

La empresa y su entorno

BLOQUE 1 EMPRESA Y CULTURA EMPRENDEDORA

10

El cambio climático abre vías de negocio para las empresas

España se enfrenta a la «aridificación» y es uno de los territorios más vulnerables al cambio climático, según la Fundación Entorno-BCSD España. La aclimatación a la nueva situación medioambiental implica, dentro de las compañías, el «desarrollo de nuevos productos y servicios, el acceso a nuevos mercados y la puesta en marcha de un marco regulatorio más favorable», según se desprende del documento *Adaptación: liderazgo empresarial ante el cambio climático en España*, presentado por dicha fundación.

Fuente: *Cinco días*, 14 de julio de 2008.



ACTIVIDADES INICIALES

1 A partir del texto de la página anterior, organizad un coloquio en clase en torno a las siguientes cuestiones:

- ¿Hasta qué punto son responsables las empresas del cambio climático?
- ¿Hay algo que puedan hacer las empresas para solucionar los problemas del medio ambiente?
- ¿Pueden ganar dinero las empresas combatiendo el cambio climático?

PARA...

- Identificar las funciones básicas de una empresa con el objeto de comprender los mecanismos básicos de funcionamiento de una pyme del sector.
- Reconocer la interrelación de la empresa con su entorno general y específico para interpretar el funcionamiento de la empresa como sistema.
- Identificar los componentes del entorno de una pyme del sector para determinar los factores internos y externos que influyen en su actuación.
- Distinguir la cultura empresarial y la imagen corporativa de una pyme del sector para valorar su importancia en la consecución de los objetivos empresariales.
- Valorar la necesidad de establecer un plan de responsabilidad social y medioambiental como único medio de asegurar un desarrollo sostenible y respetuoso con el entorno social y medioambiental.
- Elaborar un Balance social sencillo de una empresa del sector con el objeto de reconocer e identificar prácticas y valores éticos y sociales que se deben llevar a cabo en dicho sector.

SEGUIREMOS ESTE PLAN:

1. ¿Qué es una empresa?

- 1.1. Funciones y objetivos de la empresa
- 1.2. Los elementos de la empresa

2. ¿Qué hay alrededor de la empresa?

- 2.1. El entorno específico
- 2.2. El entorno general

3. La cultura empresarial

- 3.1. Elementos de la cultura empresarial
- 3.2. La imagen corporativa

4. ¿Cómo influye la empresa en su entorno?

- 4.1. La responsabilidad social de las empresas
- 4.2. Responsabilidad medioambiental
- 4.3. El Balance social

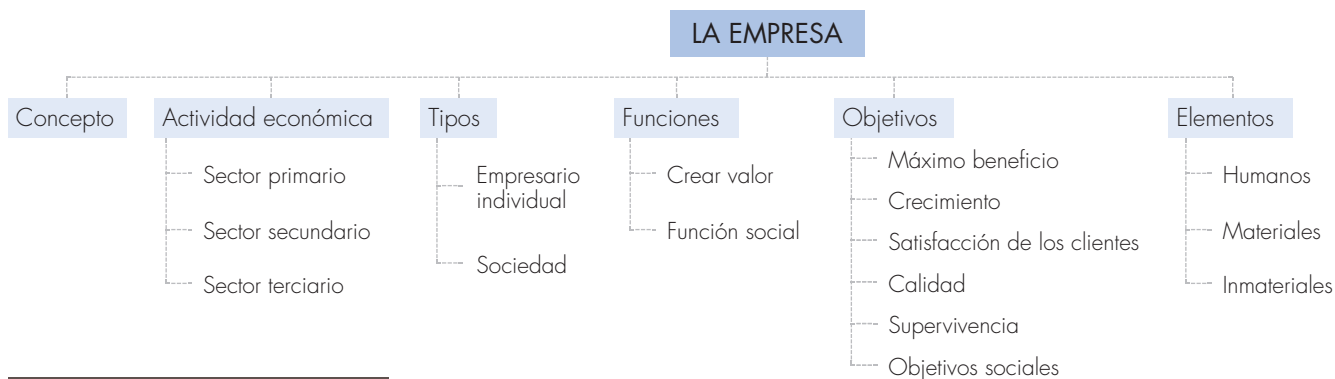


Para saber más

Las empresas son entidades con personalidad jurídica propia. En el caso de las sociedades deben inscribirse en el Registro Mercantil.

1 ¿Qué es una empresa?

Las empresas son la base de nuestro sistema económico. Producen los bienes y servicios que nos son necesarios y a la vez proporcionan a los trabajadores el dinero preciso para comprarlos. En esta unidad veremos cómo funciona una empresa y cómo se relaciona con el entorno.



¿Sabías que...?

Las cooperativas son las empresas más democráticas. Por ejemplo, en una cooperativa agraria vale lo mismo el voto de un socio que aporta 10 000 hectáreas que el del que aporta una hectárea.

Empezaremos por una definición del término *empresa*:

Empresa

Entidad que integra un conjunto de elementos organizados y dirigidos para alcanzar una serie de objetivos mediante la realización de una determinada actividad económica.

Dentro de una empresa hay diversos elementos, como herramientas, personas... Estos elementos deben estar organizados. Este aspecto resulta fundamental, pues una empresa no es sólo un conjunto de máquinas, mobiliario, dinero, trabajadores..., sino que todo esto debe estar dirigido y organizado por una figura llamada **empresario**.

Existen muchos **tipos de empresa**, dependiendo de su tamaño (pequeñas, medianas y grandes), su ámbito de actuación (locales, nacionales, multinacionales...) o según la **actividad económica** que desarrollen (empresas del sector primario, secundario o terciario).

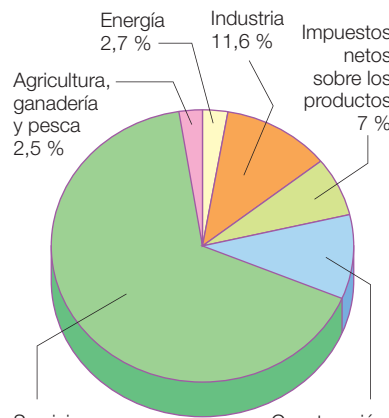
Las empresas deben ser creadas de acuerdo con la legislación vigente. La modalidad más sencilla es el **empresario individual**, que es simplemente una persona que realiza una actividad empresarial por su cuenta, por ejemplo el propietario de una tienda, o un profesional autónomo, como un electricista. Cuando la actividad empresarial es más compleja lo normal es constituir **sociedades**, mediante las cuales varias personas se unen para formar la empresa.

