

## **APUNTS U.D.1 : L' Empresa i el seu entorn.**

### **0. Comencem.**

Has acabat l'etapa obligatòria i has triat al batxillerat la modalitat d'humanitats i ciències socials i dins d'aquesta has escollit la matèria d'Economia de l'empresa. Felicitats !.

Possiblement fins ara no treballat mai aquesta àrea i segurament quan penses en l'empresa et venen moltes coses al cap: horari, control, síndrome de burnout (cremat a la feina),..., però també la possibilitat d'independència, fer el que t'agrada, aconseguir objectius, treballar en equip,...., que està millor, oi?.

Aquest curs estudiaràs, entre d'altres coses :

- L'empresa com a unitat (elements, objectius).
- Els tipus d'empreses i classificació.
- Qui pren les decisions i com ho fa.
- Els departaments.
- La gestió dels recursos humans depenent del departament de personal (contractació, formació, nòmines, la direcció, ...).
- La gestió de producció, funció productiva, els costos, l'aprovisionament, gestió d'existències.
- La comercialització (vendes, mercat, màrqueting).
- El cicle comptable i normativa, per prendre decisions.
- Inversió i finançament.
- Projecte de creació d'una empresa.

Amb tot això estaràs preparat per :

- Començar a treballar coneixent de forma teòrica com funciona l'empresa.
- Començar el CFGS d'Administració i Finances amb una bona base.
- Continuar estudis universitaris de grau-
- Muntar un negoci i convertir-te en un bon empresari i responsable.
- Utilitzar el llenguatge econòmic d'ús internacional com ara burnout, cash flow, input, output, crac, etc.

Abans d'entrar en matèria és important plantejar una sèrie d'interrogants i reflexions per adonar-te que ja hi ha moltes que ja saps d'economia d'empresa, a saber :

- Fes una relació de coses que has fet fins arribar a l' institut i les empreses que han estat necessàries i digues si els teus companys han necessitat les mateixes empreses.
- Si tots tenim menys o menys les mateixes necessitats a primera hora, creus que són necessaris tants productes ?. Tots han utilitzat les mateixes marques i tipus ?. Són necessàries ?. Per què les fan les empreses ?. Tots

tenim les mateixes necessitats no bàsiques ? De què depèn ?.

- Per últim, totes les persones treballen en lo mateix i si ho han cobren el mateix?. De què depèn?.

**NOTA** : Fer l'activitat nº 0

### **1. L'empresa com a unitat econòmica.**

Les empreses existeixen des de l'edat mitjana i han anat evolucionant de la mateixa forma que també ho han fet les diverses necessitats de les persones.

Les necessitats són molt diferents segons el lloc on vivim, la classe social, els recursos econòmics, etc.

D'altra banda, en economia hi ha dues màximes clares, la primera és que les necessitats es consideren **il·limitades**, i l'altra és que els recursos existents per satisfer-les (recursos naturals, treball i capital) són **escassos i limitats**.

Que els béns siguin escassos fa que tinguin un valor i que hagi d'haver persones que es dediquin a proporcionar els béns a la població. població.

Tanmateix, els béns es poden classificar en :

- a) Lliures : Il·limitats i molt abundants.
  - b) Econòmics : Escassos i cal pagar per obtenir-los.
- 
- a) Béns de consum : satisfan directament necessitats finals.
  - b) Béns de capital : satisfan necessitats productives d'inversió.

Aquest és el punt de partida de l'empresa com a **unitat econòmica de producció** (béns materials, immaterials i serveis) dins el sistema econòmic que també paga (corrent monetària) pels **factors de producció** (matèries primeres, maquinària o béns d'equip i treball), i dels grups socials anomenats **famílies o economies domèstiques** que tenen com a funció el consum (corrent monetària) i que aporten factors a les empreses.

Per tant, perquè l'empresa pugui aconseguir el seu propòsit, és a dir, produir, hi ha d'haver una sèrie d'interrelacions, dins i fora de l'empresa, que ho facin possible.

Així doncs, podem definir l'empresa com un conjunt d'elements organitzats i coordinats per la direcció, orientats cap a l'obtenció d'una sèrie d'objectius, i que actuen sota condicions de risc.

