

EMPRESA Y MERCADO

INTRODUCCIÓN

Cuando nos referimos al mercado entendemos que es un lugar o institución social en la que se intercambian mercancías entre personas o entes público o privados. El intercambio se lleva a cabo entre una parte que oferta (vende) el producto y otra que demanda (compra) el mismo. Estos intercambios se rigen por diversas reglas y factores que analizaremos en esta unidad.

Bienes y servicios

Tanto un *bien* como un *servicio* es toda prestación capaz de satisfacer los deseos o necesidades de los seres humanos. La diferencia entre ambos conceptos radica en que el bien es algo tangible o material mientras que el servicio no lo es, si bien va asociado al mismo. A modo de ejemplo, un automóvil es considerado un bien que lleva asociado varios servicios, como el transporte del bien hasta el punto de la transacción.

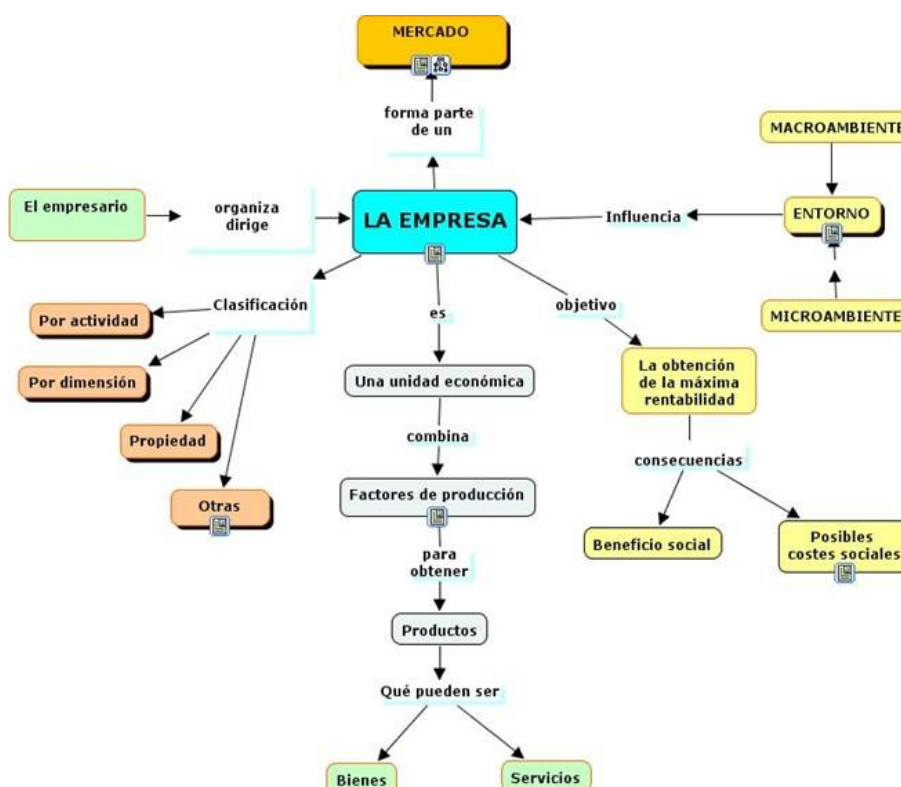
Factores de producción

Los factores productivos son los recursos necesarios para producir bienes, que son:

- *Los recursos naturales*: también llamado *factor tierra*, son los recursos que se obtienen de la Naturaleza para incorporarlos al proceso productivo, como fuentes de energía, minerales, productos agrarios, etc.
- *El trabajo*: que es la prestación realizada por las personas (trabajadores) u otras empresas (subcontratas) al proceso productivo lo cual incluye la cualificación y capacidad (rendimiento).
- El factor capital: formado por las cosas tangibles y materiales como los edificios, maquinaria y dinero.

La empresa y el mercado

Teniendo en cuenta los conceptos anteriores, podemos definir el **mercado** como toda institución social en la que se intercambian libremente tanto bienes y servicios como factores productivos. Al mercado pertenece también como productor y consumidor la **empresa** que podemos definir como la unidad económica que combina los factores productivos (recursos naturales, trabajo y capital) para obtener productos que pueden ser bienes y servicios con una finalidad lucrativa. Dichos productos se incorporan al mercado siguiendo las reglas de la oferta y la demanda.



CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

Las empresas se pueden clasificar por el sector donde desarrolla su actividad, por su **forma jurídica**, por su **dimensión** (tamaño y ámbito de actuación), y por su **titularidad**.

Forma jurídica	Colectivas o sociedades	Individual	1 socio	El titular es una persona que responde de ella con su patrimonio.
		Sociedad anónima (SA)	Mínimo 5 socios	El capital se halla distribuido en porciones, llamadas <i>acciones</i> , propiedad de los socios. Éstos no tienen más responsabilidad que el dinero aportado al adquirir las acciones.
		Sociedad de responsabilidad limitada (SL)	Entre 2 y 50 socios	Está formado por la aportación de capital de un número reducido de socios. Éstos responden a las deudas con el capital social de la empresa.
		Sociedad civil	Mínimo 2 socios	Empresa creada al unir dos o más personas sus capitales, industrias o ambas cosas a la vez, con el fin de obtener un beneficio.
		Sociedad cooperativa		
		Sociedad colectiva		
		Sociedad comandataria	Mínimo 5 socios	Empresa en la que hay dos tipos de socios. Unos con derecho y obligaciones, como en la sociedad colectiva, y otros, llamados <i>comanditarios</i> , que tienen limitada a cierta cuantía su interés y su responsabilidad en los negocios comunes.
Tamaño	Pymes	Grandes empresas		Empresa con más de 250 trabajadores.
		Empresas medianas		Cuando tienen entre 250 y 50 trabajadores
		Pequeñas empresas		Empresas con menos de 50 trabajadores
Titularidad		Empresas públicas		Son propiedad de entes públicos tales como el Estado, comunidades autónomas, etc.
		Empresas privadas		Están formadas por capital particular.
		Empresas mixtas		El capital es público y privado en proporciones variables.

Véase la **clasificación actualizada**
Ministerio de Industria, energía y turismo

Sector	Características
Primario (agropecuario)	Se dedica a la explotación de bienes primarios, tales como: agricultura, caza, pesca, minería, pozos de petróleo y gas natural.
Secundario (industrial)	Comprende todas aquellas actividades relacionadas con la industria y la tecnología. Generalmente, en este tipo de actividades siempre hay una transformación de la materia prima o características de los productos (bienes).
Terciario (servicios)	Comprende aquellas actividades que satisfacen necesidades no tangibles, tales como: educación, limpieza, asesorías, bancos, etcétera.

Ámbito de actuación

Según la amplitud del mercado en el que interviene puede ser local, provincial, nacional o multinacional.

La **constitución de una empresa** difiere según vaya a ser individual o mercantil. Para el primer caso no es necesaria la inscripción en el registro mercantil pero se requerirá capacidad de obrar del individuo mayor de edad, su alta en el régimen de trabajadores autónomos, alta en el impuesto de actividades económica (I.A.E.) y en Seguridad Social de sus trabajadores y alta en otros impuestos (IVA). La responsabilidad del empresario es personal frente a terceros. En el caso de sociedades mercantiles es obligatoria la inscripción en el registro de sociedades con nombre propio, conseguir la escritura de constitución ante notario, alta en impuesto de sociedades, IVA e IAE. Tanto en un caso como en otro, la apertura de locales también requiere de trámites administrativos (permiso de obra, apertura de negocios, condiciones de seguridad e higiene, etc.)

Las empresas consiguen su capital por las aportaciones de sus socios a través de participaciones o emitiendo acciones (dependiendo de su forma jurídica) así como a través de créditos bancarios, bonos y obligaciones.

ORGANIZACIÓN DEL MERCADO. SISTEMAS ECONÓMICOS

El intercambio de los productos se puede realizar mediante el **trueque** (intercambio directo sin intervención de moneda) aunque lo habitual es el sistema de **compra-venta** en el que a cada bien se le asigna un valor de intercambio monetario establecido por el mercado.

