

EMPRESA Y ENTORNO

*José Antonio García Hernández**

*Pilar López Pina**

Escuela Universitaria de Turismo de Murcia

RESUMEN:

Pretendemos aclarar el concepto de entorno empresarial, destacando los principales elementos que lo integran. La empresa como sistema abierto, regulado y procesador de información precisa conocer la situación y evolución del entorno para adoptando de forma anticipada las decisiones oportunas aprovechar las ventajas que el mismo le brinda y amortiguar los impactos negativos.

Palabras clave: Dirección estratégica, inflación, tipos de interés, escenario, planificación, PIB, déficit público, estacionalidad.

SUMMARY:

Our aim is to clarify the concept of Firm Background, highlighting its main features, as well as the firm as an open system, information controller and processor, which needs to be aware of the situation and the environment in order to benefit from the advantages offered and soften the negative consequences, all this by foreseeing the right choices.

Key words: Overall management, inflation, interest rate, setting, planning, NGP, stationality, public deficit.

Un empresario debe estar atento a lo que sucede en su entorno macroeconómico y microeconómico, político, sociocultural y tecnológico, y a la evolución de los elementos estratégicos internos que le permiten mantener su competitividad ¿por qué?

La empresa como sistema abierto está en constante interacción dinámica con su entorno. La mundialización de la economía y la aceleración del cambio en el entorno

Fecha de recepción: 20 de noviembre de 1998.

* Escuela Universitaria de Murcia, Paseo del Malecón nº 5, 30004-MURCIA. (España).

obligan a las organizaciones a redefinir continuamente sus líneas de actuación. La dirección de la empresa, necesita aplicar una metodología estratégica que le ayude a adelantarse a los cambios que se producen en el mercado.

Sus resultados dependen de un conjunto de factores exógenos que son fuente de oportunidades y amenazas. Resulta vital para la supervivencia y el éxito de la empresa conocer y anticipar la evolución de su entorno.

A pesar de todo lo dicho, todavía numerosos responsables de empresas creen que pueden continuar su gestión día a día, sin que los «datos y conceptos para entendidos» como, por ejemplo, el tipos de interés, el IPC, pirámide demográfica, infraestructuras, euro, presupuestos del estado, etc., tengan por qué afectar a su quehacer cotidiano.

Sin embargo, no es así. Un dato como la inflación es algo más que un argumento para felicitar o criticar a los responsables gubernamentales. La evolución de la inflación, definida como incremento continuado en los precios, nos va avisando acerca del comportamiento del mercado, del dinero que la gente tiene a su disposición para comprar o para ahorrar, o del dinero del que presuntamente va a disponer la empresa para adquirir materias primas, maquinaria etc. La evolución del precio del dinero estará correlacionada por la evolución del IPC. En la empresa son innumerables las decisiones de inversión condicionadas por la evolución de los precios.

Así mismo, los cambios en la composición de la pirámide demográfica afecta significativamente a los cambios en los hábitos de consumo de la población, por lo tanto es un elemento clave a la hora de elaborar un escenario que nos aproxime a la situación futura a que nos vamos a enfrentar.

En este trabajo, vamos a centrar nuestra atención en la importancia del entorno como factor estratégico.

Primero delimitaremos el concepto de entorno, para seguidamente analizar los factores que lo constituyen.

¿QUÉ ENTENDEMOS POR ENTORNO?

En principio, considerando la definición expresada en el diccionario, se ha de entender como entorno empresarial «como todo aquello que rodea a la empresa». Es entorno «todo lo que está fuera de los límites de la empresa» Bueno Campos (1990, pág. 83). Esta noción de entorno, aun siendo válida, precisa de una mayor concreción, en la medida que existen elementos que están fuera de los límites de la empresa y que no le afectan lo más mínimo. Acertadamente el profesor Figuerola Palomo (1995, pág. 75) precisa que el entorno está constituido por «el conjunto de elementos y circunstancias internas y externas que influyen decisivamente en las decisiones y comportamientos empresariales».

Es decir, entorno no es todo lo que rodea a la empresa, sino sólo aquellos elementos que ejercen una influencia significativa en sus resultados. Excluimos a los elementos que estando en el límite de la empresa no le afectan significativamente e incluye a los factores internos o endógenos que condicionan su trayectoria.

El análisis de las variables que componen el entorno será diferente según definamos el entorno de una u otra forma.