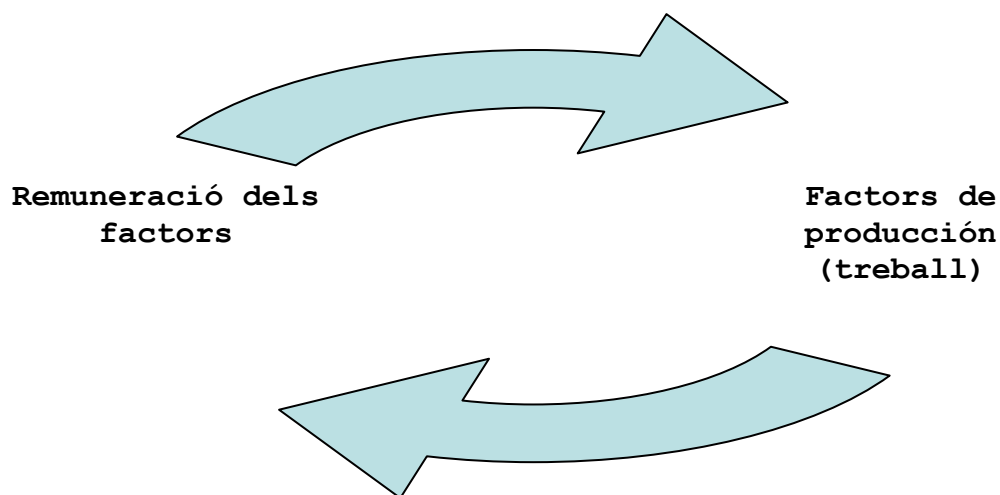
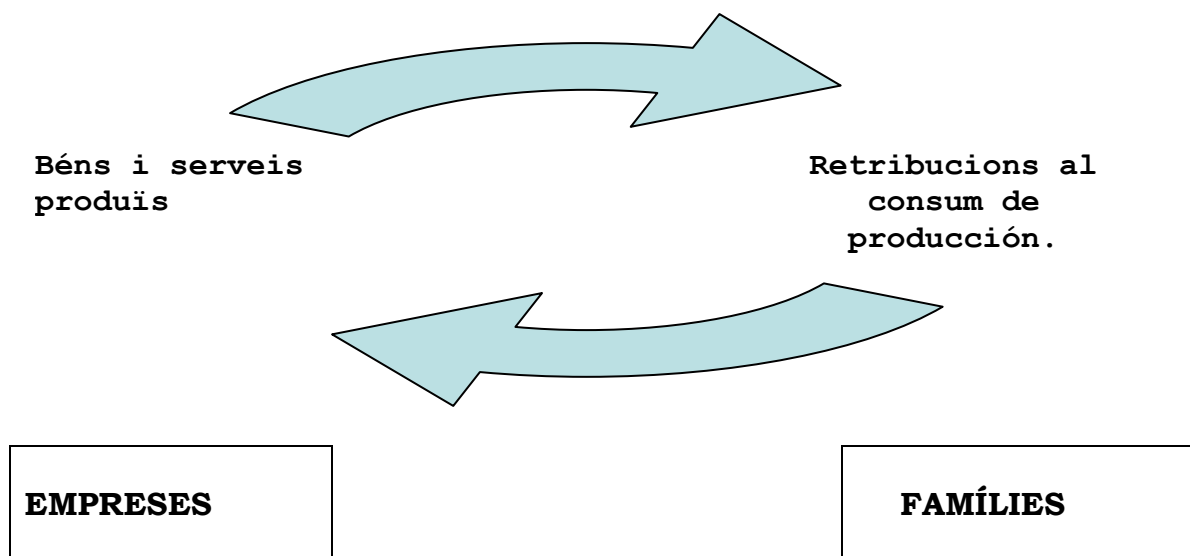
També la podem definir com un agent econòmic format per uns elements humans, tècnics i financers que es combinen entre ells amb la finalitat de produir i posar a l'abast del públic els béns i serveis que es demana al mercat.

Per acabar d'entendre-ho, observem i comentem el gràfic de la pàgina següent també anomenat flux circular de la renda simplificat a només 2 agents econòmics (empreses i famílies).

**Professor : Manel Alonso**

2

**Curs 2009-2010**



### 1.1. Objectius de l'empresa.

L'objectiu bàsic de l'empresa és **la maximització del benefici minimitzant els costos**, tenint en compte el medi ambient.

Economitzar és aconseguir el màxim benefici amb els mínims costos, però sobretot des de fa uns anys, sense obviar la protecció del medi ambient.