El siguiente esquema recoge las diferentes modalidades de empresa.



➔ Véase SUPUESTO 1.

Distribución de la economía española por sectores de actividad (INE, 2009).



1.1. FUNCIONES Y OBJETIVOS DE LA EMPRESA

Como hemos visto, las organizaciones empresariales se encaminan hacia unos objetivos, y para ello desarrollan una serie de funciones.

FUNCIONES DE LA EMPRESA

Las funciones que llevan a cabo las empresas se pueden agrupar en dos categorías:

- **Creación de valor.** Gracias a las empresas se obtienen productos como los automóviles, se prestan servicios como la telefonía... Sin ellas nuestra vida sería mucho más difícil.
- **Función social.** Las empresas proporcionan los ingresos necesarios para vivir, bien a través de los salarios que pagan a sus empleados o de los beneficios que obtienen sus propietarios. Otra importante función social es que promueven el avance tecnológico y la innovación.

OBJETIVOS EMPRESARIALES

Muchas veces se piensa que el único objetivo de las empresas es ganar dinero, obtener beneficio. Si bien eso es cierto, no es lo único que pretenden los empresarios. Veamos los objetivos más importantes:

- **Máximo beneficio.** Entendemos por beneficio la diferencia entre los ingresos y los gastos. Es el objetivo más importante, pues de ello depende la supervivencia de la empresa. De hecho, muchos de los objetivos que presentamos a continuación conducen antes o después a un incremento en los beneficios empresariales.
- **Crecimiento.** Es muy conveniente que las empresas reinviertan los beneficios con tal de crecer y aumentar su participación en el mercado, con el fin de alcanzar un tamaño que permita una mejor posición en el futuro.
- **Satisfacción de los clientes.** Los clientes son imprescindibles para la empresa; es necesario tratarlos bien para que queden satisfechos y confíen en nosotros en un futuro, y conseguir así su fidelización.
- **Calidad.** Hoy en día nadie se puede permitir el lujo de no ofrecer calidad en los bienes y servicios producidos. De otro modo los clientes acudirán a la competencia. La calidad no debe estar sólo en los productos, sino en todo el proceso productivo y en el de distribución.
- **Supervivencia.** En ocasiones la situación es tan delicada que la empresa sólo puede aspirar a mantenerse y esperar a que cambien los tiempos. Es lo que sucede en un período de crisis.
- **Objetivos sociales.** Cada vez está más claro que las empresas no pueden limitarse a los objetivos puramente económicos, sino que deben tener en cuenta aspectos como el respeto al medio ambiente o el aseguramiento de un nivel de vida digno para los trabajadores.

Para saber más

La I + D + i (investigación, desarrollo e innovación) es una actividad fundamental en la sociedad actual, y son principalmente las empresas quienes la desarrollan. Sin ella, el teléfono móvil, el ordenador o Internet no existirían.



Para saber más

El dinero necesario para que las empresas funcionen forma parte del capital. Se denomina **capital financiero**, para distinguirlo del capital físico (maquinaria, edificios, vehículos...). A los trabajadores se les considera el **capital humano** de la empresa.

¿Sabías que...?

En la actualidad son mucho más numerosas las **empresas de servicios** que las que producen bienes (fábricas). Basta observar dónde trabaja la mayoría de nuestros conocidos. Entre los servicios que proporcionan más empleos se encuentran los comercios, el transporte, la Administración pública, la banca...

Para saber más

Tradicionalmente se consideraba que los factores productivos son tres: tierra, trabajo y capital. En la actualidad se añade un **cuarto factor**: el **empresario**.

1.2. LOS ELEMENTOS DE LA EMPRESA

Una empresa está compuesta de un gran número de elementos, todos ellos necesarios para realizar su actividad. Los podemos clasificar en tres grandes grupos:

• Elementos humanos:

- **Trabajadores.** Constituyen la mano de obra imprescindible para que la empresa realice su actividad.
- **Empresario.** Desarrolla una función fundamental, pues coordina y organiza toda la actividad productiva. Sin su concurso, la empresa sería una mera acumulación de elementos sin un propósito definido. Además, es quien asume el riesgo de la actividad empresarial.

• Elementos materiales:

- **Recursos naturales.** Constituyen las materias primas y cualquier otro recurso obtenido directamente de la naturaleza.

EJEMPLO

La madera utilizada para fabricar tablonos o las tierras donde se siembra cereal.

- **Capital físico.** A diferencia de los recursos naturales, el capital se ha obtenido mediante la acción de las personas.

EJEMPLO

Las máquinas y herramientas utilizadas en una fábrica, los ordenadores de un banco o las furgonetas de una empresa de reparto.



- **Elementos inmateriales.** Este grupo comprende aspectos difíciles de valorar pero en muchos casos importantísimos para la empresa.

EJEMPLO

Las marcas, la **imagen** y el prestigio de la empresa, la **estructura organizativa** adoptada o la **experiencia** acumulada, comúnmente denominada «saber hacer» (en inglés, *know how*).

Las empresas combinan todos los elementos que acabamos de citar en el denominado *proceso productivo*.

Proceso productivo

Procedimiento mediante el cual las empresas transforman unas entradas o inputs (materias primas, trabajo, capital...) en salidas o outputs (bienes y servicios) usando la tecnología adecuada y gracias a la labor organizativa del empresario.

1. Tras cinco años trabajando en una tienda de moda, Lucía decide dar el salto y establecerse por su cuenta abriendo un negocio, que en un principio llevará ella sola. Veamos si puede considerarse que va a crear una empresa.

Sí, es una empresa en la modalidad de empresario individual, pues se trata de una persona que va a poner en marcha una actividad empresarial (comercio) contando con una serie de recursos para alcanzar unos objetivos.