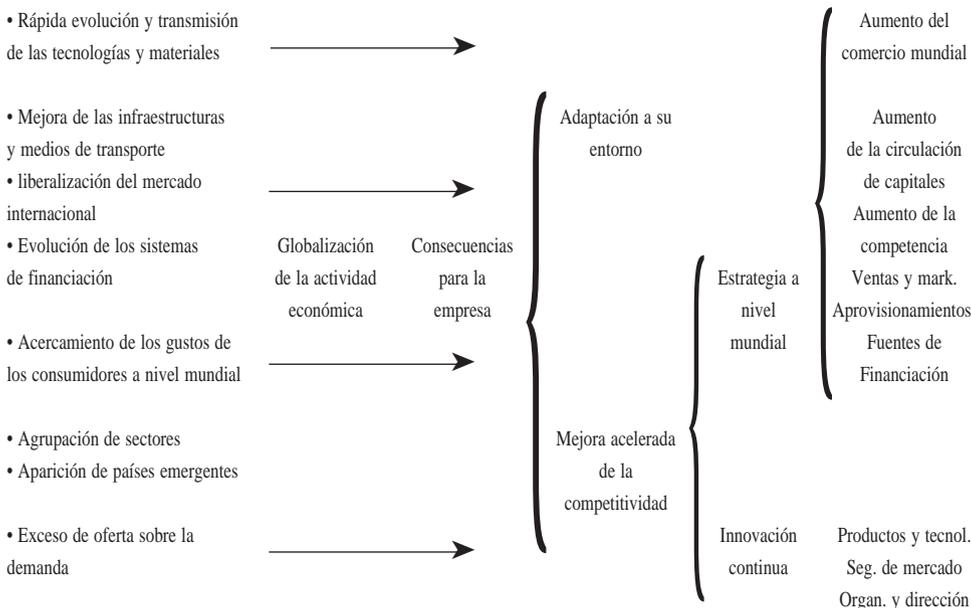
Tradicionalmente, se ha venido clasificando el entorno en general o genérico y en particular o específico.

EL ENTORNO GENÉRICO

En una economía de mercado, el entorno general se define por un amplio conjunto de factores económicos, político-legales, socioculturales y tecnológicos que delimitan las reglas del juego y el marco general en que las empresas se van a desenvolver. De cada uno de ellos cabe destacar:

FACTORES ECONÓMICOS

Las PYMES se han visto notablemente afectadas por la extensión de la competitividad a escala mundial. En estos escenarios, mantener la cuota de mercado equivale a incrementar la eficiencia, para de esa manera dar respuesta a los requerimientos de los clientes y la fuerte acción de la competencia. El entorno económico es cada vez más complejo, dinámico y hostil debido a la internacionalización de la economía, resumiendo sus consecuencias sobre la empresa en el siguiente cuadro:



Vamos a repasar los principales factores configuran el entorno económicos.

La inflación

La inflación es la disminución continuada del poder adquisitivo del dinero, que se manifiesta a través del aumento de precios. El indicador por excelencia es el IPC (Índice de Precios al Consumo). Para elaborar el IPC se miden las variaciones del promedio de precios de un «saco» en el que se introducen bienes y servicios relacionados con las economías familiares. Para ello se elige a cierto número de familias de distinto nivel de ingresos, de las que se obtienen los llamados presupuestos familiares. Con estos datos se obtiene una imagen-promedio de cuáles son los gastos de una familia media. El IPC es muy importante en la medida en que facilita una información acerca del nivel de inflación, esto es, el aumento de precios. El IPC se utiliza para determinar el poder adquisitivo de los salarios, motivo por el que se incluye en la negociación de convenios colectivos.

Es necesario un esfuerzo de contención de precios para no perder el tren de la competitividad y continuar con nuestro proceso de armonización con el resto de economías europeas. Conocer la evolución de este índice es vital para predecir las medidas económicas que van a adoptar las autoridades económicas y que van a incidir directa o indirecta en la empresa. La previsión de inflación para 1998 se sitúa en el 1,9 por ciento. (Diario Expansión, Miércoles 28-10-98 nº 3.716, pág. 51).

TASAS DE VARIACIÓN DE LA INFLACIÓN

AÑOS	GENERAL	ALIMENTOS SIN ELAB	ALIMENTOS ELAB	INDUSTRIAS NO ENERJ.	ENERGÍA	SERV.	INFLACIÓN SUBYACENTE
1986	8,8	10	11,3	9,8	-6,2	9,1	9,8
1988	4,8	3,8	3,6	4,9	-0,6	6,3	5,4
1990	6,7	7,3	5,8	4,3	8,2	8,5	6,5
1992	5,9	1,1	6,0	4,5	6,7	8,8	6,8
1994	4,7	6,2	5,3	3,5	3,6	5,4	4,6
1996	3,6	2,9	3,2	3,2	3,7	3,7	3,6
1998	1,9*						

Fuente INE.

Tasa promedio. *Previsión AFI. Cambio de base en 1993.

La favorable evolución de la demanda turística, que está alcanzando cotas históricas, no está siendo suficientemente aprovechada para consolidar nuestra posición en el mercado turístico ofreciendo servicios de mayor calidad con el fin de fidelizar los clientes, sino que con carácter general, numerosos empresarios turísticos están haciendo su «agosto» incrementado los precios con el fin de mejorar sus beneficios, sin que dicho incremento tenga una contrapartida en el servicio. Esta actuación empresarial oportunista poner en peligro el futuro del sector turístico. Con una inflación inferior al 2% es necesario hacer un esfuerzo por mantener los precios estables, ya que los beneficios aumentan por el mayor

número de clientes. Ante la previsible evolución del turismo y el surgimiento de nuevos destinos turísticos, competidores directos, que basan su competitividad en una oferta de servicios turísticos de media-baja calidad y bajos precios, debemos desarrollar una estrategia de contención de precios, y al mismo tiempo invertir recursos y creatividad en la mejora de la calidad de los servicios para continuar compitiendo y formar parte de los países líderes del sector turístico junto Estados Unidos y Francia.