D'altra banda, actualment l'empresa també té els anomenats objectius socials consistents en la creació de llocs de treball, abastir a la població, crear riquesa i tenir cura del medi ambient.

Les empreses per poder dur a terme els seus objectius, cal que tinguin també subobjectius departamentals o operacionals que impliquen a tota la plantilla i que ajuden a aconseguir els primers.

Alhora de fixar els objectius, s'ha de mantenir un equilibri entre els interessos contraris de totes les persones o departaments de l'empresa, de forma que a través del consens no s'obtinguin beneficis particulars en benefici del col·lectiu.

Els conflictes d'objectius dels grups que formen el factor humà i l'entorn de l'empresa són:

- Propietaris, socis, accionistes .... : Voldran el màxim benefici i a nivell particular el màxim dividend.
- L'empresari professional : Voldrà una bona gestió, creixement de l'empresa, millora de les inversions, etc.
- Els treballadors :Voldran millorar el seu salari, condicions laborals i seguretat.
- Els clients : Que l'empresa acompleixi els compromisos de subministrament a temps, qualitat, condicions de venda i descomptes, etc.
- Els proveïdors : Cobrar en els terminis pactats i compliment de compromisos.
- Entitats Financeres : Recuperar els diners prestats i els interessos.
- L'Estat i Ad. Públiques : Cobrar els corresponents impostos.

Per últim, l'empresa, per ser més competitiva, ha d'optimitzar al màxim la seva **cadena de valor**. Consisteix en disgregar l'activitat global en diferents parts i obtenir el màxim benefici en cadascuna d'elles reduint to lo que sigui superflu.

En la cadena de valor podem diferenciar tres elements bàsics :

- Activitats bàsiques primàries relatives a la producció, distribució, comercialització i servei postvenda.
- Activitats de suport com l'administració, organització, recursos humans (tenir en compte les idees i el potencial humà), desenvolupament tecnològic, finances, comptabilitat, control de qualitat, etc.
- El marge que l'empresa ha obtingut en cada activitat per esbrinar quines són les rendibles i quines no, per fer-les rendibles o subcontractar-les a una externa (outsourcing).

## **1.2. Elements que componen l'empresa.**

- Elements actius o humans : Es tracta de totes les persones físiques o jurídiques amb vinculació directa com pot ser els propietaris (empresari individual, socis o accionistes) i els treballadors (directius i empleats).
- Elements passius o materials : Són el capital fix (actiu no corrent) corresponent a béns duradors o immobilitzats (>1 exercici) i el capital circulant (actiu corrent) corresponent a béns no duradors, tangibles, fungibles que són els que es consumeixen en el procés productiu o estan destinats a la venda.

- Elements immaterials : Que es divideix en tres.
- Organització : Són les relacions d'autoritat, de coordinació i de comunicació amb el factor humà i amb l'exterior. La defineix l'empresari directament. És l'estructura definida per l'empresari per la combinació dels factors o elements actius i els passius.
- Entorn : Conjunt de factors externs que condicionen l'actuació de l'empresari (normativa governamental, clients, proveïdors).
- La imatge pública : És la idea que tenen els consumidors de l'empresa.

### **1.3. Funcions que realitza l'empresa.**

Com ja em dit, l'empresa per aconseguir els seus objectius, es subdivideix en àrees funcionals o departaments, com :

- **Àrea comercial** : Té una primera funció d'anàlisi de mercat (necessitats, gustos, demanda, etc) abans de la producció i una segona funció de disseny d'una política comercial adequada per vendre-la.
- **Àrea producció** : Amb la funció d'aprovisionament de les matèries primeres i la funció pròpia de la producció dels béns i serveis.
- **Àrea d'inversió i finançament** : La funció de política d'inversions i la funció de finançament, és a dir, la recerca de recursos econòmics aprovats pels departaments de l'empresa i que s'adaptin als pressupostos.

Per exemple, si el departament de producció necessita fer una inversió en maquinària, ho ha de sol·licitar a l'àrea de finançament i ha de comptar amb departament comercial per fixar el preu de venda establint el marge de beneficis.

- **Àrea de recursos humans** : Amb les funcions de selecció i contractació de treballadors, de formació i en general d'organització de personal, d'administració (contractes, nòmines, ...).