2. Al hacer una valoración de los activos de la empresa Coca-Cola, un informe determina que vale más

la marca que el conjunto de fábricas y establecimientos de la compañía por todo el mundo. ¿Cómo es esto posible?

Una empresa no sólo tiene elementos humanos y materiales, sino también inmateriales como, por ejemplo, la marca, que pueden superar en valor a los otros dos.

En el caso de Coca-Cola, su valor es tan grande porque es una marca más valorada y reconocida en todo el mundo; con toda probabilidad, el mismo refresco bajo otra marca desconocida apenas se vendería.

CUESTIONES

- 1 Define el término *empresa* e ilustra la definición con un ejemplo perteneciente a tu sector de actividad.

- 2 La importancia de las pymes es tal que en el Gobierno español existe la Dirección General de Política de la pyme. Su sitio web es **www.ipyme.org**

— Investiga si existe una estructura semejante en tu comunidad autónoma.

- 3 Entra en la página web **www.paginas-amarillas.es** y busca tres empresas del sector productivo de tu ciclo formativo. Explica de forma breve la actividad económica que desarrollan.

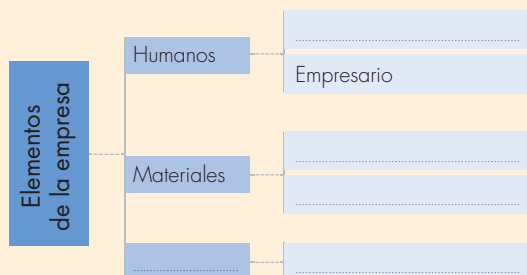
- 4 Explica el modo en que crea valor una empresa dedicada al transporte de mercancías.

- 5 Juan Gallardo es socio de una entidad financiera dedicada fundamentalmente a conceder créditos a personas que tienen dificultad en obtenerlos de los bancos. Él considera que el único objetivo de la empresa debe ser ganar cuanto más dinero mejor.

— Argumenta si es correcta su opinión y valora esta actuación especulativa.

- 6 ¿Es equivalente el objetivo de crecimiento al de máximo beneficio? Argumenta tu respuesta.

- 7 Copia y completa el siguiente esquema.



- 8 Busca la Cámara de Comercio que corresponde a tu provincia, anota su sitio web e indica en qué sector/es de actividad se agrupan las empresas que en ella aparecen.

- 9 ¿Qué tipos de actividades económicas puede desarrollar una empresa en general? ¿Cuáles son más propias de tu sector?

- 10 Enumera los objetivos de una empresa y explica dos de ellos.

- 11 Conéctate a la página web del Consejo Superior de Cámaras de Comercio, y dentro del enlace **www.camaras.org/publicado/censoempresas.html**, fíjate en el apartado *Consultar Censo Nacional de Empresas*.

— Localiza una empresa de tu municipio y determina de qué tipo de empresa se trata y a qué se dedica.

- 12 Conéctate a la página web de la Confederación Española de Cooperativas de Trabajo Asociado, en **www.coceta.coop**.

— Clica en el apartado *Una C.T.A.* de la pestaña *Coceta* y determina las principales ventajas de esta modalidad empresarial.

- 13 Elabora una tabla con las distintas modalidades de sociedades en la que aparezcan las principales características de cada una de ellas.

- 14 ¿Cuáles son los *inputs* (entradas) y los *outputs* (salidas) más importantes en una empresa de tu sector?

- 15 Cita y explica brevemente tres procesos productivos correspondientes a empresas de servicios relacionadas con tu sector productivo.

2 ¿Qué hay alrededor de la empresa?



La empresa no es un ente aislado, sino que **interacciona** con todo lo que la rodea. Esto es lo que se conoce como **entorno empresarial**, que analizaremos en este apartado.



Las empresas no tendrían razón de ser si no hubiera una relación con los clientes o con los proveedores que les suministran las materias primas. También están afectadas por la competencia, las leyes que dicte el Gobierno sobre pago de impuestos, el respeto al medio ambiente... En definitiva, no se puede entender la empresa sin tener en cuenta su **entorno**.

Al relacionarse con su entorno se dice que la empresa es un **sistema abierto**. Es un sistema porque consta de una serie de elementos interrelacionados, como vimos en el apartado anterior, y es abierto porque está en continua interacción con el exterior.

Sistema empresarial

Conjunto de elementos (subsistemas) relacionados entre sí y con su entorno, encaminados a cumplir una serie de objetivos.

Son varios los **subsistemas** que componen el sistema empresarial. Los más importantes son el de *producción*, el *comercial*, el *financiero* y el de *recursos humanos*.

Todos ellos se relacionan en mayor o menor medida con el entorno, lo que deberá tenerse en cuenta para diseñar el proyecto empresarial, como iremos viendo a lo largo del libro.

Tradicionalmente el entorno de la empresa se divide en dos grandes grupos: *específico* y *general*.

- **Entorno específico.** Afecta de modo especial a nuestra empresa, y es más cercano.
- **Entorno general.** Afecta a todas las empresas, y no lo hace de modo tan directo.

El gráfico de la derecha ilustra ambos tipos de entorno.



2.1. EL ENTORNO ESPECÍFICO

Este entorno comprende aquellos elementos externos a la empresa que están **relacionados estrechamente** con ella y, por tanto, tienen una influencia muy directa.

EJEMPLO

Un ejemplo muy claro son los clientes: sin ellos la empresa no tendría ingresos y, por tanto, desaparecería. Además, es necesario orientar las actividades productivas y comerciales a satisfacerlos.

Para saber más

En ocasiones, los proveedores o los clientes tienen mucho **poder de negociación** debido a su tamaño, e imponen sus condiciones a las empresas. Así sucede, por ejemplo, con las grandes superficies comerciales, que obligan a sus proveedores, en muchos casos empresas pequeñas, a aceptar unos precios muy bajos y unos plazos de cobro muy largos.

El análisis del entorno específico es fundamental a la hora de decidir dónde se ubica la empresa. Los principales componentes del entorno específico son los siguientes:

COMPONENTES DEL ENTORNO ESPECÍFICO

Proveedores

Como ya hemos visto, todas las empresas sin excepción necesitan una serie de entradas o *inputs* para realizar su proceso productivo. Las empresas o personas que los proporcionan se denominan proveedores. Cuando se trata de factores como electricidad, agua, teléfono... a las empresas que los sirven se les suele denominar **suministradores**.

