

## **TAREA ONLINE UNIDAD 2**

### **LA EMPRESA Y SU ENTORNO**

IES CASTILLO DE LUNA, ROTA (CÁDIZ)  
GRADO MEDIO SEMIPRESENCIAL SISTEMA MICROINFORMÁTICOS Y REDES  
MODULO: EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA  
CURSO ACADEMICO: 2023/2024  
DOCENTE: MANUEL DAVID MARTINEZ TOLEDANO  
ALUMNO: ANTONIO NAVAS BERNAL  
NOVIEMBRE - DICIEMBRE 2023

## **INDICE**

|                                                                                         | <b>PÁGINA</b>    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| <b><u>1.- Defina en entorno general y específico de una empresa</u></b>                 | <b><u>3</u></b>  |
| <b><u>2.- Analice el entorno general y específico de la empresa que usted elija</u></b> | <b><u>5</u></b>  |
| <b><u>3.- ¿Qué es la competencia directa e indirecta de una empresa?</u></b>            | <b><u>8</u></b>  |
| <b><u>WEBGRAFIA</u></b>                                                                 | <b><u>12</u></b> |

## 1. Defina en entorno general y específico de una empresa.

El entorno son todos los factores que rodean a la empresa. Estos factores pueden ser tanto beneficioso como perjudiciales, por lo que pueden ser decisivos en los beneficios de las empresas.

Habitualmente se diferencian dos tipos de entorno: uno más remoto que es el **entorno general**, o **también llamado macro entorno**, y otro más inmediato o cercano a tu negocio, que se denomina **entorno específico** o **micro entorno**

**Entorno general.** Influye de manera **indirecta** en tus decisiones como empresario y no vas a tener poder suficiente para controlarlo y manejarlo a tu antojo, porque viene dado por Aspectos Demográficos, Aspectos económicos, Aspectos culturales y sociales, Aspectos legales, Aspectos tecnológicos, Aspecto medioambiental.

**Entorno específico.** Influye **directamente** en las decisiones que de tu negocio, pero a cambio de ello, vas a poder controlarlo y modificarlo conforme a tus intereses, dentro de un margen, "lo podemos decidir y elegir", la competencia, los proveedores, los clientes, los intermediarios.



## 1. Entorno general

El entorno general son factores que afectan por igual a todas las empresas de una determinada región. **Para conocer estos factores la análisis PEST (Político-legal, Económico, Sociocultural y Tecnológico).**

**Factores político-legales.** Las políticas económicas del gobierno y las distintas leyes que regulan la actividad económica pueden ser claves para la empresa. Nos referimos a toda la legislación que debe cumplir una empresa, como prevención de riesgos laborales, normas de competencia, de publicidad, de protección de medio ambiente etc. Por supuesto, también es son clave los impuestos y seguridad social que hay que pagar. *Así, el confinamiento y la aplicación de muchas restricciones con el COVID-19 ha sido clave para que la gente no viaje y acuda menos a hoteles*

**Factores económicos.** La situación general de la economía, los tipos de interés, el desempleo existente, el nivel de desarrollo del país etc. son factores que pueden hacer que una empresa venda más o menos, o que pueda producir más o menos barato. *No cabe duda que la crisis económica, que nos llevó a un 27% de paro en 2013, perjudicó a cientos de miles de empresas en España (como las de la construcción). Por otro lado, países poco desarrollados pueden ser poco atractivos para vender, pero sí para producir. Esto explica por qué muchas grandes empresas se van a producir a países poco desarrollados.*

**Factores socioculturales.** Se refiere a factores como el nivel educativo, los estilos de vida, los hábitos de consumo, etc. Todos estos factores también influyen en las ventas de las empresas. *Por ejemplo, en los últimos años hay cada vez una mayor sensibilidad por la alimentación y el medioambiente, lo que ha provocado un gran boom en la producción de productos ecológicos.*

**Factores tecnológicos.** Los cambios tecnológicos influyen en los productos que una empresa puede fabricar. Los continuos avances hacen que los productos se queden obsoletos cada vez antes y las empresas deben reaccionar para no quedar anticuadas. *Los grandes avances en internet han sido claves para el desarrollo de gran cantidad de aplicaciones y programas que hacen la vida mucho más fácil a las empresas.*

