

Empresa, unitat de producció dedicada a activitats extractives, industrials, mercantils i de serveis. Si la finalitat és el benefici econòmic, empresa mercantil. Si la finalitat no és el benefici econòmic, empresa sense ànim de lucre.

Segons la grandària:

- **PYMES**, petites i mitjanes empreses
- **Grans empreses**

Segons la propietat del capital:

- **Privada**, persones particulars
- **Pública**, organismes públics o de l'estat
- **Mixta**, particulars + organismes
- **Economia social**, treballadors de l'empresa

Segons l'àmbit geogràfic:

- **locals**
- **provincials**
- **autonòmiques**
- **nacionals**
- **multinacionals**

Segons el sector econòmic:

- **Primàries**, extreuen o en fan créixer materials a la natura.
- **Secundàries**, obtenció de productes per mitjà de processos tècnics de transformació.
- **Terciàries**, presten algun servei a una altra empresa o al consumidor.

Segons la forma jurídica:

- **Individual**, persona física, propietària exclusiva de l'empresa
- **Societat**, agrupació de persones amb una tasca empresarial comú.

<i>Forma jurídica</i>	<i>Aportacions socials</i>	<i>Socis</i>	<i>Responsabilitat</i>	<i>Caract.</i>
Individual	Capital i treball del titular	Empresari	Els béns de l'empresari	PYMES de caràcter familiar
SA	Capital	Mínim 3	Capital social	Grans empreses, molts socis i cap.
SL	Capital	No mínim	Aportacions socials	Societat familiar, capital reduït
S. Coop.	Capital i/o treball	Mínim 5	Aport, socials	Socis amb patrimoni comú
SAL	Capital i treball o capital	Mínim 4	Capital social	Empreses de treballadors

Pasos a l'hora de crear una empresa:

- Idea inicial de l'empresa

- Anàlisi de la viabilitat comercial
- Estudi del mercat
- Definició de l'activitat empresarial
- Anàlisi de la viabilitat global
- Decisió de crear l'empresa

Estudi de mercat, reunió, enregistrament i l'anàlisi de les dades que reponen a les tres qüestions bàsiques: **tipus del producte, dimensió de la demanda i manera de comercialitzar-ho.**

Volum de mercat, productes que es poden vendre en un temps, vendes... Mercat potencial segons variables.

Tendències generals

Localització

Característiques específiques, estacionalitat, reglamentacions legals, ritme del canvi tecnològic, canals de distribució obligatoris...

Perfil del client, motius d'atracció al possible comprador

Competència

Pasos de l'estudi de mercat

- Definir l'objectiu de la investigació
- Revisar possibles fonts d'informació
- Seleccionar els mètodes d'obtenció de dades originals
- Dissenyar i provar el guió d'observació
- Seleccionar la mostra
- Processar les dades obtingudes

Qualitats bàsiques per accedir al món laboral:

- Flexibilitat per adaptar-se als canvis tecnològics.
- Formació polivalent per poder canviar de treball.

Orientació professional, t'el·labora un projecte professional que t'ajudi a definir l'ocupació que t'agrada i et convé, les metes professionals i la manera d'accedir.

Organització, ordenació de les tasques, responsabilitats i relacions del personal de manera que s'aconsegueixin els objectius.

L'organització segons la grandària:

- a les PYMES, **estructura espontànea** degut a la simplicitat de la gestió i a la reduïda plantilla. Centre de decisió, el propietari.
- A les grans empreses es necessita una **estructura programada** degut a la gestió tan complexa

Estructura, articulació entre els elements humans de l'empresa, això permet que circuli l'informació. Es reflecteix en un organigrama.

Organització lineal, escala o militar. Es basa en una jerarquia rígida i en la subordinació. Assegura la

disciplina i fa caonèixer als caps les responsabilitats de cadascú.

Organització funcional, organització horitzontal. Agrupa les tasques homogènies i les atribueix a un mateix òrgan. Tots els departaments ocupen el mateix nivell jeràrquic. Busca l'especialització i més flexibilitat.

Organització mixta, o de staff. Combina característiques de la lineal i aprofita l'especialització de les funcions. Les assessories jurídiques constitueixen una estructura paral·lela.

Estructura formal, correspon a la distribució de funcions i responsabilitats establertes per la direcció de l'empresa entre els diferents departaments.

Estructura informal, la constitueixen relacions no definides per la direcció. Integra grups d'epersones que creen els propis canals de comunicació al marge dels establerts.

Principis organitzatius:

Unitat d'objectiu, tots els components de l'empresa han de contribuir

Capacitat de control, la determinació del nº màxim de persones que poden dirigir amb efectivitat

Delegació, consisteix en delegar fins als nivells més baixos

Unitat de comandament, les instruccions no han d'entrar en conflicte

Jerarquia, hi d'haver línia d'autoritat clara

Responsabilitat, relacionada amb el nivell de decisió.

Relacions de l'empresa amb l'entorn:

Mes nivell de formació, clients + exigents, treballadors + formats

Noves tecnologies, exigeixen l'incorporació de gent amb formació específica

Internacionalització,

Població més individualista, gent es preocupa més per la qualitat de vida.

Envel·liment de la població, els jubilats estimulen el turisme i l'oci

Més incertesa, persones han d'aprendre a viure amb l'incertesa i la sorpresa.