Clientes

Los clientes son los destinatarios del bien o servicio prestado por la empresa. Pueden ser consumidores finales o bien otras empresas que usan esos productos como *inputs* de sus procesos productivos.

Competidores

Una empresa nunca puede perder de vista a aquellos que pueden hacerle la competencia, bien porque ofrezcan el mismo tipo de producto o porque ofrezcan un producto alternativo. Por ejemplo, para una empresa como Iberia no sólo son competencia otras compañías aéreas, sino también las líneas de ferrocarril de alta velocidad que cubran el mismo trayecto.

Entidades financieras

Las más comunes son los bancos, que prestan dinero a las empresas a cambio de un interés. Constituyen un elemento indispensable para la financiación de la empresa.

Administraciones públicas

Con este término nos referimos no sólo al Estado y a las comunidades autónomas, sino también a las diputaciones provinciales y, sobre todo, a los ayuntamientos.

Es fácil comprobar la estrecha relación entre una empresa y el Ayuntamiento de la localidad donde se encuentra establecida: por ejemplo, para abrir un establecimiento es necesario solicitar la licencia de apertura, y además hay que pagar impuestos municipales como el Impuesto sobre Bienes Inmuebles (IBI).

Mercado laboral

No en todas partes existen las mismas condiciones laborales. Como veremos, estos factores son muy importantes en la decisión de localización de una empresa. Los más importantes son:

- **Costes salariales.** Constituyen una de las principales fuentes de costes de la empresa, por lo que es lógico que los quieran reducir.
- **Cualificación.** En ciertos sectores se necesitan trabajadores con un alto nivel de formación, por lo que las empresas deben instalarse en países y regiones donde sea posible encontrarlos. Es lo que ocurre en el sector de las nuevas tecnologías y en muchas empresas de servicios (bancos, sanidad...).

Comunidad

Finalmente, existe un elemento del entorno específico que en muchos casos se olvida y sin embargo está fuertemente vinculado a la empresa: la comunidad donde se inserta, con una estructura social determinada, una mayor o menor inquietud por el medio ambiente y con un estilo de vida determinado.

Para saber más

Mediante el fenómeno de la **deslocalización** muchas empresas extranjeras están abandonando nuestro país en busca de mercados laborales más favorables.

2.2. EL ENTORNO GENERAL

En este caso nos referimos a factores **no tan directamente vinculados** a la empresa pero que en muchas ocasiones tienen una influencia decisiva.

Este entorno es más difícil de controlar, pues depende de factores que están fuera del alcance de la empresa. Sin embargo, es necesario efectuar un análisis y un seguimiento detallados de esta situación con el objeto de adelantarse a posibles cambios. De este modo se tendrá capacidad de reacción para aprovechar las oportunidades que surjan o para protegernos ante futuras amenazas.

En la siguiente tabla ofrecemos un ejemplo de cada uno de los **componentes** de este entorno:

COMPONENTES DEL ENTORNO GENERAL	¿QUÉ SON? / ¿EN QUÉ INFLUYEN?	EJEMPLO
Económicos	Factores como la tasa de desempleo, la inflación, los tipos de interés... condicionan los salarios que se van a pagar, el coste de un préstamo, la evolución de las ventas...	En una época de crisis todas las empresas sufren. Un buen análisis del entorno económico debe permitir a la empresa adelantarse a esta situación y prepararse para afrontar los malos momentos.
Tecnológicos	Los avances técnicos en maquinaria, electrónica, y especialmente en las nuevas tecnologías, hacen más fácil el trabajo de las empresas, reducen costes y abren nuevas oportunidades de negocio.	Las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) como Internet han cambiado la forma de hacer negocios. Quien no aprovecha esta herramienta queda en situación de desventaja frente a los competidores.
Político-legales	Normas legales sobre impuestos, contratación de trabajadores, especificaciones técnicas obligatorias... que hacen que la organización de la empresa se adapte para cumplirlas.	Una nueva regulación sobre los contratos laborales tiene un impacto directo sobre las empresas, que pueden, por ejemplo, verse incentivadas a firmar más contratos indefinidos o a contratar a ciertos colectivos (desempleados de larga duración, discapacitados...) por un ahorro en el coste en las cuotas de Seguridad Social.
Demográficos	Edad de la población, distribución por sexos, nivel de ingresos... Todos estos factores influyen en la localización de la empresa y la adaptación de sus productos al mercado al que se dirigirán.	El abandono del medio rural en favor de las grandes urbes ha supuesto una oportunidad para muchas empresas como, por ejemplo, las grandes superficies comerciales.
Socioculturales	Estilo de vida, hábitos alimentarios, religión... son factores que condicionan el comportamiento de las personas y, en consecuencia, afectan a sus hábitos de consumo.	Los inmigrantes procedentes de los países de América del Sur demandan productos propios de su cultura (alimentación, vestimenta...).
Medioambientales	El daño causado al medio ambiente debido a la contaminación, al cambio climático... supone un esfuerzo para las empresas para minimizar su impacto medioambiental y a la vez una oportunidad de nuevos negocios.	Una empresa del sector químico debe adaptar su sistema productivo para que sea menos contaminante: tanto porque lo exige la ley como porque, en caso contrario, los propios consumidores la penalizarán acudiendo a empresas de la competencia más respetuosas con el medio ambiente.

Una empresa pretende implantarse en un país donde los costes de personal son como media más bajos que en otros lugares. Además, no existe un salario mínimo, la jornada laboral no tiene límite y no hay una regulación sobre la edad mínima para trabajar.

— Veamos cómo le afectan estas condiciones del entorno.

El hecho de que los salarios sean menores favorece que se reduzcan sus costes laborales, por lo que en este sentido le interesa ubicarse allí.

Sin embargo, parece claro que existe una explotación de los trabajadores, ya que éstos no tienen apenas derechos, e incluso se permite que trabajen niños. En este sentido, y como veremos en el apartado de la responsabilidad social, existen unas consideraciones de tipo ético y moral que deberían hacer desistir a la empresa de establecerse en ese país.

➔ Véase SUPUESTO 2.