En la que se incluyen, además:

**Aspectos Demográficos:** Abarca todas las características relacionadas con la población que pueden afectar a tu negocio: el número de personas, su reparto por edades, las tasas de natalidad y mortalidad, así como los movimientos migratorios que se producen dando como resultado la concentración de población en unas zonas geográficas y la despoblación de otras. Los datos demográficos pueden afectar a tu negocio desde varios puntos de vista: el sentido de un negocio dirigido a un determinado perfil de población y también la facilidad o dificultad para encontrar trabajadores y trabajadoras con la cualificación necesaria.

**Aspectos ambientales:** Te afectarán en la medida que produzcas deshechos, o tu negocio sea capaz de ocasionar daños en la naturaleza. En estos casos tendrás que estar atento a la normativa que existe y a las acciones apropiadas para conservar y proteger el medioambiente.

## **2. Entorno específico.**

El entorno específico son los factores más cercanos, e influyen en un conjunto de empresas que tengan unas características comunes o estén en un mismo sector.

Podemos diferenciar los siguientes factores.

**Clientes.** El número de clientes y el comportamiento de los mismos supone un factor clave que afecta a las decisiones de la empresa. Las decisiones de una empresa pueden cambiar mucho según el tipo de clientes que tenga. *En el año 2014, Telepizza lanzó la “pizzalada” una ensalada que venía encima de una pizza. El fenómeno se hizo viral... hasta que la gente empezó a probarla. Resulta que la mayoría de la gente que quiere una pizza no desea una ensalada encima, y el que quiere una ensalada, no va a una pizzería. Hay que conocer a tus clientes.*

**Proveedores.** Las acciones de los proveedores pueden ser claves para una empresa también. Es importante saber el poder que tienen los proveedores para poner precios más altos o bajos y si respetan los acuerdos. Por ejemplo, si tus proveedores no te traen los pedidos a tiempo, es posible que no puedas atender a tus clientes.

**Competidores.** Muchas veces los competidores condicionan el comportamiento de una empresa. Para una empresa es clave conocer el número de competidores que tiene y la manera en la que se comportan. *Por ejemplo, Vodafone ha llegado a ofrecer todo el fútbol por 6 euros al mes, lo que condicionó a sus competidores a tener que bajar el precio para poder competir.*

**Intermediarios.** A veces, las empresas dependen de intermediarios para hacer llegar el producto a los clientes. En algunos sectores estos intermediarios tienen gran poder, lo que influye en los ingresos que obtienen las empresas. *Esto sucede en las empresas agrícolas, que pueden recibir un precio hasta diez veces inferior al precio que luego sus productos son vendidos en el mercado.*

De esta manera, vemos como el entorno puede influir mucho en la realidad de las empresas. Sin embargo, las empresas también tienen una influencia en el entorno en el que viven. Por ello, es importante que tengan una responsabilidad social.

## 2. Analice el entorno general y específico de la empresa que usted elija.

**Transportes Internacionales Ferris** es una **empresa de transportes situada en la localidad de Rota**. Ocupan el sector del transporte nacional e internacional y ofrecen servicios de mudanzas. Si empezamos a analizar el micro y macro entorno con el que cuenta Transportes internacionales Ferris probablemente nos sorprendería. Esto se debe a que estamos hablando de una empresa que tiene muchos años en el mercado desde el año 1957 en el sector del transporte, embalajes y guardamuebles, y que preste servicio a muchos países alrededor de todo el mundo.

Nos fijaremos en algunos factores en el entorno general y específico. En el **entorno general o macro entorno** podemos tener;

Aspectos Demográficos: En esta empresa de servicio de mudanzas se favorece por los movimientos migratorios a un nuevo destino de la familia a su lugar o puesto de trabajo, y como no su destino final o ciudad natal una vez jubilados.

Factores económicos: Esta empresa familiar que se inició haya por el año 1957 por una concesión administrativa adjudicado mediante un contrato de la Base Naval de Rota. Ha ido evolucionando en cada uno de los tiempos de la economía nacional como de la economía de los Estados Unidos de América hasta el día de hoy, afrontando los retos fundamentalmente al servicio de los americanos.