Per exemple, abans de contractar un treballador, l'àrea de recursos humans rep el perfil professional i aptituds del personal que necessita cada departament, per procedir a la selecció i contractació.

**\*\* FER ACTIVITAT N° 1**

## **2. Influència de l'entorn a l'empresa.**

L'empresa coordina una sèrie d'elements que són els inputs o entrades (treball, M.P., diners, tecnologia) i que envia a fora en forma d'outputs o sortides (Productes, dividendes, impostos).

Les unitats empresarials o empreses estan integrades dins del sistema econòmic que s'entén com la manera de resoldre els problemes econòmics bàsics d'una societat en un moment històric i social determinat (què produir, com produir-lo, a qui va destinat, règim de propietat, etc.).

Tanmateix, l'empresa no és un ens aliè a les estructures o infraestructures del sistema o entorn, que l'afecta directa o indirectament i que són externs.

Hi ha dos tipus d'entorn:

➤ **Entorn general de l'empresa:** Afecta a totes les empreses en general d'una forma indirectament , format per:

- Situació sociopolítica: Està definida pel tipus de sistema polític i el partit que està al poder, ja que poden condicionar la creació i manteniment d'empreses. En aquest grup es poden distingir factors polítics i socials.

### **❖ Factors polítics:**

- ✓ Les tendències ideològiques del govern afecta a la determinació del nivell d'impostos, promoció d'obres públiques, seguretat social, organització del mercat laboral...
- ✓ L'estabilitat política.
- ✓ Les polítiques adaptades per altres països: això és com a conseqüència de la globalització de l'economia.
- ✓ L'educació i la formació professional, ja que és el govern el que aprova els plans d'estudis, horaris...

### **❖ Factors socials:**

- ✓ Les creences religioses.
  - ✓ La iniciativa empresarial.
  - ✓ La cultura del sistema i del pròpia empresa.
  - ✓ L'actitud envers la despesa i l'estalvi.
  - ✓ L'actitud envers el treball: hi ha determinades activitats que estan ben vistes a la societat i altres estan desprestigiades i són evitades pels individus.
  - ✓ La discriminació per raons de raça o sexe.
- Conjuntura econòmica: Es refereix a la situació econòmica -financera del país (expansió, inflació, crisi, tipus d'interès, nivell impositiu, nivell endeutament, disponibilitat de M.O. i M.P., sistemes de comunicacions,..).

- Entorn legislatiu general: es refereix a les lleis que regulen l'activitat empresarial i el funcionament de la societat en general.
- Entorn tecnològic: Les noves tecnologies productives permeten abaratir els productes, augmentar la qualitat, i són un factor important de competitivitat entre empreses i països. El seu impacte és diferent segons l'activitat que desenvolupi l'empresa (hi ha activitats en que la incorporació tecnològica és més lenta que altres) i els procediments de fabricació permeten la incorporació de noves tecnologies, per exemple: les cadenes de muntatge de cotxes estan completament automatitzades amb una participació humana directa mínima.
- **Entorn específic de l'empresa**: Que afecta més directament i d'una manera concreta i diferent segons els tipus de cadascuna de les empreses. Està format pels següents elements:
  - Els proveïdors i subministradors d'equipaments i matèries primeres: Són agents que posen a disposició de les empreses els factors productius necessaris per a poder realitzar la seva activitat.
  - Les entitats financeres: Faciliten crèdits per a poder atendre les despeses del procés de producció.
  - Els clients: Són les persones físiques i empreses que compren béns i serveis que produeix l'empresa. La seva actuació afecta directament a l'empresa.
  - Els mercat: És el mecanisme que permet a l'empresa vendre els béns o serveis que hagi produït i comprar els factors necessaris per a poder desenvolupar la seva activitat.
  - La competència: Són empreses que actuen en el mateix mercat i que intenten vendre als mateixos clients als quals es dirigeix la nostra empresa (són empreses que venen productes substituïts al nostre)
  - L'Administració Pública: regula el funcionament de l'empresa i grava la producció amb impostos i taxes.
  - La protecció a l'entorn natural: Obliga a les empreses a tenir cura amb els residus i abocaments que pugui produir.
  - Les infraestructures: La seva existència pot facilitar les comunicacions i transport de les primeres matèries i productes elaborats (són autopistes, carreteres, trens...).
  - La tecnologia: la situació tecnològica determina els costos de l'empresa. Com més reduïda la tecnologia que pugui aplicar una empresa, això repercuteix en uns costos unitaris menors.
  - Els sindicats: Que vetllen per les relacions laborals.