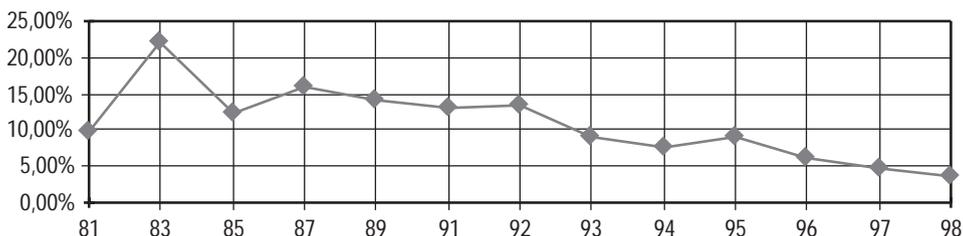
En los últimos años se ha realizado un enorme esfuerzo, en el que hay que seguir avanzando, no dejándonos llevar por la actual fase de «vacas gordas». Esta fase favorable se pone de manifiesto en los resultados del estudio realizado por el Instituto de Turismo de España para el periodo Enero-Agosto 98, del que extraemos como datos más destacables:

— el número de turistas ascendió a 33 mll. Esto representa un incremento del 10% respecto al mismo periodo del año anterior. En nuestros competidores mediterráneos el aumento fue de un 5%

— el 53 % de los turistas han visitado España más de 4 veces, y el 97 % de los turistas de dicho periodo declaran que piensan volver.

TIPOS DE INTERÉS

EVOLUCIÓN TIPOS DE INTERÉS



Fuente: Banco de España.

Es el precio a pagar por el dinero tomado prestado.

Los esfuerzos desarrollados para asegurar la integración de España en el «gran proyecto europeo» han generado, entre otras consecuencias, una convergencia en tipos de interés a largo plazo en los países euro a gran velocidad. Pasamos de una divergencia de cuatro y cinco puntos porcentuales a una media de un sólo punto.

Recordamos que entre los criterios de convergencia de Maastricht, respecto a los tipos de interés, se establece que no pueden situarse en más de dos puntos por encima de la media de los tres países con tipos más bajos.

Hasta que la inflación no se situó de forma duradera por debajo de 6-7 %, no se amplió el plazo máximo de la deuda pública, que hasta ese momento no superaba los cinco años. Haciendo un repaso a la trayectoria de nuestra economía en los últimos años, fue en marzo de 1991 cuando, con un tipo de interés máximo del 13%, se inicia la emisión de Obligaciones del Estado a diez años, (hasta ese momento el plazo máximo de la deuda pública no

superaba los cinco años). El acceder a los tramos largos de la curva de tipos de interés reduce la incertidumbre de la Cuentas del Estado.

El control de las finanzas públicas y las mejoras de las tasa de inflación han ido permitiendo la relajación de la política monetaria y la bajada de los tipos de interés a corto plazo.

A la vez los mercados, a medida que aumentaban las expectativas de pertenecer a la Unión Monetaria Europea, proporcionaron las continuas bajadas de los tipos de interés en todos los plazos de los diferentes mercados financieros y bancarios, que han beneficiado las condiciones de financiación de las Administraciones públicas, familias y empresas, y aliviado el gasto financiero de los presupuestos y créditos.

El actual escenario económico favorable ha permitido que el Banco de España recorte los tipos de referencia, que actualmente se sitúan en el **3,75%**. La credibilidad antiinflacionista que otorga un Banco Central Europeo autónomo facilita una mayor estabilidad de los tipos de interés a largo plazo, más representativos para las decisiones de inversión y, por tanto para la creación de empleo.

El descenso de los tipos de interés, y por lo tanto, la reducción en el coste de la financiación ajena ejerce un efecto palanca sobre la inversión al aumentar la rentabilidad financiera de los distintos proyectos, estando nuestro país a la cabeza de los «quince» en cuanto a crecimiento de la inversión.

Alemania	3,30%
EEUU	5,00%
España	3,75%
Francia	3,30%
Reino Unido	7,25%

Tipos de interés: 10/98

TIPO DE CAMBIO DE LA MONEDA

El tipo de cambio de una moneda refleja el nivel de riqueza que una economía es capaz de mantener y generar. La moneda al igual que cualquier otro bien se rige por las leyes de la oferta y la demanda en el contexto internacional.

Un exceso de demanda o déficit de oferta para una moneda fuerza su precio a la alza, es decir, aumenta su valor de mercado, lo que se traduce en una apreciación de dicha moneda; cuando ocurre lo contrario se produce una pérdida de su valor, lo que se traduce en una depreciación. Cuando la modificación del tipo de cambio es consecuencia de una decisión de las autoridades económicas hablamos de revaluación o devaluación. Estamos habituados a ver como el precio de determinados productos, como ocurre con la gasolina, sube y baja en función de las variaciones que experimenta el tipo de cambio de la moneda, en este caso el dólar, sobre la cual se basa la comercialización del petróleo.

La evolución de los tipos de cambio tiene mayor impacto en aquellas empresas que basan su actividad en el comercio exterior. Como podemos imaginar, en la medida que las

empresas turísticas tienen en el contexto internacional parte importante de su clientela, la evolución de los tipos de cambio genera un impacto directo sobre sus resultados.

