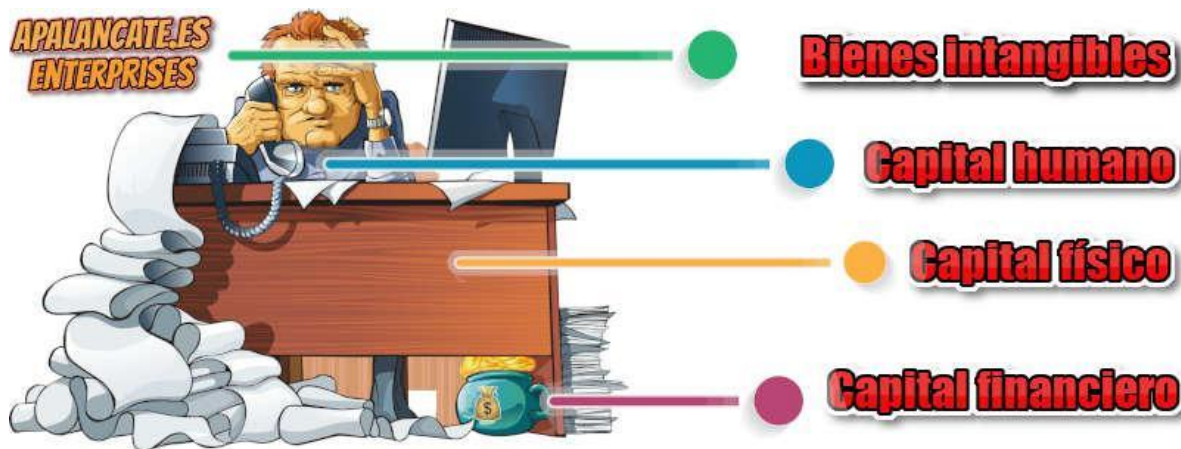


	ELEMENTOS MATERIALES		ELEMENTOS INMATERIALES	ELEMENTOS HUMANOS	
	CAPITAL FÍSICO	CAPITAL FINANCIERO	BIENES INTANGIBLES	CAPITAL HUMANO	ENTORNO
EJEMPLO	Maquinaria, edificio...	Dinero en cuenta corriente	Marca, logotipo, patentes. Know-How	Operarios	Clientes, proveedores...

Apalancate.es

Vamos a ver ahora con detalle la tabla anterior.



1. Capital físico: elementos materiales que pertenecen a la empresa. Aquí tendríamos los muebles, el edificio, la maquinaria, etc.

2. Capital humano: personas que trabajan en la empresa. Aquí encontramos los trabajadores, el empresario (nos referimos al dueño de la empresa) y el equipo directivo.

3. Capital financiero: el dinero de la empresa. Hay que contar también las deudas que otros han contraído con ella.

4. Elementos intangibles: son elementos no materiales, fundamentalmente las marcas que posee la empresa, los diferentes logotipos, las patentes o el software que la empresa posee. En una empresa como Coca Cola, las diferentes marcas que posee (la misma Coca Cola, Fanta, etc.), sus logotipos y sus patentes pueden valer mucho más que el resto de la empresa. Así, el hecho de que Cristiano Ronaldo en una rueda de prensa quitara dos botellas de Coca Cola y dijera "mejor agua", hizo caer el valor de las acciones de la empresa. Desde apalancate.es también lo decimos pero dudamos que eso le repercuta.

También forma parte de este grupo los conocimientos que poseen los trabajadores o know-how. En muchos casos es un elemento muy valioso para la empresa y por ello, la formación tiene tanta importancia. Todo lo que estás estudiando (y has estudiado en el pasado) forma parte de tu Know-how.

Funciones de la empresa

El papel empresarial es fundamental en la sociedad del siglo XXI. Los productos que ellas nos venden y nos ofrecen, mejoran nuestra calidad de vida. Por tanto, estas cumplen unas funciones fundamentales que son:

1. Crean o aumentan la utilidad de los bienes: mediante el proceso de transformación, generan un valor añadido o agregado al producto. Cuando compramos una lata de atún, tiene un precio superior al que tendría el atún recién pescado. Ya está limpio, en aceite y preparado para ser consumido. La diferencia entre el valor del pescado en crudo y la lata que estás comprando, se llama **valor añadido**.

2. Asumir riesgos: riesgos en cuanto a que las empresas para poder desarrollar su actividad debe realizar una serie de inversiones que espera recuperar a través de la venta de sus bienes o servicios que no siempre obtienen la rentabilidad esperada.

3. Función productiva: transformando inputs en outputs y mediante una necesaria división del trabajo. Gracias a esto y al elevado volumen de producción, el coste del bien o servicio y su consiguiente precio es generalmente muy bajo, beneficiando al consumidor.

4. Función social: la última pero no la menos importante, ya que contribuyen a la creación de empleo, al avance tecnológico y al bienestar de la sociedad, no olvidando muchas veces su lado oscuro en cuanto a la responsabilidad social que veremos más adelante.

5. Objetivos de la empresa

Los objetivos de la empresa no son otra cosa que los resultados que esta espera alcanzar. Podemos clasificarlos en dos grandes grupos:

Objetivos cuantitativos: son aquellos que se pueden cuantificar o medir. Se trata de variables cuantitativas por tanto. Aquí fundamentalmente la empresa por un lado maximizar sus beneficios, ya sea aumentando sus ingresos o disminuyendo sus costes y por otro, aumentar su poder y su cuota de mercado, aumentando su tamaño y su número de clientes a costa de las empresas competidoras.

Objetivos cualitativos: en este caso son aquellos que se expresan mediante indicadores cualitativos y no medibles numéricamente. Aquí entran un variopinto número de objetivos tales como mejorar la imagen de la empresa y del producto que ésta vende, aumentar la satisfacción tanto de los clientes como de los trabajadores, etc.

6. Clasificación de las empresas

1. Clasificación por su ámbito de actuación

Locales, regionales, nacionales o multinacionales.

Locales: el ámbito de actuación es la localidad o alrededores..

Regionales: ejercen su actividad en una comunidad autónoma o región más o menos amplia.
Aromas de Medina vende en muchos puntos de Andalucía.