)
- Empresario = **agente** u hombre de negocios (R. Cantillon 1730 y J.B. Say 1830)
- Empresario = **4º factor de la producción**, factor organizativo (A. Marshall, 1890)
- Teoría del “**empresario riesgo**” (F. Knight, 1921)
- Teoría del “**empresario innovador**” (Joseph Schumpeter, 1911-1942)
- Teoría del poder compensador o empresario como “**tecnoestructura**” (John K. Galbraith, 1967)

Los economistas de la **escuela clásica** (**A. Smith, D. Ricardo, y J.S. Mill**) y también **K. Marx** identificaron al empresario con el **propietario** del negocio, existe una concepción del empresario de tipo individual.

Hasta el siglo XVIII los economistas no prestan atención al concepto de empresario. **Richard Cantillon** (1680-1734) fue el primero en definir esa figura como “Agente” que compra los medios de producción a precios ciertos, para después combinarlos en un producto que venderá a un precio incierto. Cantillon caracteriza la figura del empresario como **un agente que asume riesgos y cuyas remuneraciones son inciertas**.

No es hasta el siglo XX cuando se contempla claramente la **distinción** entre la figura de empresario y la de capitalista o propietario de la empresa. Se requiere una mayor dimensión de las unidades de producción y un volumen mayor de capital. Surgen las grandes sociedades en las que varios propietarios financian conjuntamente la empresa. En este contexto se produce la **separación** del concepto de empresario y propietario, considerándose al primero como un profesional de la dirección.

Marshall le da al empresario la importancia necesaria como factor organizativo fundamental para la creación de las grandes empresas que estaban naciendo en su época. Es el factor necesario para combinar el resto de factores.

Knight incide en el hecho de que el empresario es capaz de ASEGURAR rentas CIERTAS a los factores productivos (vendedores de materiales a precio cierto, trabajadores con salarios fijados de antemano, propietarios de locales, ...) soportando el RIESGO de la actividad económica y recibiendo como compensación un BENEFICIO RESIDUAL, siempre INCIERTO, asume también pérdidas en muchos casos si no se cumplen sus previsiones. La incertidumbre es lo esencial de la actividad empresarial. Al aceptarla el empresario, justifica su remuneración y cumple una FUNCIÓN de GARANTÍA en la SOCIEDAD.

Para **Schumpeter** la principal función del empresario es INNOVAR. En el sistema capitalista el proceso de cambio tecnológico es el que genera nuevos equilibrios y el empresario es el agente que lo asume. Cuando lanza un nuevo producto, incorpora una nueva técnica de fabricación, abre nuevos mercados, conquista nuevas fuentes de aprovisionamiento o incluso crea una nueva organización (buscando aumentar su propio beneficio) es la pieza que persigue la invención, innovación o imitación que se difunde por toda la sociedad, impulsando el cambio.

Galbraith hace un estudio crítico de la configuración industrial de los estados capitalistas modernos y concluye que la economía está dominada por una estructura de grandes corporaciones (unas pocas industrias que tienen el poder real) y coexisten con otra estructura (el subsistema de mercado) de pequeñas empresas que son multitud que operan en el mercado pero sin poder influir en él (agricultores, comerciantes al por menor, pequeños industriales, ...), en realidad solo se adaptan a las condiciones impuestas por las grandes.

Estas grandes corporaciones son muy complejas y no pueden ser dirigidas por una sola persona. Requieren un conjunto de técnicos muy especializados que actúan de forma colegiada (juristas, científicos, ingenieros, economistas...) y a los que denomina "tecnoestructura". Aportan conocimiento especializado a decisiones de grupo que rebasan la capacidad de cada uno. Ellos son los que realizan la función empresarial, como grupo dirigente. Además, la propiedad en muchas corporaciones está en manos de pequeños accionistas que no actúan de forma colegiada, dejan el peso de las decisiones en los técnicos dirigentes, que en muchos casos no son siquiera accionistas y buscan sus propias metas profesionales. Pueden llegar a alcanzar tanto poder que el resto de agentes (proveedores o consumidores) queden indefensos, para lo que Galbraith propone que se unan para lograr un poder "compensador" y equilibrar el juego de fuerzas.