Vamos realizar un rápido repaso por la evolución del sistema monetario.

Sistema Monetario Europeo (SME) fija para cada moneda una banda de oscilación en relación con una moneda central de referencia. El SME ha resultado beneficioso para la integración de las economías y los mercados financieros europeos, aunque no ha sido el esperado paradigma de estabilidad cambiaria.

La crisis económica vivida entre septiembre de 1992 hasta mayo de 1993, debilitó las voluntades de estabilidad cambiaria de los gobiernos británicos, italiano, español, portugueses y de los países escandinavos. La solución de las autoridades económicas europeas fue flexibilizar la rigidez del Mecanismo de Cambios. Para ello, optaron por ampliar las bandas de oscilación (al 15% desde el primer día de agosto de 1993), lo que representa una cierta desnaturalización del sistema. La nueva era cambiaria europea, casi en libre flotación desde entonces, renunciaba al objetivo de creación de un área de estabilidad cambiaria.

Tras la aprobación del tratado de Maastricht, entre los requisitos para acceder de pleno derecho a la Europa del euro, cada país debía mantener su moneda dos años en las bandas normales de fluctuación. Doce de los países miembros están en un grupo de absoluta estabilidad en torno a las paridades centrales frente al marco. En un segundo plano han quedado la libra esterlina, la corona sueca y el dracma griego, que mantienen un elevado grado de volatilidad frente al resto.

En relación a España, en los más de doce años transcurridos desde la adhesión a la CE, la política cambiaria española ha pasado por situaciones muy diferentes. La flotación casi libre de la peseta hasta incorporarse al SME propició un movimiento de nuestra moneda entre las 62 y las 72 pesetas marco. La entrada en el SME requirió una fase intermedia que compatibilizará su condición de moneda emergente y mucho más volátil, con un mecanismo que limitase las fluctuaciones de los tipos de cambio frente a los socios comunitarios.

Desde septiembre de 1989, el Banco de España se encarga de evitar desviaciones en la cotización de la peseta superior al 6% respecto a la banda central, que en aquel momento se fijó en 65 pesetas marco. El potencial de crecimiento de nuestra economía aceleró la entrada de capitales, que devolvieron a la peseta hacia los niveles de partida en 1986, cotas que dificultaban la competitividad de nuestras exportaciones y la recepción de turistas. El trienio hasta la crisis del SME fue una constante lucha para frenar las apreciaciones de la peseta, que acumuló una considerable sobrevaloración en los mercados. La falta de competitividad de nuestro mercado por efecto del tipo de cambio se puede comprobar en la evolución de la balanza por cuenta corriente.

Sin embargo, desde septiembre de 1992, las convulsiones monetarias arrastraron la peseta durante dos años y medio hacia referencias cercanas a 93 pesetas marco, a través de cuatro realineamientos. Ni siquiera la ampliación de la banda de fluctuación hasta el 15% en agosto 1993 pudo evitar el desenlace de una última devaluación en 1995.

Los máximos históricos de depreciación de la peseta frente a la mayor parte de las divisas en el SME dinamizaron la economía española, que encontró en el sector exportador el estímulo para la recuperación desde 1994.

La renovación de la confianza que en el exterior despertaron las medidas de ajuste fiscal y de rentas contribuyeron de nuevo a situar a la peseta en cotizaciones próximas a

las 85 unidades marco. Una vez alcanzada esa referencia, la peseta ha mostrado una notoria estabilidad, lo que ha permitido a entrar a formar parte del euro.

La plena integración europea y la implantación del euro tendrá importantes efectos sobre el sector turístico, entre los que brevemente destacamos:

1. Desaparición del coste de cambio de las monedas al existir una sola, en consecuencia viajar resultará más barato, lo que facilitará al turista extranjero gastarse este diferencial en sí mismo y no en los bancos. Este mayor poder adquisitivo redundará en favor del consumo turístico.

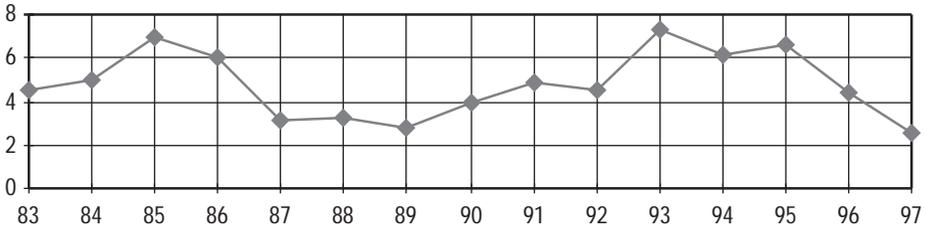
2. El dominio del valor EURO, como moneda única, aportará mayor confianza en el consumidor extranjero.

3. Una moneda única facilita la comparación entre países del nivel calidad-precio. La implantación del EURO traerá un mayor nivel de exigencia por parte de los clientes, que tan sólo pagarán más por ofertas especializadas.

4. Tradicionalmente el sector turístico, como todas las exportaciones, se beneficiaba de las devaluaciones que provocaban que venir de vacaciones a España fuera más barato, especialmente para los ciudadanos europeos con monedas fuertes. Esta circunstancia no se dará más, por lo que si queremos un turismo de cierto nivel, de precios sostenidos, deberemos mejorar y diversificar nuestra oferta, tanto en su componente público, como en su componente empresarial.