## **2.1. Responsabilitat social de l'empresa.**

Malgrat que l'empresa al llarg del temps ha contribuït en la creació de riquesa i font de poder, també és responsable de problemes socials com la pol·lució de l'aire i de l'aigua, l'especulació del sòl o la concentració industrial urbana.

Actualment a l'empresa no tan sols l'interessa el màxim amb el menor cost, augmentant el Producte Nacional (P.N.), sinó també el context socioeconòmic on anirà a parar el producte, i per tant, les conseqüències o efectes que les seves decisions tindran en la societat en general.

S'anomenen **costos socials negatius**, aquells que han de ser suportats directa o indirectament les persones alienes a l'empresa a conseqüència de l'activitat de l'empresa. Per exemple, el fum d'una xemeneia afecta a les persones que viuen a prop ; el residus abocats al riu afecten a tot els ciutadans de la ribera,..

S'anomena **cost social positiu** aquell que té l'empresa i repercuteix positivament en la societat. Per exemple, l'enllumenat o recollida d'escombraries.

Una opció per a l'assumpció dels costos socials negatius fora que anessin a càrrec de les empreses, però els costa assumir-los.

Altra opció fora que anessin a càrrec de les administracions públiques cosa que significaria els pagaríem tots plegats.

Per això, la llei obliga a les empreses a adaptar les seves instal·lacions, màquines o maneres de treballar, amb la finalitat de reduir al màxim els possibles costos negatius i la vegada les incentiva fiscalment si inverteixen en el medi ambient.

D'aquí apareix a les empreses les dues conductes següents :

1. La responsabilitat social corporativa (RSC) : Alhora de prendre decisions i marcar objectius s'incorporen valors, codis de conducta interna, establir mesures de conciliació de la vida familiar i laboral i la informació i formació als treballadors perquè col·laborin activament, a la vegada d'optar algunes per l'aplicació de la Norma SA8000.

<http://www.fundacionprevent.com/Formacion/fotos/jornadas/24/sa8000.pdf>

2. L'ètica empresarial : Aplicant una sèrie de normes d'educació moralment correctes, com per exemple honradesa alhora del compliment d'obligacions fiscals, compromisos amb els clients, proveïdors, empleats, transparència informativa i comptable.

Han arribat a entendre que aplicar principis ètics comporta també beneficis (prestigi, fidelitat, motivació i millora en el treball, millors informes financers, etc.)



## **\*\* FER ACTIVITAT N° 2.**

### **3. Localització de les empreses.**

Ahora de localitzar les empreses s'ha de tenir en compte les següents variables:

- **La situació del mercat.:** Hem de valorar si hi ha facilitats de transport, el comportament dels consumidors, les facilitats per adquirir el producte.
- **La situació de les primeres matèries:** això és molt important a empreses que es dediquen a certes activitats com les extractives o indústries conserveres o congelació.
- **Els preus dels establiments:** el lloguer del local, els impostos locals...
- **Els ajuts de les Administracions públiques.**
- **La mà d'obra necessària.**

És difícil trobar un lloc que reuneixi de manera òptima totes les condicions que es requereixen, com a conseqüència moltes empreses fan una localització selectiva de les seves activitats:

- **Activitats tecnificades:** es localitzaran a zones on hagi ma d'obra més formada i equipaments amb xarxa de telecomunicacions o universitats.
- **Activitats amb poca tecnologia:** es localitzaran a llocs on hi hagi molta mà d'obra barata i molt d'espai, seran llocs on les condicions d'espai i cost de mà d'obra siguin més favorables per a l'empresa.

Amb les noves tecnologies i sobretot amb l'ús d' internet ha sortit una nova forma de localització d'empreses que és la **localització virtual**.

### **ANÀLISI DAFO**

Abans de decidir exactament on localitzarem la nostra empresa i després de realitzar un anàlisi extern (de l'entorn general i específic), i un anàlisi intern de l'empresa, es realitza un anàlisi DAFO. L'anàlisi DAFO (Debilitats, Amenaces, Fortaleses, Oportunitats) té l'objectiu d'estudiar i establir un diagnòstic de la situació de l'empresa, en un moment concret, i identificar-ne els seus punts forts i els febles. Aquest estudi es realitza considerant també l'entorn i les amenaces i les oportunitats que li representa.