Factores político-legales: Cumplir la legislación, como prevención de riesgos laborales, normas de competencia, de publicidad, de protección de medio ambiente etc., tanto nacional como internacional y también las normas establecidas al **ser servicio de los americanos de la Base Naval de Rota**.

Factores tecnológicos: Realizan cajas de madera para embalajes y disponen de una **extensión de 14.950 m<sup>2</sup> de almacenes y 12.300 m<sup>2</sup> en patios de operaciones**, con una flota de **40 camiones** (tráileres, capitoné, bateas, góndolas, furgonetas). Igualmente, disponen de contenedores de naviera, cajas de madera y contenedores metálicos de almacenaje.

Aspectos ambientales: Cuida el aspecto medioambiental en base a la normativa actual, sin producir deshechos y sin ocasionar daños en la naturaleza.

En el **entorno específico o micro entorno** tenemos;

Competencia: Se puede considerar una de la empresa más competitiva con el resto de las empresas de mudanza a nivel nacional de menor escala, en la que cuidan del servicio desde el más pequeño hasta el más grande. Son reconocidos en el sector por su dilatada experiencia, recibiendo premios y galardones concedidos por su buen hacer.

Proveedores: La calidad con la que cuentan los productos externos como tabloneros de madera, ferretería, cajas de embalaje, etc, se caracteriza por la alta calidad que tienen sus proveedores y la capacidad de respuesta de suministro.

Cientes: Excelentes comentarios de los clientes avalan la calidad de la empresa, que son la mejor tarjeta de presentación.

Intermediarios: En esta empresa no existe intermediario sino directamente Servicio de mudanza – Cliente.

<https://www.losapuntes.netanbone.es>

### 3. ¿Qué es la competencia directa e indirecta de una empresa?

Una empresa puede tener bien definido su público objetivo y crear nuevas estrategias de negocio para brindar mejores productos; sin embargo, esto no es suficiente.

El panorama de una compañía debe ir mucho más allá para saber cuáles son las empresas con las que está compitiendo de forma directa e indirecta; algo que es inevitable.

Como es altamente posible que un cliente cambie de una marca a otra, lo más perspicaz que puede hacer una empresa es identificar cuál es su competencia directa e indirecta.

#### ¿Qué es la competencia directa?

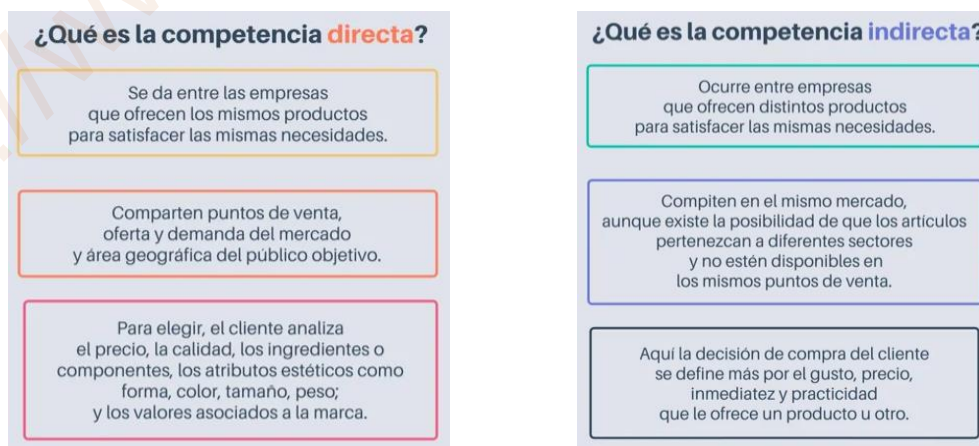
La competencia directa se da entre las empresas que ofrecen los mismos productos para satisfacer las mismas necesidades, por lo que tienen que luchar por ganar la atención y fidelidad de los clientes. Por lo regular, también comparten puntos de venta, oferta y demanda del mercado y área geográfica del público objetivo.