DÉFICIT PÚBLICO

EVOLUCIÓN DEL DÉFICIT PÚBLICO EN ESPAÑA. % DEL PIB



Fuente: Ministerio Economía y Hacienda.

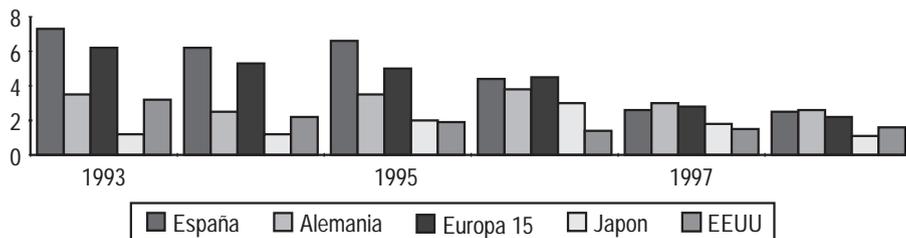
El déficit público juega un importante papel en la economía de un país, en tanto que repercute directa y ostensiblemente en la apreciación que los operadores tienen sobre una economía, y por lo tanto, con las consecuencias que tiene sobre el ritmo de crecimiento de la inversión, la producción y el empleo.

La existencia de un consenso en cuanto a la necesidad de mantener unas finanzas públicas saneadas, hizo que en el Tratado de Maastricht se fijara una cota del 3 % del PIB como déficit máximo, y señalara este criterio como básico.

La evolución experimentada por el déficit en los países europeos indica que los esfuerzos acometidos en la consolidación fiscal se han concentrado principalmente en los últimos años, en concreto desde 1993, una vez superada la crisis inicial de los noventa.

Uno de los elementos comunes de todos los Presupuestos de Estado desde la incorporación de España a la CE, en 1986, ha sido la necesidad de sanear las finanzas públicas y de homogenizar el nivel de déficit público al de nuestros socios europeos.

DÉFICIT PÚBLICO. & PIB



Fuente: Comisión Europea.

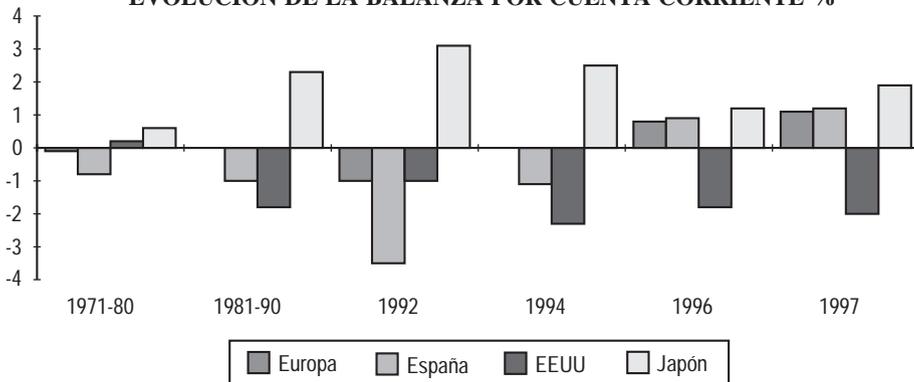
Los dos primeros años de esta etapa se caracterizan por un comportamiento ejemplar, ya que se logró reducir el déficit en 3,8 puntos porcentuales sobre el PIB, gracias al aumento de los impuestos directos, la estabilidad de los subsidios y ayudas públicas y la moderación del consumo público.

Esa senda se quebró en 1988, cuando se inició una etapa de alegría presupuestaria que no se volvió a romper hasta 1994. La huelga general de diciembre de 1988 y las presiones sociales se tradujeron en un importante aumento del gasto público, principalmente en pensiones e inversión. Este comportamiento se vio acentuado por la inversión en infraestructuras derivado de los acontecimientos de 1992.

A partir de 1996 se adoptaron medidas de reducción del gasto, a la vez se ha tenido como aliado el menor peso de la carga financiera por pago de intereses de la deuda pública, gracias a la disminución del tipo de interés, cuya evolución hemos analizado anteriormente.

BALANZA POR CUENTA CORRIENTE

EVOLUCIÓN DE LA BALANZA POR CUENTA CORRIENTE %



Fuente: Comisión Europea.

El turismo juega un papel decisivo como elemento corrector del déficit estructural que sufre nuestra Balanza por Cuenta Corriente como consecuencia de poseer una economía excesivamente dependiente del exterior con un valor de las importaciones de bienes superior al valor de las exportaciones, y en consecuencia una balanza comercial deficitaria.

A raíz de la reforma de los Fondos Estructurales, en 1992, y la introducción de los fondos de Cohesión (motivo del actual conflicto con Alemania), España se ve favorecida con la llegada de una importante suma de dinero procedente de dichos fondos, lo que junto con la favorable aportación del turismo y sin olvidar las devaluaciones de 1993 y 1995, que potenciaron la actividad exportadora, y el control sobre la evolución de los precios, han permitido un saldo positivo en los últimos tres años, algo que no ocurría desde nuestra entrada en la CE.