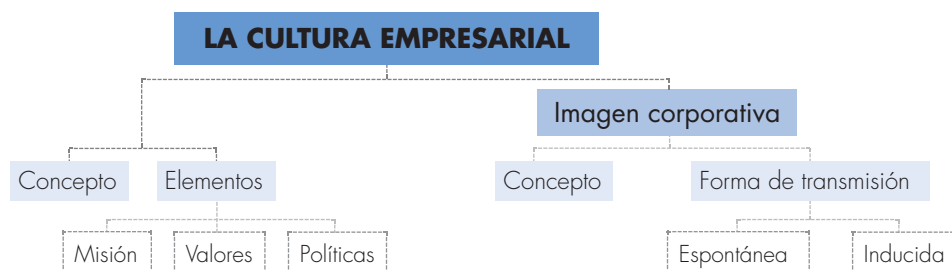
CUESTIONES

- 16** Ilustra mediante ejemplos el hecho de que la empresa sea un sistema abierto.
- 17** ¿Cuáles son los subsistemas del sistema empresarial y cómo se relacionan entre ellos?
- 18**  Elabora un esquema en el que aparezca el entorno general y específico de tu sector productivo, poniendo al menos un ejemplo de cada componente.
- 19** Una empresa se dedica a la reparación y mantenimiento de equipos informáticos.
 - ¿Cómo le afecta el entorno específico en cuanto a proveedores?
- 20** ¿Crees que las empresas de servicios afectan de algún modo a la comunidad donde se encuentran?
 - Argumenta tu respuesta.
- 21** ¿Cómo ha afectado a las empresas la aparición de otras nuevas en los sectores de la comunicación y la energía frente a los monopolios que existían con anterioridad? Razona tu respuesta.
- 22**  Explica cómo influye cada uno de los componentes del entorno general en una empresa de tu sector productivo.
- 23** Antonio Mantilla es un empresario residente en Cataluña que pretende abrir una sucursal en una localidad de Aragón. ¿Crees que le puede afectar el entorno político-legal? ¿En qué sentido? Razona tu respuesta.
- 24**  Explica cómo ha influido en los últimos años el entorno tecnológico, especialmente las TIC, en las empresas de tu sector productivo.
- 25**   Busca por Internet en la página web de la Consejería de Educación de tu comunidad autónoma los ciclos formativos que se imparten en tu provincia.
 - Determina qué tipos de empresa pueden aprovecharse de la formación que se imparte en ellos.
- 26**   Identifica una pyme de tu sector productivo en tu provincia (puedes utilizar la página web de la Cámara de Comercio).
 - Redacta un breve análisis de su entorno general y específico.
- 27**  ¿Qué es el entorno de una empresa y qué tipos de entorno existen?
- 28**  Enumera los componentes del entorno específico y explica dos de ellos.
- 29**  Enumera los componentes del entorno general y explica dos de ellos.
- 30**    Manuela Villarín pretende abrir una empresa del ámbito de tu sector productivo en tu localidad.
 - Indaga sobre la competencia que se va a encontrar y cómo puede afectarle.
- 31**  Argumenta cómo puede influir en una empresa una bajada en los tipos de interés.
 - ¿Y un aumento de la tasa de desempleo?
- 32**  ¿Qué factores del entorno general en España pueden atraer a empresas de otros países a instalarse aquí?

3 La cultura empresarial

Así como las sociedades se caracterizan por poseer una cultura propia que influye poderosamente en el comportamiento de sus miembros, también las empresas tienen una cultura.

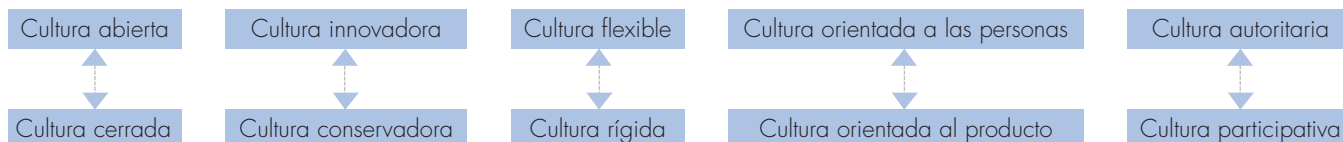
La cultura empresarial está formada por un **conjunto de valores compartidos**, y debe ser asumida por todos sus integrantes.



Cultura empresarial

Compuesta por el conjunto de valores, creencias y principios fundamentales compartidos por sus miembros.

La cultura influye en el día a día de la empresa y en su organización, en aspectos tan cotidianos como la comunicación entre los trabajadores y de éstos con los directivos, el grado de autonomía en el trabajo, la contratación de nuevos trabajadores o el trato con los clientes. Veamos algunos ejemplos de culturas contrapuestas:



Los tipos de cultura que aparecen en la parte superior del esquema son preferibles, pues se adaptan mejor al entorno actual de las empresas.

3.1. ELEMENTOS DE LA CULTURA EMPRESARIAL

Dentro de la cultura empresarial podemos distinguir tres **elementos** principales:

- **Misión.** Propósito último que mueve a la empresa, su razón de ser. Se puede entender como una filosofía empresarial. Por ejemplo, la misión de una empresa como Mercedes Benz puede ser fabricar vehículos de máxima calidad que satisfagan las necesidades de los clientes más exigentes.
- **Valores.** Cualidades que están presentes en la empresa y que influyen en el comportamiento de todos sus miembros. Por ejemplo, la ética. De hecho, cada vez es más común que se incorporen valores éticos en el mundo de los negocios.
- **Políticas.** Líneas de acción mediante las cuales la empresa define su identidad. Por ejemplo, la política de igualdad de oportunidades para los empleados que practican muchas empresas forma parte de su cultura. Sus trabajadores saben que la promoción será fruto de su trabajo, y no habrá favores personales.

¿Sabías que...?

Actualmente, debido a la creciente preocupación por la responsabilidad social de las empresas y a la incorporación de códigos éticos, es muy importante que las empresas incorporen en su cultura valores de no discriminación (en relación con la mujer, la raza, la religión...).

3.2. LA IMAGEN CORPORATIVA

La imagen es un concepto relacionado de una forma muy estrecha con la cultura empresarial. Ésta contribuye a que el público perciba a la empresa de una determinada manera.