1.2. Elementos de la empresa

La empresa como realidad económica y social necesita contar con una serie de elementos que le permitan desarrollar su actividad. Dichos elementos son al menos los siguientes:

A. **El factor humano.** Constituido por todas las personas que aportan a la empresa, bien su trabajo o bien recursos financieros. En función del tipo de aportaciones, distinguiremos los siguientes grupos:

- **El empresario.** Es la persona que debe tomar las decisiones necesarias para llevar a cabo la actividad y es, en consecuencia, responsable de la misma, asumiendo los riesgos que puedan derivarse de sus decisiones.
- **El propietario o capitalista.** En ocasiones se confunden las figuras del empresario y el capitalista o propietario, dado que pueden coincidir en la misma persona, pero no siempre sucede así, sobre todo en las grandes empresas en las cuales suele haber muchos socios capitalistas y solo unas pocas personas responsables de la gestión.
- **Los empleados.** Personas que aportan a la empresa uno elemento esencial, su trabajo, a cambio de una remuneración.

B. **El capital.** Formado por todo el conjunto de bienes que integran el patrimonio empresarial. Aún sin pretender establecer una exhaustiva clasificación de dichos bienes, se pueden enumerar, **el capital No Corriente ó fijo**, es decir, los elementos patrimoniales tangibles o no caracterizados por su largo tiempo de permanencia en la empresa, como la maquinaria, edificios, instalaciones, elementos de transportes, etc., así como los inmateriales como el fondo de comercio, las patentes (tecnología) y las aplicaciones informáticas. Así mismo forman parte del patrimonio, otro tipo de bienes, caracterizados por un periodo de permanencia más corto y que constituyen los elementos "**corrientes**", como son las existencias, tesorería y los derechos de

cobro a clientes y deudores. También suele distinguirse entre “**capital físico**” (edificios, maquinaria, mercancías, ...) y “**capital financiero**” (dinero, derechos de cobro, ...).

C. **La propia organización.** Los diferentes factores de la empresa deben ser adecuadamente organizados, con el fin de garantizar la máxima eficiencia en la consecución de los objetivos empresariales. La organización alcanzará tanto a los elementos personales como materiales y deberá estar determinada por quien ostenta la responsabilidad de dirección de la empresa. La propia definición de la empresa como unidad económica de producción, nos indica la estrecha relación que debe existir ente los diferentes elementos de la organización.

D. **Mundo exterior.** Su entorno, lo constituyen tanto las personas como las instituciones u organismos públicos, pues no debe olvidarse que dicha actividad se desarrolla en un entorno social, organizado y regulado jurídicamente.

1.3. Funciones y objetivos de la empresa. La creación de valor

Los objetivos de la empresa

Toda empresa persigue unos fines u objetivos. Según la clase de entidad la formulación de los mismos será diferente. Por ejemplo una **empresa privada** intentará maximizar sus beneficios, la **empresa pública** debería tender a mejorar la prestación del servicio y minimizar los recursos públicos que consume.

También al plantearse los objetivos empresariales deberán conciliarse en lo posible **los intereses de los distintos grupos** que concurren. Así el objetivo de **los accionistas** puede ser maximizar el precio de la acción, los objetivos de **la dirección** producir al mínimo coste o maximizar la productividad con un mínimo de calidad, **los proveedores** querrán maximizar el precio de venta de sus materiales, **los clientes** comprar máxima calidad al mínimo precio, **los trabajadores** maximizar su sueldo, ...