Como ya comentábamos, por lo que respecta al saldo de la balanza corriente, hay que señalar que a su favorable evolución ha contribuido, sobre todo, el comportamiento de los ingresos netos por turismo. En este sentido, en 1997 los ingresos por turismo crecieron en términos nominales un 11,9%, como consecuencia, entre otros factores, de la apreciación del dólar y la libra y por la recuperación de la demanda, consecuencia de la mejora en el poder adquisitivo, de aquellos países de los que proceden la mayor parte de los turistas.

TASA DE PARO

La UE presenta desde hace años niveles de desempleo elevados en comparación con EEUU y Japón. Dentro de la UE las tasas de desempleo se distribuyen de forma desigual, con países con tasas muy bajas como Luxemburgo y Austria (3% a 4%) y otros países con tasas muy altas como la española, italiana o francesa.

El problema del desempleo es el principal problema que hay que resolver por las negativas repercusiones socioeconómicas que conlleva, siendo el desequilibrio más importante de la economía española.

En 1994 la tasa de paro alcanzó el 24,1%. Actualmente (octubre 1998) la tasa de desempleo según la EPA (Encuesta de Población Activa) es del 18,5%, cifra que dista en exceso respecto de la ofrecida por el INEM que la sitúa en el 11,11% de la población activa.

El desempleo afecta en especial a los jóvenes. En España la cifra de menores de 25 años en situación de desempleo alcanza el 34,5%, frente a la tasa de paro de menores de 25 de Austria y Dinamarca, que disfrutaban del porcentaje de paro más bajo del Viejo Continente (6,4%).

Las previsiones de la Comisión Europea en relación al paro en España son positivas estima para otoño de 1999 una reducción de la tasa de paro al 17,2%.

La reducción del desempleo pasa necesariamente seguir en la línea de una paulatina flexibilización de la legislación laboral, que protegiendo al trabajador en su derechos elementales, dinamice el mercado de trabajo. Es necesario un cambio en la forma de entender el trabajo por ambas partes: empresarios y trabajadores. La competitividad empresarial pasa por posibilitar a la empresa los medios para ajustar su capacidad productiva a los cambios continuos en los mercados, evitando cualquier elemento que introduzca rigidez en dicha adaptación.

Una legislación laboral excesivamente rígida obstaculiza lo que debería ser una rápida capacidad de reacción. En caso de que la empresa opte por mantener su capacidad productiva fija independientemente de los niveles de actividad tendrá que asumir unos costes de subactividad que dañarán su competitividad e incluso pondrán en peligro su propia supervivencia.

Esta capacidad de adaptación del factor trabajo es si cabe, más necesaria en el caso de empresas turísticas, condicionadas por una elevada estacionalidad de la demanda lo que genera problemas para determinar la dimensión óptima, la elevada rigidez de los procesos productivos consecuencia de la elevada inmovilización financiera por las altas inversiones que exige este tipo de negocios y la elevada sensibilidad de la demanda ante los cambios en las variables que definen su comportamiento (gustos, precio, renta disponible, ...).

La falta de cualificación profesional es otro de los grandes problemas a resolver, y en especial, en el sector turístico. Actualmente, los gerentes y directores de personal de las empresas turísticas tiene grandes problemas para reclutar y seleccionar a trabajadores «de oficio» de acuerdo con el perfil profesional que la empresa precisa. El profesional del sector turístico en cualquiera de sus campos (Alojamiento, Restauración, Ocio y Recreo,...) debe ser un trabajador especializado, lo que redundará en una mayor productividad, mayor eficiencia y por lo tanto mayor calidad.

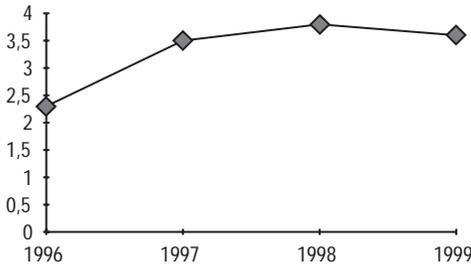
PRODUCTO INTERIOR BRUTO (PIB)

Representa la actividad económica total de un país. Una de las formas de medirla es mediante la suma de los gastos en los que incurren los compradores de bienes producidos. Así, el PIB será la suma del consumo y de la inversión tanto pública como privada y el saldo neto de las exportaciones menos importaciones. Representa una medida de la capacidad de una economía para generar riqueza. España mantiene en los últimos años tasas de crecimiento superiores a la media de los países de su entorno comunitario.

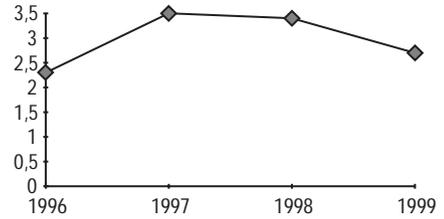
El informe de otoño de la comisión ha confirmado lo que ya había adelantado el FMI¹: la actual crisis financiera reducirá el crecimiento económico mundial, pero la UE, en su conjunto, se verá poco afectada por ello. Esta conclusión se aplica plenamente a España, uno de los países menos dañados por las turbulencias en los mercados, según la Comisión Europea, quien estima que el crecimiento del PIB español en 1999 se situará en el 3,6%.