Imagen corporativa

Conjunto de impresiones que suscita en el público. Es el modo como se percibe la compañía.

La imagen de la empresa se crea y transmite de dos maneras:

- De forma **espontánea**, simplemente mediante la actuación de la empresa que es observada por los empleados, clientes, proveedores... y se difunde por toda la comunidad.
- De forma **intencionada**, mediante una campaña organizada y planificada; por ejemplo, a través de anuncios publicitarios y otras campañas de *marketing*.

Lo importante es que la **difusión** sea lo más amplia posible, pues de nada sirve que una empresa tenga una imagen impecable si nadie la conoce.

Hoy día la imagen es fundamental para muchas empresas, algo que se comprueba en las **campañas publicitarias** de grandes compañías, en las que se invierten enormes sumas de dinero con el fin de crear una determinada imagen y mantenerla en la mente de los consumidores.

¿Sabías que...?

Las **marcas** y los **logotipos** contribuyen a difundir la imagen de muchas empresas, hasta el punto de que la sola visión da una imagen de solidez y confianza.

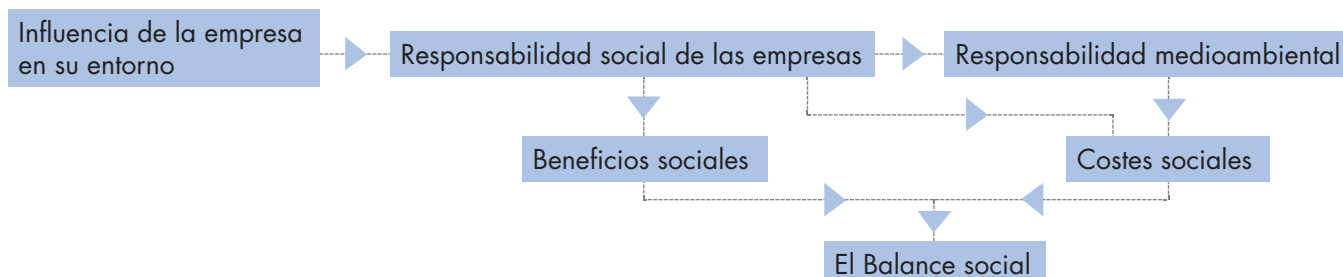


CUESTIONES

- 33** Pon dos ejemplos sobre valores positivos de la cultura empresarial, uno referido al trato con los trabajadores y otro a la relación con los clientes.
- 34** ¿Qué es la política empresarial? Ilústralo mediante un ejemplo.
- 35** ¿Cómo contribuyen las marcas a crear la imagen corporativa de una empresa?
- 36** Ilustra mediante ejemplos cómo puede una empresa transmitir su imagen de una forma espontánea.
- 37** Considera el caso de una empresa de tu sector productivo y explica qué imagen percibes de ella.
- 38** Argumenta si todas las empresas pueden utilizar la publicidad para transmitir su imagen o es un medio sólo al alcance de las más grandes.
- 39** Busca por Internet una definición del término *imagen corporativa*, por ejemplo en la enciclopedia virtual Wikipedia, y compárala con la definición propuesta en este libro.
- 40** ¿De qué maneras se puede transmitir la imagen de una empresa?
- 41** Define el concepto de *cultura empresarial*.
- 42** Elabora un esquema con los elementos de la cultura empresarial y una breve explicación de éstos.
- 43** Entra en el sitio web de la empresa Mercadona: **www.mercadona.es**
Haz clic en el apartado *Nuestra empresa*. A continuación, clic en la pestaña *Modelo de gestión*.
— Lee su contenido y explica los principales elementos de la cultura empresarial de esta compañía.
- 44** En la página web de YouTube teclea «imagen corporativa» y elige uno de los vídeos referido a una empresa concreta.
— A continuación, analiza cómo dicha empresa ha creado su imagen corporativa y di qué te sugiere.

4 ¿Cómo influye la empresa en su entorno?

La relación de las empresas con su entorno tiene una doble dirección: el entorno influye en las empresas y a su vez las empresas influyen en él. Debido al aumento tanto del número de empresas como de su tamaño, se han multiplicado los **efectos de las empresas** sobre la **sociedad**.



4.1. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS

Las empresas no pueden permanecer de espaldas a los efectos que ocasionan sobre la sociedad. Es por ello que en los últimos tiempos ha cobrado gran importancia el estudio de su responsabilidad social.

Para saber más

El desarrollo sostenible consiste en un nivel de crecimiento y avance de la economía que no ponga en peligro la posibilidad de seguir creciendo en el futuro.

Responsabilidad social corporativa

Compromiso de las empresas que hace que se preocupen no sólo por sus intereses económicos, sino también por la repercusión de sus actividades en el conjunto de la sociedad.

La razón de ser de este fenómeno se encuentra en las llamadas **externalidades**, que son repercusiones de la actividad empresarial que no están recogidas por el mercado.

EJEMPLO

Si una fábrica contamina el agua de un río y como consecuencia no puede beberse, normalmente no paga por ello. Esto genera un coste social (el agua ha dejado de ser potable), pero a la empresa le sale gratis. La empresa debería asumir ese coste externo, invirtiendo en una tecnología más limpia.

La responsabilidad social es un fenómeno reciente que tiene lugar en los países desarrollados. Veamos las **etapas** de su implantación:

1.ª etapa. Cumplimiento de la ley	Las empresas cumplen las obligaciones legales . <i>Ejemplo.</i> El reciclaje de residuos aumenta los costes de la empresa, porque no tienen más remedio que cumplir la ley. Otro ejemplo puede ser la reciente aprobación de la Ley de Igualdad que, entre otras medidas, ha fijado un permiso de paternidad de 15 días.
2.ª etapa. Reacción a las demandas de la sociedad	Las empresas ven las actuaciones en materia de responsabilidad social como una oportunidad de ganar prestigio ante sus clientes. <i>Ejemplo.</i> La cadena de supermercados Mercadona tiene varias propuestas sociales en favor de sus trabajadoras: ampliación del permiso de maternidad, guarderías en centros de trabajo...
3.ª etapa. Conciencia social	Las empresas incorporan en su cultura valores sociales por convencimiento . <i>Ejemplo.</i> Las empresas están inmersas en una sociedad con unos valores determinados en los cuales deben participar, de igual forma que el ciudadano no puede olvidar su papel social cuando actúa como cliente.