Podemos **clasificar** los objetivos empresariales según dos criterios:

Según su NATURALEZA, distinguiendo entre **económicos y sociales** :

a. **OBJETIVOS ECONÓMICOS** entre los cuáles tenemos:

MAXIMIZAR BENEFICIOS: Si la empresa se encuentra en una sistema de economía de mercado persigue la obtención de un resultado satisfactorio, este será el motor de la actividad. El beneficio se expresa mediante la ecuación:

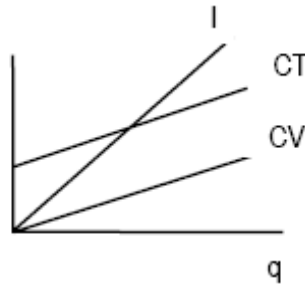
$$\text{Beneficio} = \text{Ingresos} - \text{Costes}$$

Los ingresos se producen por la venta de productos o prestación de servicios, son proporcionales a la cantidad. Los costes se refieren al valor de los factores empleados. Pueden ser proporcionales a la cantidad utilizada (costes variables) o no guardar relación con (costes fijos).

$$I = (p \cdot q)$$

$$CT = CF + CV = CF + Cv \cdot q$$

$$\text{Beneficio} = I - CT = (p \cdot q) - (CF + CV)$$



(Si la empresa está en un sistema económico de planificación centralizada, esto no es relevante, simplemente cumplirá el plan previsto por el gobierno)

MAXIMIZAR LA RENTABILIDAD, que mide la relación entre el beneficio y otras magnitudes, como el activo (en el caso de la “rentabilidad económica”) o los fondos propios (el caso de la “rentabilidad financiera”). El objetivo anterior estaría contenido en éste.

Estos dos anteriores son los principales, los siguientes, en realidad, son vías de conseguir el máximo beneficio.

CRECIMIENTO EMPRESARIAL o incremento del poder de mercado que supone aumentar las ventas más que los rivales, conlleva incrementar la inversión convenientemente financiada y mantenerla aumentando las ventajas competitivas frente a sus rivales actuales y potenciales.

INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD expresada como relación entre lo producido y el coste de los factores empleados.

OBJETIVOS FINANCIEROS: sobre la liquidez o el endeudamiento.

b. **OBJETIVOS SOCIALES**, como:

CREACIÓN DE EMPLEO.

DISMINUCIÓN DE LA TASA DE PARO en la zona donde desarrolla su actividad.

INCREMENTO DEL NIVEL DE INDUSTRIALIZACIÓN.

RECUPERACIÓN DE PATRIMONIO (restauraciones, ...)

FORMACIÓN DE LOS TRABAJADORES Y MEJORA DE LAS CONDICIONES DE SEGURIDAD E HIGIENE en el desempeño de su puesto.

CONCILIACIÓN VIDA LABORAL Y FAMILIAR para los empleados.

CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE de tal manera que se posibilite a largo plazo la continuidad de la empresa.

Según el HORIZONTE TEMPORAL, se distingue entre:

- ESTRATÉGICOS:** Metas que se plantean para un largo plazo, como el aumento de la participación en el mercado.
- TÁCTICOS u OPERATIVOS:** Aquellos que se plantean para un corto plazo como la reducción del precio de un producto.

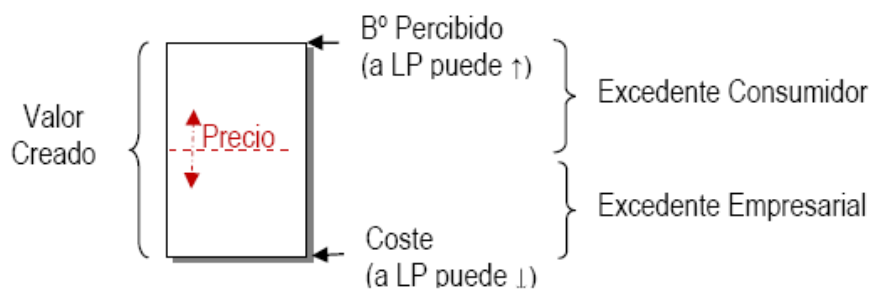
En la empresa, es importante además la **forma en que se formulan los objetivos**. Debe hacerse intentando que sean: **precisos** y si es posible **cuantificables** (facilitará el control de los resultados), **realistas** (razonables y que supongan un reto para los miembros de la empresa), **conocidos y fruto de la participación** (evitará conflictos y disfunciones) y si hay varios deben estar ordenados, **priorizados**.