1 El Fondo Monetario Internacional se creó en 1944 en un mundo de tipos de cambio fijos. En la actualidad los tipos de cambio varían. Las tareas actuales del FMI incluyen el fomento del crecimiento del comercio mundial a través de la estabilidad cambiaria y provisión de recursos a los países con dificultades. En las recientes actuaciones del FMI se ha criticado su escasa capacidad de prevención y su papel de último prestamista.

**EL CRECIMIENTO DEL PIB EN ESPAÑA
COMISIÓN EUROPEA**



**EL CRECIMIENTO DEL PIB EN ESPAÑA
FIM**



CICLO ECONÓMICO

El ciclo económico es la variación, en más o en menos, de la actividad económica a lo largo del tiempo. Hay cuatro situaciones básicas posibles que resumimos en el siguiente cuadro:

Fases del ciclo económico	
Depresión	Desempleo Bajo nivel de consumo
Recuperación	Aumento del empleo (no de los salarios) Aumento del consumo. Aumento de los precios
Auge	Aumento de la inversión. Aumento del empleo Aumento de los salarios
Recesión	Transición más o menos rápida desde la situación de auge hacia la de depresión

Conocer la situación en la que se encuentra la economía internacional y la nacional es fundamental para la planificación empresarial. Tradicionalmente, el crecimiento económico español es muy pro-cíclico. La economía española se recalienta con facilidad ante los desequilibrios macroeconómicos. Actualmente la economía mundial se encuentra en una fase de elevada incertidumbre ante la grave situación de economías de gran peso en el contexto internacional, caso de Japón, o bien por los efectos indirectos que puede ocasionar la resolución de su delicada situación político-económica (Dragones Asiáticos, Rusia, etc.).

Aunque esta inestabilidad va a ralentizar las previsiones de crecimiento económico, según los expertos, los efectos sobre nuestra economía serán mínimos.

Factores Político-legales:

El turismo es una manifestación social recreativa, lúdica o festiva. El demandante desea disfrutar y gozar de una situación que le resulta privilegiada por un corto periodo temporal. En consecuencia el estado de ese entorno (orden público, conflictividad laboral, animosidad contra el turismo, proyecciones radicales de ideologías o sentimientos religiosos etc.) juega un papel destacado para las decisiones del cliente (demanda), y por efecto indirecto en la empresa prestadora de servicios.

Factores socio-culturales:

- Pautas culturales dominantes.
- El nivel educativo.
- Variables demográficas.
- Distribución de la renta.

Desde el punto de vista turístico, es evidente las oportunidades y amenazas que representan las nuevas pautas culturales asociadas a estilos de vida saludables, o el impacto que provoca sobre la demanda el peso creciente de la población mayor de sesenta y cinco años y la disminución de la población infantil.

Factores Tecnológicos:

La tecnología es un factor determinante de la capacidad competitiva de las empresas. La empresa turística, necesariamente, ha de mantener un producto en el cual la relación entre la clientela y el prestador de servicios pueda hacerse entrañable; huyendo de la frialdad de la intermediación de la máquina, que sin ser incompatible con la actividad desarrollada añade un elemento distorsionador en el servicio transmitido, especialmente en las relaciones directas con los consumidores.

B. EL ENTORNO ESPECÍFICO

El entorno específico hace referencia a los factores del medio ambiente que afectan de forma singular a un conjunto de empresas con características similares.

El análisis de la estructura de un sector industrial tiene sus orígenes en los estudios de economía industrial, donde se considera que la estructura del mercado condiciona la conducta que pueden seguir las empresas, y esta conducta afecta a los resultados obtenidos en términos de beneficios y crecimiento.

Conocer la estructura del mercado implica realizar un minucioso estudio de cada una de las variables que lo constituye y entre las que podemos citar:

- El número y tamaño relativo de la empresa.
- La presencia o ausencia de barreras de entrada.
- Las características de los productos en cuanto a su estandarización o diferenciación.

- La existencia de sustitutivos próximos.
- El grado de integración vertical.
- La tecnología.
- Los costes de producción.

Toda empresa debe analizar cada uno de los elementos relacionados anteriormente con el fin de recabar información sobre la previsible evolución del sector en donde desarrolla su actividad y en base a la cual deberá programar su política de productos, de precios, diversificación hacia nuevos mercados y productos y acuerdos de colaboración con otras empresas.

Como comentamos al iniciar el presente trabajo, el profesor Manuel Figuerola Palomo ofrece su visión particular del entorno, añadiendo al conjunto de factores externo (Entorno Externo), un conjunto de circunstancias o elementos internos, que también condicionan la empresa, y que citamos a continuación.

1. Dimensión

Saber definir adecuadamente su dimensión será una circunstancia que condicionará el establecimiento de una correcta combinación productiva. Se pretende llegar por lo tanto a una empresa bien dimensionada, que será aquella que en términos económicos logre identificar el coste medio de la producción con el mínimo de la curva de costes totales medios a largo plazo.

En general, determinar dicha dimensión óptima en el caso de la empresa turística será mas complejo que en otras empresas de otro sector de actividad debido a las características que la tipifican: elevada estacionalidad de la demanda, imposibilidad de almacenar su producción, rigidez de los procesos productivos y elevada sensibilidad de la demanda.