En la actualidad prevalecen tres formas de organización de mercado o sistemas económicos:

- **Capitalista**: basado en el mercado de la libre empresa (cualquiera puede ser empresario), factores de producción privados (es decir con propiedad individual) y trabajo asalariado.
- **Socialista**: no hay mercado de libre empresa ya que ésta recae en el Estado, al igual que los factores de producción. El trabajo es asalariado.
- **Mixto**: se trata de un sistema capitalista con alguna intervención del Estado en empresas estratégicas o en determinados aspectos económicos.

El sistema más extendido es el capitalista y el mixto. Para estos casos lo ideal es que el mercado sea de **competencia perfecta**, es decir, aquél en el cual el precio del producto no puede ser manipulado o alterado por agentes externos. Sin embargo, en el mundo real la competencia no es perfecta dado que si una empresa logra controlar los precios, sus beneficios serán mayores. Para que la competencia sea perfecta se debe cumplir:

- Que haya muchos compradores y vendedores y cualquiera pueda serlo.
- Que tanto compradores como vendedores sean indiferentes respecto a quién comprar o vender.
- Que se tenga información perfecta sobre el precio de equilibrio.
- Que los factores productivos puedan moverse libremente.

Sin embargo, determinados intereses pueden llevar al mercado o a ciertos sectores del mismo a moverse en la **competencia imperfecta**. En estos casos nos encontramos con:

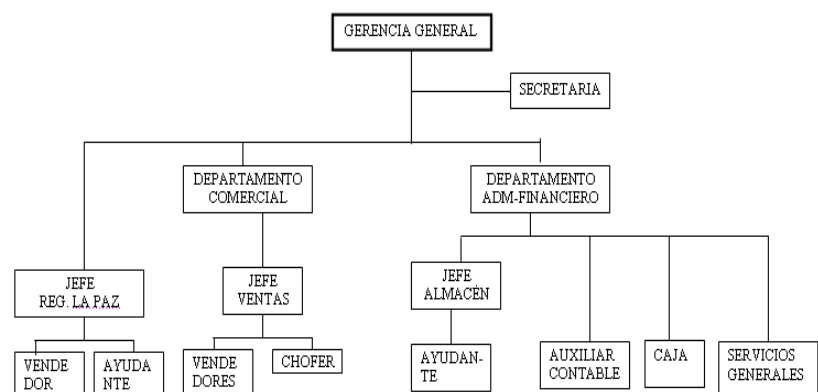
- **Monopolios**: En este caso, el producto lo oferta una sola empresa, fijando el precio que le conviene.
- **Oligopolios**: Cuando el producto es ofertado por pocas empresas en comparación al número de demandantes.
- **Cártel**: acuerdo entre empresas para eliminar a la competencia y monopolizar el mercado.

ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

La estructura interna de una empresa sirve para coordinar y jerarquizar las funciones y responsabilidades de cada uno de sus miembros para optimizar los recursos humanos y financieros. Dependiendo del tipo de empresa, la organización podrá ser más o menos compleja. Los tipos de estructuras son:

- **Estructura jerárquica o lineal**: el jefe tiene autoridad sobre los subordinados y éstos pueden dirigir a su otros trabajadores (típico en empresas pequeñas).
- **Estructura funcional**: la estructura se establece según la función que se realiza. La unidad de mando a ciertos niveles "se rompe" dado que una persona puede recibir órdenes de otras diferentes según la función encomendada a cada una de ellos. Esto puede producir problemas de confusión si no están bien definidas y coordinadas las funciones.
- **Estructura jerárquico-funcional**: es la más habitual y resulta de la combinación de las anteriores.

La estructura de una empresa se representa gráficamente con **organigramas**. En estos gráficos, los puestos de mayor rango se sitúan en las posiciones superiores y mediante líneas se establecen las relaciones y subordinaciones correspondientes.



Las funciones que se desarrollan en las empresas son:

- **Dirección:** planificar, organizar y controlar para lograr los objetivos de la empresa.
- **Producción:** fabricación de productos o prestación de los servicios (Oficina Técnica, talleres, control de calidad)
- **Comercial:** adquisición de materiales y recursos y venta de los productos (departamentos de compra, de venta y marketing).
- **Administración:** lleva a cabo la gestión de las finanzas y la contabilidad.
- **Recursos humanos:** gestiona lo relativo al personal, como selección y contratación, convenios colectivos y cursos de formación.