La creación de valor

La empresa “crea valor” en los productos o servicios que elabora. Esta realidad se pone de manifiesto en algo fácilmente observable: el producto/servicio que vende es más valioso y útil para el consumidor que la suma de los materiales que incorpora (un ipod es más valioso que los materiales que incorpora, nos permite escuchar música en cualquier parte, acceder a nuestra biblioteca musical en un mínimo espacio, ... y los materiales que incorpora son simplemente plástico y silicio, más el esfuerzo de diseño, investigación, trabajo y transporte que añaden todos los trabajadores que participan en su elaboración y puesta a nuestra a disposición). Pero además de crear riqueza para el consumidor, también lo hace para el empresario, los trabajadores, la sociedad, ...

¿Podemos cuantificar esta creación de riqueza? Económicamente la creación de valor se pone de manifiesto en la diferencia entre el Beneficio que obtiene el consumidor al comprar un producto y los costes empleados para producirlo.

$$\text{Valor Creado} = B^{\circ} \text{ Percibido} - \text{Coste} = (B^{\circ} \text{ Percibido} - \text{Precio}) + (\text{Precio} - \text{Coste}) = \text{Excdte. del Consumidor (EC)} + \text{Excedente Empresarial (EE)}$$



El Beneficio Percibido por cada consumidor al comprar el mismo producto puede ser distinto, según la utilidad que le reporte a cada uno y otras variables, pero podemos afirmar que un consumidor solo compra un producto si obtiene un beneficio por su uso superior al precio de compra. A esta diferencia se le llama “Excedente del Consumidor” y debe ser >0 para que realice la compra y, obviamente, un consumidor elegirá comprar el producto que más Excedente del Consumidor le aporte.

La empresa obtiene un beneficio al realizar la venta, la diferencia entre el precio de venta y el coste, que podemos llamar “Excedente Empresarial”. Así, **el valor creado se reparte entre estos dos excedentes, el del consumidor y el empresarial**. Para una empresa este concepto es muy importante porque pone de manifiesto que dispone de varias variables sobre las que puede actuar:

- El **precio de venta**: puede variarlo a corto plazo, si lo varía hará que el reparto entre excedentes cambie, aumentando o disminuyendo el del consumidor o el empresarial.
- El **Beneficio Percibido** y el **coste de fabricación**: aunque a diferencia del precio no pueden alterarse a corto plazo, sí puede tratar de variarlos a largo plazo, aumentar el Beneficio Percibido del producto con estrategias exitosas de I+D hará que el producto sea mejor (estrategias de “DIFERENCIACION”) y/o disminuir el coste de fabricación (estrategias de “LIDERAZGO en COSTES”) hacen que el Valor Creado aumente.

Este concepto también pone de manifiesto que **la competencia entre empresas consigue alinear los intereses privados y sociales**: el mayor beneficio que obtiene una empresa respecto a sus competidores tiene su origen en el mayor valor que crea, así que aunque su objetivo individual es \uparrow su beneficio, el medio para lograrlo es el aumento de valor creado (innovando en producto haciéndolos $+$ deseables o \downarrow sus costes de producción), conciliándose el objetivo social (mejores productos y más baratos) y el empresarial (mayores beneficios).

Obviamente, si no hay competencia nada de esto ocurre, de ahí la importancia de las autoridades de defensa de la competencia .

1.4. Funcionamiento de la empresa. Áreas básicas

Normalmente las variables que explican las grandes diferencias entre empresas son el sector económico al que pertenecen y su tamaño. Pero incluso dentro de un mismo sector y tamaño similares cada empresa se organiza de una manera particular: áreas y departamentos distintos, procesos productivos distintos, empleo de más o menos mano de obra y tecnología, ...