En la mayoría de los casos, las características y funciones de los productos son muy similares. Por ello cuando un cliente tiene que elegir entre uno y otro cuestiona el precio, la calidad, los ingredientes o componentes, la publicidad, las ideas asociadas a la marca, los atributos estéticos como el color, el tamaño, el peso, entre otros aspectos.

#### ¿Qué es la competencia indirecta?

La competencia indirecta se refiere a las empresas que ofrecen productos diferentes, pero que logran satisfacer las mismas necesidades de distinta forma y, por lo tanto, compiten en el mismo mercado. Aunque los productos no son iguales cumplen la misma función, así que los clientes sustituyen uno por otro fácilmente.

Aquí la decisión de compra del cliente se define más por el gusto, precio, inmediatez y practicidad que le ofrece un artículo u otro. Incluso existe la posibilidad de que los productos pertenezcan a diferentes sectores y no estén disponibles en los mismos puntos de venta. Por ejemplo, las máquinas fax cumplen la misma función que los correos electrónicos, pero estos últimos son más simples y eficaces.



## Diferencias entre la competencia directa e indirecta

Es importante identificar los productos que significan una rivalidad para los tuyos y, a partir de ello, desarrollar tus estrategias de posicionamiento eficazmente. Veamos cuáles son las principales discrepancias entre tus rivales directos e indirectos.

- La competencia directa de una empresa ofrece exactamente los mismos productos o servicios; en cambio, la competencia indirecta diferentes soluciones que pueden suplirlos fácilmente. Por ejemplo, Coca-Cola compite directamente con otras empresas que venden refrescos de cola, y compite indirectamente con cualquier otra bebida del mercado, ya sea jugo, agua, té, cerveza, etc.
- Una empresa que es la competencia directa de otra vende en el mismo mercado y puntos de venta; una empresa que es competencia indirecta no necesariamente está presente en el mismo punto de venta, pero sí en el mismo mercado. Un ejemplo de esto son los pasabocas Sabritas que compiten directamente con Barcel (Chips) (ambas se venden en supermercados y tiendas de conveniencia). Su competencia indirecta pueden ser las productoras de botanas independientes o locales (que venden sus productos en mercadillos o plazas públicas).

Es decir, la competencia directa hay que darle una mayor prioridad y observación, mientras que a la competencia indirecta hay que tenerla presente y ver cómo se desenvuelve en el mercado.

## 10 ejemplos de competencia directa e indirecta

### 5 ejemplos de competencia directa

#### 1. Competencia directa de Visa

Esta marca garantiza a sus clientes usar sus tarjetas de débito y de crédito en las tiendas de numerosos países sin problemas y sin la necesidad de cambiar su dinero a la moneda que corresponde a dicho lugar. Su competencia directa que ofrece exactamente el mismo servicio a los tarjetahabientes es Mastercard.

#### 2. Competencia directa de Duracell

La inconfundible marca del conejito tiene como productos las pilas de alta potencia para diferentes dispositivos electrónicos. Y la marca que cumple con las mismas características es Energizer, por lo tanto es su competencia directa (no es casualidad que también Energizer haya entrado al mercado usando un conejo en su publicidad).

#### 3. Competencia directa de Nike

Desde los comienzos, esta marca deportiva sabía que debía enfrentar a otra empresa que vendía los mismos artículos y que le llevaba ventaja de más de una década de posicionamiento. Nos referimos a Adidas, la principal competencia directa de Nike. Cuando dos marcas son tan potentes en su posicionamiento e incluso a nivel tecnológico y de calidad, el factor de decisión de compra será más emocional, es decir, qué marca logra conectar más con los deseos de sus consumidores.

#### *4. Competencia directa de Marlboro*

Esta es una marca que se ha dedicado a elaborar cigarrillos en diferentes presentaciones desde hace más de un siglo, ese es el producto con el que se ha dado a conocer mundialmente. Otra marca que cumple con los mismos atributos e incluso lleva más tiempo en el mercado es Lucky Strike, lo que la convierte en la competencia directa de Marlboro.