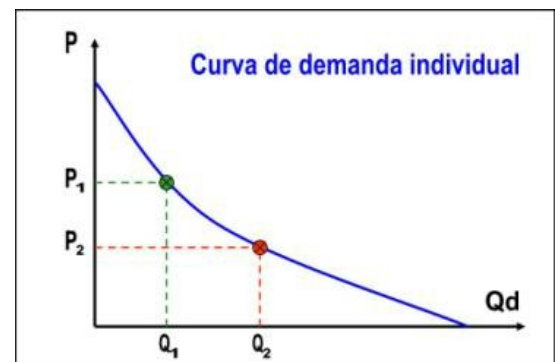
LA OFERTA Y LA DEMANDA

Para que un producto se pueda comercializar es necesario que exista y que sea deseado. Cuando el producto es requerido por muchos consumidores se dice que hay mucha *demand*a y cuando existen muchos productos en el mercado se dice que la *oferta* es amplia. Estos dos factores determinarán el precio del producto, el cual se fijará de forma que oferta y demanda guarden equilibrio; cualquier fluctuación de uno de estos factores producirá una subida o bajada en el precio de modo que si la demanda es mayor el precio subirá y si la demanda aumenta lo hará también el precio. En caso de excedentes aumentaría la oferta y con ello bajaría el precio; si el producto se encuentra en déficit se produce el efecto contrario (subida del precio).

La demanda

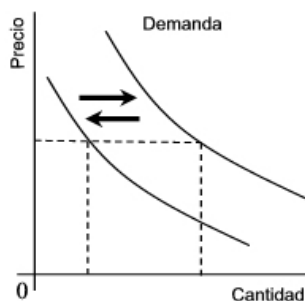
La demanda es la cantidad de un producto que un consumidor está dispuesto a adquirir al precio del mercado. La ley de la demanda es la relación inversa entre el precio de un producto y la cantidad demandada del mismo durante un periodo de tiempo determinado, de forma que si aumenta el precio disminuirá la cantidad demandada y por el contrario, si el precio disminuye la cantidad demandada aumenta. No obstante una demanda continuada puede producir un aumento en el precio.

En la figura se puede observar la representación gráfica de la demanda de un producto en función de su precio en ordenadas y la cantidad demandada en abscisas. La curva tiene tangente negativa.



Los factores que afectan a la demanda son:

- **La renta del consumidor.**
- **El gusto del consumidor.**
- **El precio de otros bienes relacionados con el demandado:**
 - Bienes complementarios.
 - Bienes sustitutivos.



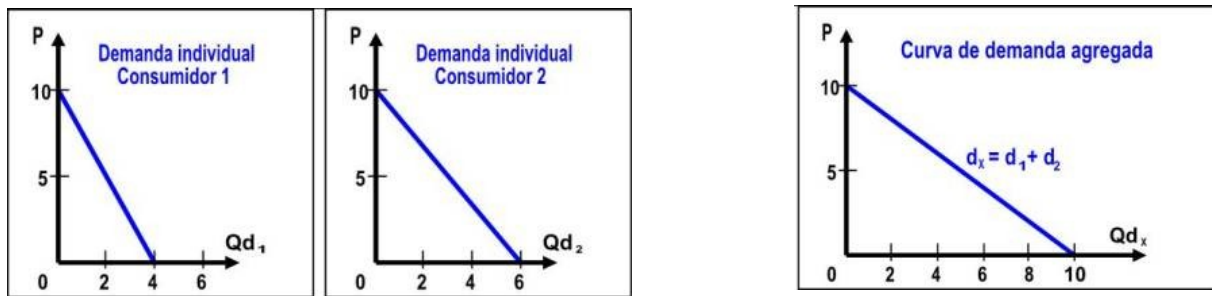
Cuando un consumidor dispone de mayor renta o aumenta ésta, su poder adquisitivo aumenta. Si el precio del producto se mantiene deseará consumir mayor cantidad de él. Por tanto la curva se desplazará hacia la derecha. Lo mismo ocurrirá si el consumidor demanda el producto por sus preferencias hacia el mismo. En el caso de disminución de renta o desinterés por parte del consumidor, la curva se desplazará hacia la izquierda.