2. Localización

Antes de toda decisión constructiva hay que evaluar el lugar destinado al proceso productivo. El lugar perfila el producto. Le traslada ciertas características propias, que le darán una apariencia al integrar clima, componentes paisajísticos, etc.

La localización, es un factor esencial para las empresas turísticas. Las tipologías de las empresa turísticas necesariamente han de estar identificadas con los lugares en donde se ubican. Los atentados que sufra el entorno paisajístico pueden resultar causas de graves problemas de desarrollo de la empresa, por lo que aquella siempre habrá de estar muy influida por los procesos que puedan afectar al marco territorial. Desde el punto de vista legal, las restricciones que se imponen a la intervención sobre el espacio condicionan los desarrollos empresariales (ordenamientos urbanos y planes de ordenación turística).

3. Modalidad

En el marco turístico una empresa como por ejemplo hotel que se especializa en clientela urbana, ofrece un perfil diferenciado a los hoteles que atienden exclusivamente corrientes motivadas por el litoral o las vacaciones.

Por lo tanto este elemento condiciona innumerable decisiones empresariales en la medida que existe para cada prototipo de producto un prototipo de empresa, que ha de estructurarse, financiarse y desarrollarse de acuerdo a los caracteres que la clientela a fijado en razón a sus requerimientos.

4. Categoría

La categoría de un establecimiento, no sólo responde a una imagen o nivel de prestación de servicios, sino que también condiciona los procesos y actividades de la empresa. Cualquier decisión necesariamente ha de estar relacionada con la categoría a la que pertenece la empresa.

5. Jerarquía

Los sistemas y modos de dirección crean un ambiente y un proceso de transmisión y recepción de órdenes y mensajes según cada caso.

6. Tecnología

Los caracteres de una empresa muy tecnificada o escasamente mecanizada perfilan los modos de producir, la combinación factorial, la capacidad de adaptación a corto plazo, el prestigio en el mercado etc.

En el marco de las empresas turísticas es necesario manifestar, que no ha de correlacionarse calidad de producción con elevado nivel de tecnificación o mecanización. La actividad turística se caracteriza por los principios de atención personal al cliente, con lo cual el exceso de automatización o mecanización pueden deteriorar la imagen de calidad, creando un entorno respecto a la imagen bastante negativo.

Junto a estos factores físicos, la empresa turística ha de considerar **elementos internos de carácter cualitativo** que van a condicionar la imagen del producto por medio del nivel de calidad que se ofrece. En este sentido cabe destacar como rasgos esenciales de ese entorno cualitativo:

1.- Empleados:

* Grado de motivación que proyectan los trabajadores.

* Nivel de formación.

* Experiencia.

2.- Correcto ordenamiento de actividades y relaciones interdepartamentales.

3.- Espíritu de responsabilidad, disciplina y fidelidad de la estructura social de la empresa a los objetivos económicos y estratégicos.

CONCLUSIÓN

Analizando este conjunto de factores, podemos señalar que las empresas españolas están viviendo uno de los momentos más dulces de los últimos años. Según la Central de Balances del Banco de España (CBT) del primer trimestre del ejercicio, los benéficos

empresariales de las empresas no financieras se incrementaron en un 13% debido a la mejora general de la actividad económica y la reducción de la carga financiera por el descenso de los tipos de interés. El incremento de la actividad está empujando el número de empresarios, que asumen riesgos y crean su propio negocio, hasta cifras históricas, lo que está transformando el sistema productivo español.

Y, si bien la progresión del incremento en la actividad y de los beneficios empresariales, experimentada desde 1996, parece moderarse, las empresas pueden seguir incluyendo aún en sus previsiones un escenario económico positivo con bajos tipos de interés, liquidez en el sistema, inflación moderada y déficit público controlado, y no han de dejarse influir por las depresiones y euforias de los mercados financieros, debiendo tener los ánimos calmados, mientras las expectativas se mantengan positivas. Sin embargo, no ha de olvidarse que el principal punto de interconexión entre la economía financiera y productiva es el comercio internacional, que las devaluaciones de las monedas de los países en crisis disminuyen la competitividad de nuestros productos en los sectores más abiertos al comercio exterior, perjudicando las exportaciones, y afectando a la economía real, enfriando el crecimiento del PIB.

BIBLIOGRAFÍA

- Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y PYME. «Revista; Turismo Informa». Nº 15, 16 y 17. Edita. Ministerio de Economía y Hacienda.
- BUENO CAMPOS, EDUARDO: «Economía de la Empresa: Análisis de las decisiones empresariales». Edit. Pirámide, 1990.
- CUERVO GARCÍA, ÁLVARO: *Introducción a la administración de empresas*. Ed. Civitas. Madrid 1996.
- FIGUEROLA PALOMO, MANUEL: *Economía para la gestión de las empresas turísticas: Organización y financiación*. Ed. Centro de Estudios Ramón Areces. Madrid 1995.
- Artículos prensa último trimestre. Periódico Expansión.
- Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Murcia. «La economía de Murcia en 1997». Nº 63 Mayo-Junio 1998. Dep. Legal MU-1.330-1998.