#### **Anàlisi respecte a l'exterior, l'entorn: (Macroentorn)**

**Oportunitat.** Una oportunitat és una circumstància o un element de l'entorn de l'empresa que és potencialment favorable per a aquesta.

**Amenaça.** Les amenaces són aspectes de l'entorn que poden comportar una situació desfavorable a l'empresa.

### **Anàlisi respecte a elements interns a l'empresa: Microentorn**

**Fortalesa.** Els punts forts o fortalezes són elements interns a l'empresa que constitueixen avantatges competitiu.

**Debilitat.** Una debilitat o punt feble és un element intern a l'empresa que comporta un desavantatge competitiu.

### **EXEMPLES**

#### **Oportunitats**

- Entrada a mercats o segments nous.
- Aparició de necessitats noves en el mercat que es poden satisfer amb el producte de l'empresa.
- Creixement ràpid del mercat.
- Augment de la demanda de productes complementaris.
- Possibilitats de fer integracions verticals i horitzontals.
- Eliminació de barreres comercials en mercats exteriors atractius.
- Reducció del poder de negociació de clients i proveïdors.

#### **Amenaces**

- Saturació del mercat.
- Entrada de nous competidors que operen amb costos unitaris inferiors.
- Increment de la demanda dels productes substitutius.
- Creixement lent del mercat.
- Canvi en les necessitats i gustos dels consumidors.
- Creixent poder de negociació de clients o proveïdors.
- Vulnerabilitat a la recessió i al cicle empresarial.
- Canvis adversos en els tipus de canvi i en les polítiques comercials d'altres països.
- Incerteses polític- socials.
- Inestabilitat monetària.
- Increment de barreres i requeriments reglamentaris costosos
- Canvis demogràfics adversos.

#### **Debilitats (Punts febles)**

- Absència d'una direcció estratègica clara.
- Baixa qualitat dels productes.
- Publicitat poc eficient.
- Excés de capacitat productiva.
- Mancança d'algunes capacitats o habilitats clau.
- Endarreriment en Recerca i Desenvolupament (R+D).
- Costos unitaris més alts amb relació als competidors directes.

- Rendibilitat inferior a la mitjana.
- Feblesa en la xarxa de distribució.
- Habilitats de màrqueting per sota de la mitjana.
- Seguiment deficient en la implantació de l'estratègia.
- Excés de problemes operatius interns (sistemes ineficients).
- Cartera de productes limitada.
- Instal·lacions obsoletes.
- Manca d'experiència i de talent generacional.
- Excés d'inventari.

### **Fortaleses (Punts forts)**

- Capacitats fonamentals en activitats clau.
- Recursos financers adequats.
- Habilitats i recursos tecnològics superiors.
- Projectes de Recerca i Desenvolupament (R+D) rellevants.
- Propietat de la tecnologia principal.
- Capacitat de fabricació més elevada.
- Avantatges en costos.
- Accés a les economies d'escala.
- Posició d'avantatge en la corba d'experiència.
- Habilitats per a la innovació de productes.
- Bona imatge entre els consumidors.
- Marques i productes ben diferenciats i valorats en el mercat.
- Posició de lideratge en el mercat.
- Campanyes de publicitat eficients.
- Estratègies específiques o funcionals ben ideades i dissenyades.
- Flexibilitat organitzativa.

### **DETERMINACIÓ DE LES ESTRATÈGIES**

Una vegada fetes les anàlisis externa i interna de l'empresa, se'n determinen les oportunitats, amenaces, els punts forts i els dèbils.

Les combinacions d'aquestes variables donaran com a resultat diferents orientacions estratègiques de l'empresa.

Les orientacions estratègiques corresponents a les diferents combinacions es reflecteixen a la matriu DAFO.