En otros casos, la modificación de la demanda de un producto puede deberse a la variación de bienes complementarios o sustitutivos del mismo. En el primer caso tenemos, por ejemplo, la gasolina y el automóvil: un aumento del precio de la gasolina producirá una caída en la demanda de automóviles. Respecto al segundo, se puede aplicar como ejemplo el consumo alimentario de determinadas marcas; cuando el precio de éstas aumenta el consumidor la sustituye por marcas blancas.

La demanda agregada

La demanda agregada de un bien es la cantidad total que se demanda de dicho bien, para cada precio,

en un determinado mercado. Esta curva se obtiene sumando horizontalmente las curvas de demanda individual de los consumidores de ese mercado.



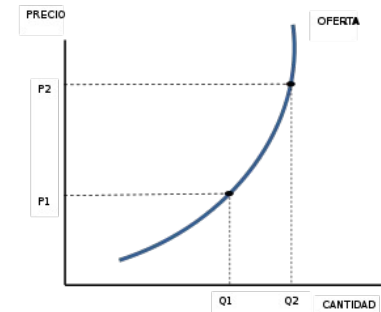
La oferta

Las empresas tratan de vender sus productos en una determinada cantidad y a un precio determinado en el mercado para así obtener un beneficio. La función oferta se define como la relación existente entre el precio de un producto y las cantidades del mismo que una empresa desearía vender en un tiempo determinado.

Al igual que la demanda, la función oferta puede representarse gráficamente con la diferencia de que obtenemos una curva con tangente positiva.

La oferta también se ve condicionada por ciertos factores, que son:

- El precio de los factores productivos.
- La tecnología existente.
- Los precios de productos relacionados.
- Gustos del empresario.

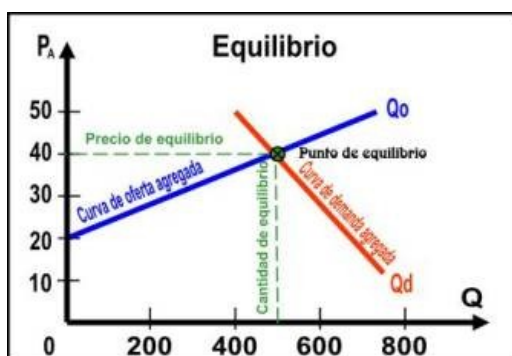


Si disminuye el precio de factores productivos, como energía o mano de obra, el deseo de producir aumentará lo que producirá un desplazamiento de la curva hacia la derecha. Lo mismo ocurrirá si se posee mejor tecnología que permita disminuir el coste del producto.

Por otra parte, un aumento del precio de un producto que produce la misma empresa puede dar lugar al abandono de la producción del bien ofertado para comenzar a producir el que más beneficios deja. Así por ejemplo, un agricultor puede dejar de plantar centeno para producir trigo si el precio de éste sube. Ello producirá un desplazamiento hacia la izquierda en la curva de oferta del centeno.

Para finalizar este apartado, decir que también existe la curva de oferta agregada, similar a la de la demanda pero referida a la oferta.

El precio



Como sabemos, el precio de los bienes y servicios se rige por la oferta y la demanda. En el mercado es necesario llegar a un acuerdo entre consumidores y productores. Si representamos gráficamente las dos curvas en ejes coordenados, apreciaremos que para un tiempo determinado solo existe un punto en el que la cantidad demandada y la ofertada coinciden dando lugar a la **cantidad de equilibrio** y al **precio de equilibrio**.

Un análisis de la curva indica que si el precio es mayor al de equilibrio, la cantidad ofertada será mayor que la demandada y producirá un **excedente** (las existencias que acumulan las empresas o **stocks** deben venderse a un precio menor); si el precio es inferior se demanda más cantidad de la ofertada y se crea un **déficit** o **escasez** de producto.