#### *5. Competencia directa de Netflix*

Netflix es la plataforma por excelencia de entretenimiento para ofrecer contenidos originales a sus usuarios ha creado sus propias producciones y está en constante adquisición de nuevos productos audiovisuales. Otra compañía que decidió llevar la misma estrategia de negocio es la cadena de televisión HBO; por lo tanto, es su competencia directa.

Cuando un concepto tiene éxito suelen surgir una serie de competidores directos y esto ha ocurrido con los contenidos on demand; tras Netflix han aparecido múltiples plataformas que operan prácticamente con el mismo esquema.

### **5 ejemplos de competencia indirecta**

#### *1. Competencia indirecta de Visa*

Ya sabemos que no importa el banco al que pertenezca una tarjeta, porque si cuenta con la insignia de Visa los tarjetahabientes pueden pagar con ella en diferentes países. En este caso su competencia indirecta son otras formas de pago, como puede ser el dinero en efectivo o las plataformas virtuales para realizar pagos en línea como PayPal.

#### *2. Competencia indirecta de Duracell*

Para esta compañía su competencia indirecta es todo aquel producto que brinde energía a un dispositivo electrónico. En la actualidad hay bastantes aparatos que en lugar de requerir baterías externas, pueden cargarse por medio de una conexión USB. En estos casos los bancos de batería o power banks han logrado sustituir a las viejas pilas; en esta categoría encontramos a la marca Anker como competencia indirecta; no obstante, Duracell recientemente ha sacado su propio power bank.

#### *3. Competencia indirecta de Nike*

Los productos de esta marca están dirigidos a deportistas profesionales, gente que disfruta de hacer ejercicio en su tiempo libre, o simplemente a personas que gustan de usar ropa casual y cómoda. Pero si un cliente quiere comprarse una sudadera, también lo puede hacer en otra tienda como Levi Strauss, por lo tanto esta es una de sus competencias indirectas.

#### 4. Competencia indirecta de Marlboro

A lo largo de los años Marlboro se ha enfrentado a diferentes marcas de cigarrillos, tanto locales como internacionales. Pero han surgido en el mercado alternativas para personas que buscan una opción no tan dañina para su salud; por lo tanto, todas las marcas de cigarrillos electrónicos o vapeadores son su competencia indirecta.

#### 5. Competencia indirecta de Netflix

Las personas que adquieren la suscripción de Netflix lo hacen con el fin de ver películas, series, documentales, cortometrajes entre otros contenidos que las entretengan y les permitan pasar un buen rato.

Así que cualquier otra plataforma que cumpla con este propósito es su competencia indirecta. Un gran ejemplo es YouTube, que no necesariamente es igual, pero tiene contenidos muy interesantes para todos los gustos.

En el siguiente esquema te resumimos los ejemplos:



## **WEBGRAFIA**

### **1 Defina en entorno general y específico de una empresa.**

**Entorno de la empresa ¿Qué es?**

<https://www.sdelsol.com/blog/pymes/entorno-de-la-empresa/>

#### **1. El entorno general y el entorno específico**

<https://www.econosublime.com/2018/12/entorno-general-entorno-especifico.html>

**Entorno general y específico de la empresa**

<https://www.econfinados.com/post/entorno-general-y-especifico-de-la-empresa>

**Cap 4 El análisis del entorno**

<https://www.youtube.com/watch?v=xgr7T3WMX6g>

### **2 Analice el entorno general y específico de la empresa que usted elija.**

**ENTORNO GENERAL Y ENTORNO ESPECÍFICO: Definición y factores**

<https://www.youtube.com/watch?v=2ZPEX5DU-vY>

### **3 ¿Qué es la competencia directa e indirecta de una empresa?**

**¿Qué es la competencia directa e indirecta en los negocios?**

<https://es.linkedin.com/pulse/qu%C3%A9-es-la-competencia-directa-e-indirecta-en-los-aivaras-zvinklys>

**Competencia directa e indirecta: definición, diferencias y ejemplos**

<https://blog.hubspot.es/marketing/competencia-directa-indirecta>

**Cap 5 El análisis del entorno competitivo**

<https://www.youtube.com/watch?v=m5gbV7Qd9EI>