Aquesta matriu té les oportunitats i amenaces de l'entorn a les columnes i els punts forts i els dèbils de l'empresa a les files

Cada combinació donarà lloc a les orientacions estratègiques que es mostren a continuació:

		<b>Anàlisi de l'entorn</b>	
		Amenaces	Oportunitats
<b>Diagnòstic de l'empresa</b>	Punts dèbils	Estratègies de supervivència	Estratègies de reorientació
	Punts forts	Estratègies defensives	Estratègies ofensives

La combinació que l'empresa determini com a més important donarà l'orientació estratègica que s'ha de seguir. Els fonaments de cadascuna de les estratègies possibles són:

- Les **estratègies de reorientació** tenen l'objectiu d'aprofitar els avantatges competitius de l'empresa. Persegueixen un canvi important tant a l'estructura com al camp d'activitat. Un exemple típic en són els casos de reconversió industrial.
- Les **estratègies de supervivència** són les que fan servir per aquelles empreses que estan sotmeses a una forta pressió, ja sigui per part de l'entorn o per part de les pròpies debilitats de l'empresa. S'intenta trobar una sortida a un greu problema. Molts cops és un problema de dimensió òptima de l'empresa i per tant d'aquella quota de mercat que permet a una empresa mantenir una posició competitiva dins d'un sector.
- Les **estratègies defensives** són aquelles que tenen l'objectiu d'eliminar les debilitats de l'empresa. Intenten l'obtenció dels objectius proposats amb el mínim de recursos possibles.
- Les **estratègies ofensives** es defineixen com les que tenen l'objectiu de maximitzar les forces de què disposa l'empresa. Estan orientades a la innovació i estretament lligades al llançament de nous productes.

## **DIMENSÍO EMPRESARIAL**

El concepte de dimensió empresarial es referix a la capacitat productiva de l'empresa que ve determinada per les dimensions físiques i el nombre d'empleats entre altres aspectes.

**Capacitat productiva d'una instal·lació:** Nivell de producció que es pot assolir en un període de temps determinat. Té 3 variacions:

- Capacitat punta: és la capacitat màxima de l'empresa que només es pot mantenir durant un breu període de temps.
- Capacitat sostinguda: És el nivell mitjà de producció que es pot mantenir al llarg del temps sense dificultats.
- Capacitat necessària: és la capacitat que l'empresa ha d'assolir (nivell mínim de producció que ha de fer l'empresa per a no tenir problemes de funcionament). S'ha d'establir fent una avaluació de la possible demanda de l'empresa i de la capacitat a què pot arribar el sistema.

#### **4. Classificació de les empreses.**

Encara que el trets fonamentals de totes són els mateixos, n'hi ha de molts tipus i amb grans diferències. Per exemple, no hi ha res a veure entre un forn de pa i la Renfe.

La gran varietat permet diferents classificacions :

##### Segons l'activitat

- **Sector primari** : Empreses d'activitats relacionades amb els recursos naturals (agricultura, pesca i ramaderia).
- **Sector secundari** : Empreses dedicades a activitats de transformació o industrials. S'anomena sector indústria.
- **Sector terciari** : Empreses comercials o sense transformació. S'anomena sector de serveis.

##### Segons la mida

Es poden classificar en grans, petites o mitjanes en base a :

- **Criteri econòmic** : Segons el volum de facturació.
- **Criteri tècnic** : Segons el nivell tecnològic i la innovació del capital.
- **Criteri organitzatiu** : Segons el nombre de treballadors i l'organització.

No hi ha un criteri o mesura fixa, però des de l'1.1.05 la C.E. recomana els criteris següents :

<b>Dimensió</b>	<b>Nombre Treballadors</b>	<b>Volum Facturació anual</b>	<b>Total Actiu</b>
Microempreses	0-9	≤ 2 milions d'euros	≤ 2 milions €
Petita empresa	10-49	≤ 10 milions d'euros	≤ 10 milions €
Mitjana empresa	50-249	≤ 50 milions d'euros	Fins 43 mio. €
Gran empresa	> 250	> 50 milions d'euros	< 43 milions €

### Segons la propietat del capital

- **Empresa privada** : És propietat de persones físiques o jurídiques particulars.
- **Empresa pública** : És propietat de l'Estat o qualsevol administració pública (P.e. Renfe o TVE).
- **Empresa mixta** : De propietat compartida entre l'Estat i particulars. Si la participació privada és superior a la pública, s'anomena també privada. Normalment ara només existeixen als països comunistes i Venezuela.

### Segons l'estructura jurídica.

- **Empresa individual** : Només té un propietari i és persona física.
- **Empresa societària** : Té més d'un propietari associats formant un patrimoni comú en igual o diferents proporcions.

**\*\* FER ACTIVITAT Nº 3**

**\*\* FER EXERCICIS U.D.1**