4.2. RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL

Dentro de la responsabilidad social cobra una especial importancia la repercusión de las actividades de la empresa sobre el medio ambiente.

Por desgracia, muchas actividades empresariales, sobre todo en el sector de la industria, son perjudiciales para el entorno, por lo que suponen una serie de **costes sociales**, aunque también es cierto que están surgiendo empresas que generan beneficios para el medio ambiente como, por ejemplo, las dedicadas a gestionar residuos.

La situación está adquiriendo un carácter preocupante, y la única solución pasa por que los consumidores y las empresas asuman códigos de comportamiento respetuosos con el medio ambiente.

En España existe una normativa que regula este asunto: **la ley 26/2007, de 23 de octubre, de Responsabilidad Medioambiental**, que se basa en los principios de prevención y en el principio de «**quien contamina, paga**». Según esta ley, las empresas deben asumir los costes de prevención o, en su caso, reparación, y devolver los recursos naturales dañados a su estado original.

4.3. EL BALANCE SOCIAL

Ya hemos visto que las empresas generan costes y también, no hay que olvidar, beneficios sociales. Conviene confrontar ambos para diagnosticar la influencia que tiene la empresa sobre su entorno. Esto se consigue mediante un documento denominado *Balance social*.

Balance social

Herramienta de gestión empresarial que permite evaluar cuantitativa y cualitativamente los beneficios y los costes sociales que genera la empresa.

Como se puede observar en la definición, el Balance social es un **instrumento de gestión**.

Ello implica que no se debe limitar a presentar los resultados de la empresa, sino que debe servir de punto de partida para una mejora de los resultados en materia social. En otras palabras, no debe quedar en papel mojado.



¿Sabías que...?

La contaminación no sólo se produce en la atmósfera, el suelo, los ríos o el mar. También hay **contaminación acústica** (ruidos) y **visual** (alteración de los paisajes).

BENEFICIOS Y COSTES SOCIALES

A continuación, ofrecemos un cuadro con posibles **beneficios sociales** (activos) y **costes sociales** (pasivos) provocados por las empresas:

BENEFICIOS SOCIALES	COSTES SOCIALES
Creación de puestos de trabajo.	Contaminación medioambiental.
Creación de riqueza.	Destrucción de recursos naturales no renovables (petróleo, bosques tropicales...).
Donaciones a proyectos sociales.	Enfermedades profesionales (estrés...).
Actividades empresariales que reducen costes sociales (reciclaje...).	Dificultad para conciliar la vida laboral y familiar.

Hay que destacar que, a diferencia del balance de la contabilidad, el Balance social es un documento **voluntario**. A pesar de no existir obligación, el número de empresas que lo presentan va en aumento, pues como hemos visto la responsabilidad social cada vez es más importante.









Algunas empresas lo hacen para crearse una buena imagen, pero cada vez son más las que lo elaboran con el convencimiento de que les servirá para la mejora de la sociedad, algo que en definitiva redundará en el beneficio de la empresa.

En muchos casos el gobierno y las comunidades autónomas **incentivan** a las empresas para animarlas a realizar el Balance social.

Normalmente la ayuda consiste en facilitar asesores y herramientas informáticas de forma que a la empresa no le suponga un coste adicional. Es de esperar que cuando las empresas se convencen de la utilidad de esta herramienta ya no serán necesarias las ayudas.

CUESTIONES

➔ Véase **SUPUESTO DE SÍNTESIS**.

- 45** Justifica la necesidad de que las empresas asuman los perjuicios que ocasionan a la sociedad en aspectos como la contaminación.
- 46** Razona cómo los consumidores podemos contribuir a que las empresas incorporen más políticas de responsabilidad social.
- 47**  Un empresario de tu sector productivo considera que desarrollar una política de responsabilidad social es perjudicial, y únicamente supone un aumento en los costes de la empresa.
 - Expón argumentos para convencerle de lo contrario.
- 48** Indica qué ley en España contribuye a la responsabilidad medioambiental de las empresas.
- 49** Organizad un debate en clase con el siguiente tema: «quien contamina, paga». Argumentad vuestras posiciones.
- 50**  Conéctate a la página web del grupo Agbar: **www.agbar.es** y busca en el apartado de *Responsabilidad Corporativa* las principales líneas seguidas por esta empresa en materia de responsabilidad medioambiental. Haz un breve resumen y exponlo en clase.
- 51** ¿Por qué se dice que el Balance social es un instrumento de gestión?
- 52**  Además de la contaminación medioambiental, ¿qué otros tipos de contaminación existen? Busca ejemplos en tu localidad.
- 53**  Define el concepto de *responsabilidad social corporativa*.
- 54**  Elabora un esquema con los principales beneficios sociales y costes sociales en que incurre una empresa.
- 55**  ¿Por qué crees que el Balance social es un documento voluntario? ¿Es posible obligar a las empresas a que lo elaboren?
- 56**   Infórmate sobre medidas que existan en tu comunidad autónoma para incentivar a las empresas a practicar políticas de responsabilidad social y a elaborar el Balance social. Para ello, conéctate a la web institucional de tu comunidad autónoma.

SUPUESTOS PRÁCTICOS RESUELTOS

SUPUESTO 1 LA EMPRESA

Al finalizar un ciclo superior de FP, tres compañeras deciden abrir un negocio relacionado con sus estudios.

- a) Propón qué actividad desarrollarán.
- b) ¿Qué alternativas tienen en cuanto al tipo de empresa que desean crear?
- c) ¿Qué objetivos se deben plantear?
- d) ¿De qué elementos constará la empresa?

SOLUCIÓN

- a) Ello dependerá del ciclo formativo que hayan estudiado. Si, por ejemplo, pertenece a la familia profesional de Hostelería y turismo, podrían plantearse abrir un restaurante vegetariano.
- b) El hecho de abrir un negocio implica que tienen que crear una empresa. Al ser tres las personas que la forman se tratará de una sociedad. Existen tres grandes tipos: sociedades personalistas, capitalistas o de interés especial.

