

TEMA 11: DIRECCIÓ ESTRATÉGICA I CREIXEMENT EMPRESARIAL

11.1 Localització de l'empresa

Es el lloc que s' escull físicament per ubicar una empresa o un negoci.
Per escollir un lloc adient s'han de valorar una sèrie de variables externes:

- La demanda del mercat. Si a la zona on s'instalarà hi ha interès cap al producte.
- El proveïment de matèries primeres. Valorar la qualitat de les matèries.
- El mercat de treball. Possibles treballadors, als seus coneixements.
- Les comunicacions i el transport. Si aprop hi haurà mitjans de transport, que sigui un lloc de fàcil accés per al transport en general.
- Els subministraments. Que el lloc tingui tots els subministraments com ara la llum, l'aigua.
- El cost de la construcció i del solar. Tenir en compte la variació de costos segons la localització.
- La inversió i el finançament. Ubicar l'empresa en un lloc on l'accés a les institucions financeres sigui fàcil.
- El desenvolupament econòmic de la regió. S'ha de valorar el desenvolupament de la regió que es tria..

11.2 la dimensió de l'empresa

Quan parlem de la dimensió de l'empresa, es tracta de la capacitat de producció, que es determinada per factors com ara la tecnologia o el mercat.

La localització i la dimensió son dues decisions que s'han de prendre simultàniament a l'hora de crear l'empresa.

El nivell màxim de producció que es pot obtenir en un període de temps determinat. . Per conèixer aquesta dada abans s'ha de fer una previsió de la demanda, un estudi de mercat. Després s'han d'analitzar la producció, la localització, avaluar les diferents alternatives i prendre la decisió oportuna.

L'empresa pot créixer de dues maneres: internament i externament.

11.3 Creixement de l'empresa

- Creixement intern

És l'increment de la capacitat productiva o bé l'augment de la varietat dels seus productes. Quan l'empresa vol incrementar la producció però sense canviar el producte, el que ha de fer són estratègies de marketing.

- Creixement extern

És l'adquisició, el control, l'absorció d'empreses, la fusió d'empreses que ja existeixen.
Elements del creixement extern:

- Fusió pura d'empreses. És la unió entre diverses societats per crear-ne una de nova.

- Fusió per absorció d'empreses. Es dona quan una empresa n'adquireix una altra o altres.
- Participació en societats. Quan una empresa compra una part del capital social d'una altra.
- Cooperació d'empreses. Són relacions especials entre empreses independents que mitjançant acords colaboren per assolir objectius comuns.
- Clúster. Concentració geogràfica d'empreses, institucions i universitats que comparteixen interès per un sector econòmic concret.
- Trust o concentració verticals. És un conjunt d'empreses que formen part de diferents fases del procés de producció que intenten reduir costos u dominar el mercat.
- Càrtel o concentració horitzontal. És un grup d'empreses del mateix sector productiu que dominen pràcticament el mercat i es posen d'acord en els preus i les estratègies de venda.
- Hòldings. Organització d'empreses segons la qual una companyia matriu aconsegueix les accions i les accions i les participacions d'altres empreses que controla. Només tenen un òrgan directiu.
Hi ha holdings que es creen a través dels bancs i altres entitats financeres

11.4 La globalització

La globalització com 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.

Avui dia cap país no es autosuficient, cal intercanviar productes. Comprén el lliure comerç internacional, el moviment de capital, la inversió estrangera directa. És un procés polític, econòmic, social i ecològic.

- Procés d'internacionalització

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

Diferents estratègies de internacionalització:

1. Estratègia multidomèstica. Quan descentralització l'organització en cada país que opera, l'empresa dona una resposta diferenciada a cada filial segons i les necessitats locals. Les filials actuen de manera independent.
2. Internacionalització global tracta d'obtenir un avantatge competitiu comú amb la centralització de recursos globals per a tots els països en què s'opera. Les filials actuen de manera dependent.
3. Internacionalització transnacional que elimina barreres geogràfiques i utilitza totes les seves estratègies de producció i de vendes sense tenir en compte d'on provenen. Les filials actuen de manera independent.

La internacionalització comporta una sèrie de consideracions:

- Manca d'informació.
- Manca de personal.
- Resistència al canvi.
- Distància cultural- psicològica.
- Gustos dels consumidors diferents.
- Pràctiques de negocis diferents, es a dir manera d'actuar diferent.
- Necessitat d'adaptar-se a la legislació.

El seu objectiu més important, és incrementar les seves vendes aprofitant economies d'escala i per tant, reduint costos.

Empreses multinacionals

Sorgeixen d'un procés d'ampliació de mercats per part de les grans empreses i són aquelles que operen en dos països o més. Són societats mercantils del resultat d'una concentració i fusió d'empreses que busquen nous mercats.

Característiques:

- Tenen una gran resistència en el mercat.
- Tecnologia punta i es van fusionant amb empreses més petites.
- S'estructuren generalment amb la matriu s'encarrega de la fixació de l'estrategia, mentre que les filials s'encarreguen de les activitats productives del grup.
- Economies d'escala a la producció dels béns i serveis.
- Importància clau al sector.
- 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 capita i del salari mitjà de la població.

Amb la deslocalització trobem:

- Empreses que tanquen completament les seves plantes productives al país originari
- Empreses que redueixen la seva producció a un nivell merament representatiu

En qualsevol dels casos, la deslocalització té un efecte negatiu important sobre el país d'origen, ja augmenta l'autur i la desinversió, fenòmens que afecten a l'economia del país. En el país de destinació es produeix l'efecte contrari.

11.5 Les petites i mitjanes empreses (pimes)

S'inclouen les empreses petites i mitjanes segons segons el nombre de treballadors i el volum de facturació.

- Amb menys de 50 treballadors i un volum de vendes igual o inferior a 10 milions d'euros l'any es considera petita.
- Les mitjanes tenen entre 50 i 250 i un volum de vendes igual o inferior als 50 milions d'euros l'any. Les mitjanes empreses representen més del 90% de totes les empreses espanyoles.

Característiques bàsiques de les pimes:

- Poca formació empresarial. L'empresaria ha adquirit els coneixements tècnics, i a l'hora de gestionar l'empresa, es mou més per impulsos i ganes que per formació acadèmica adequada. Té pocs departaments d'assessorament (staff).
- Poca capacitat financera. Li costa accedir als mercats financers i per tant generar autofinançament per poder créixer.

- Qualificació i formació tècnica del personal i obsolescència tecnològica. Això significa que aquestes empreses quedin al marge dels mercats.
- Organització flexible, i per tant facilitat de comunicació entre el personal i l'empresa. Això permet la comunicació i la creació d'un bon equip de treball.
- Integració del personal, on participen en les responsabilitats, que fa que estigui més motivat.
- Desenvolupament en mercats intersticials, on s'aprofita dels espais buits que deixen les empreses grans en els mercats.
- Creadors de feina, les pimes generen més feina que les empreses grans.

Efectes de la globalització en l'estratègia de les pimes

Les empreses de les economies dels països més desenvolupats han unificat les seves estratègies per poder-hi competir. La globalització ha contribuït al fet que les empreses intentin créixer amb l'objectiu de poder abastar aquest gran mercat.

També hi ha aspectes negatius de les pimes com la poca capacitat financera, l'obsolescència tecnològica i la poca activitat innovadora, així com aprofitarse de les economies d'escala, en les quals les multinacionals sí que hi tenen accés.

A Catalunya hi ha dos organismes específics de la generalitat, el CIDEM i el COPCA, que es dediquen a fomentar la innovació i la internacionalització, respectivament, de l'empresa catalana.