Observando las **funciones** que se realizan dentro de una empresa, el rasgo más evidente es su **gran diversidad**. Si observamos una **empresa industrial** veremos que para obtener una producción final antes se han debido realizar varias funciones, como pueden ser: comprar materiales, elaborarlos en un proceso productivo, dirigir la mano de obra aplicada en dicho proceso, contratar a los trabajadores, almacenar los productos terminados, vender los productos, confeccionar una serie de documentos administrativos, llevar la contabilidad de la empresa, buscar recursos financieros para realizar nuevas inversiones de inmovilizado, tecnológicas, etc.

En la práctica, podemos agrupar en “áreas básicas” varias **funciones afines**. Las áreas básicas de actividad pueden ser muy distintas en cada empresa, en una de servicios, por ejemplo, no existirá el área de producción.

La delimitación, organización, coordinación, ... de estas áreas es función de **la dirección de la empresa**. Tradicionalmente suelen distinguirse las siguientes:

- A. **Área de aprovisionamiento y producción**. Encargada de suministrar materias primas en la forma más ventajosa posible, tanto en las condiciones físicas como económicas. También controlar todo el proceso de transformación en productos finales, a veces incluso de almacenar estos productos hasta su venta.
- B. **Área financiera**. Las personas responsables de esta área se ocupan de la obtención y gestión de los recursos financieros que necesita la empresa, así como del estudio, selección y realización de inversiones.
- C. **Área administrativa**. Gestión de todos los documentos administrativos, contables, legales, etc.
- D. **Área comercial**. Estudio de las necesidades del mercado y seleccionar las formas más convenientes de introducir, vender el producto o servicio, realizar las políticas de marketing adecuadas, etc.
- E. **Área de personal o de recursos humanos (RRHH)**. Todos los aspectos relacionados con las personas que trabajan en la empresa: reclutamiento, formación, planes de carrera y motivación, gestión salarial, de conflictos laborales, , etc.

Obviamente, muchas de estas áreas pueden estar agrupadas en una sola (típico en una pequeña empresa) o al contrario, separar en varias áreas o departamentos algunas de las anteriores (habitual en grandes empresas). Por ejemplo, una PYME puede agrupar en una sola área/dpto. que denomine “gerencia” o “dirección”, ó ... las áreas financiera, administrativa y de personal. Por el contrario, una gran empresa con muchos recursos puede que subdivida el área comercial según los tipos de clientes y áreas geográficas o desmenuze “Personal” en “Reclutamiento y selección”, “Formación”, También aparecen nuevas áreas/departamentos

cada vez más comunes, como pueden ser los Departamentos de “**Calidad**”, los de “**I+D+i**” (Investigación, Desarrollo e Innovación), los de “**Atención al Cliente**”,

La estructura final de áreas/departamentos debe ser la que mejor responda a los objetivos de eficiencia y necesidad de información establecidos por la dirección para el conjunto de la organización.

Nombre de archivo: EE ud 1
Directorio: F:\ASIGNATURAS\ECONOMIA y ECONOMIA DE LA
EMPRESA\ECONOMÍA 2011-2012\ECONOMÍA DE LA EMPRESA 2011-2012
Plantilla: C:\Users\JUAN\AppData\Roaming\Microsoft\Plantillas\Norma
l.dotm
Título:
Asunto:
Autor: JUAN
Palabras clave:
Comentarios:
Fecha de creación: 08/07/2011 15:28:00
Cambio número: 5
Guardado el: 12/07/2011 19:41:00
Guardado por: JUAN
Tiempo de edición: 2 minutos
Impreso el: 20/09/2011 0:16:00
Última impresión completa
Número de páginas: 10
Número de palabras: 4.266 (aprox.)
Número de caracteres: 23.463 (aprox.)