- c) En cuanto a los objetivos, está claro que las socias pretenden ganar dinero con su negocio, pues seguramente será su medio de vida.

No obstante, existen otros objetivos que guiarán su actividad. Por ejemplo, al principio pueden renunciar a obtener beneficios altos con el objeto de atraer clientela que no está acostumbrada a este tipo de restaurantes, para lo que pueden fijar inicialmente precios bajos. También pueden dar mucha importancia a ofrecer un

servicio de la máxima calidad y hacer que los clientes estén satisfechos, dando prioridad al servicio al cliente por encima de otros factores.

- d) Hay tres tipos de elementos:

- **Elementos humanos.** En un principio serán las tres fundadoras de la empresa, que son las empresarias. Más adelante, si el negocio prospera, podría ser necesario contratar empleados (cocineros, personal de sala...).
- **Elementos materiales.** Materias primas (en este caso productos frescos comprados en el mercado, condimentos...), maquinaria (cocinas, hornos...), equipos informáticos...
- **Elementos inmateriales.** Un ejemplo podría ser el prestigio que van ganando con el tiempo o la imagen de calidad que proyectan. Si el restaurante se hace conocido, el nombre que hayan elegido también sería un elemento inmaterial que debe valorarse.

SUPUESTO 2 EL ENTORNO EMPRESARIAL

Lola, Miguel y Jaime están pensando en abrir una casa rural en Alájar, un pequeño pueblo de la sierra de Huelva. Además de los aspectos económicos y los posibles competidores, clientes... están muy preocupados por los factores ambientales que pueden influir en el éxito del negocio.

- ¿Cuáles son estos factores y en qué sentido pueden afectar?

SOLUCIÓN

Nos estamos refiriendo al entorno general, que tiene los siguientes componentes:

- **Económico.** La situación económica general influye con claridad en la demanda de turismo rural: si es buena, la gente destina parte de su renta al turismo y es más fácil llenar el establecimiento. También hay que considerar la economía de otros países, pues buena parte de este turismo proviene del extranjero.
- **Tecnológico.** Una buena página web es el mejor medio de difusión, y además permite hacer reservas *on-line*.
- **Político-legal.** La licencia de apertura depende del Ayuntamiento, y además hay que considerar que la zona

es Parque Natural, con un grado de protección especial. También es posible que se trate de una actividad que reciba subvenciones.

- **Demográfico.** Factores como la aglomeración en zonas urbanas y en el litoral hacen que muchas personas prefieran para su descanso un entorno más tranquilo.
- **Sociocultural.** En la actualidad está en boga una vuelta a la naturaleza, que se relaciona con una mayor calidad de vida.
- **Medioambiental.** La mejor manera de respetar el medio ambiente es conocerlo.

SUPUESTO 3 LA CULTURA EMPRESARIAL

Rosario Muíños es propietaria de una cadena de establecimientos de moda repartidos entre varias poblaciones de Galicia. Aunque las ventas prosperan, observa que la forma de trabajar en cada tienda es muy distinta, y también lo es la percepción de los clientes sobre la calidad del servicio prestado y el prestigio de la empresa.

Tras consultar a un asesor, éste le comenta que existe un problema en la cultura de la empresa, y que además se necesita una imagen corporativa bien definida.

— ¿Qué medidas se pueden tomar?

SOLUCIÓN

En cuanto a la cultura empresarial, debe definirse bien la misión, los valores y la política de la empresa. Por ejemplo, la misión puede ser prestar al cliente un servicio de máxima calidad, con unos valores de honestidad, sinceridad y transparencia en la relación con los clientes, todo ello acompañado de una política de no discriminación e igualdad de oportunidades para los trabajadores de la empresa.

Para reforzar la cultura empresarial definida con anterioridad es muy conveniente crearse una imagen corporativa, que en este caso no existe.

Para ello se puede elegir un logotipo atractivo que se situará en lugar visible en todas las tiendas, y se cuidarán detalles como la decoración del local, la vestimenta de los empleados y la forma de tratar a los clientes, de forma que éstos perciban de modo similar el servicio prestado en todas las tiendas de la cadena.

SUPUESTO 4 LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS

Una fábrica de cerveza lleva más de 100 años funcionando en la ciudad de Sevilla, y en consonancia con los tiempos y las nuevas preocupaciones de la sociedad se plantea practicar una política de responsabilidad social corporativa.

— ¿Qué costes y beneficios sociales puede estar generando?

SOLUCIÓN

BENEFICIOS SOCIALES	COSTES SOCIALES
Puestos de trabajo directos (empleados) e indirectos (distribuidores...).	Contaminación del aire debido a los gases que se emiten a la atmósfera en el proceso de fabricación de la cerveza.
La empresa ha creado una Fundación que realiza obras sociales y culturales.	Contaminación del suelo y de los acuíferos debido al uso defertilizantes.
Contribución al mantenimiento del medio rural debido al cultivo de cebada...	Posible alcoholismo de las personas que abusen de la cerveza, con el consiguiente coste en sanidad, desestructuración familiar...

SUPUESTO DE SÍNTESIS

Javier y Ernesto son dos socios propietarios de Abetín S. L., empresa dedicada a la producción y venta de árboles de Navidad, un producto cuyo consumo aumenta cada año. Una de sus prioridades desde el principio ha sido el respeto por el medio ambiente y la creación de una imagen ecológica. Para conseguirlo han establecido un sistema de explotación sostenible de las áreas forestales de su propiedad.

a) ¿Qué objetivos tiene la empresa?; b) ¿cómo le afecta el entorno?; c) define su cultura y su imagen corporativa; d) ¿de qué modo influye esta empresa en su entorno?

SOLUCIÓN

- a) **Objetivo.** Además de obtener beneficio, esta empresa da prioridad a los objetivos sociales, más concretamente el respeto al medio ambiente.
- b) **Entorno específico.** Habrá que destacar a los posibles clientes, que cada vez demandan más este producto, y a los posibles competidores actuales y futuros, atraídos por el crecimiento del mercado.

Respecto al **entorno general**, hay que subrayar los factores medioambientales y los socioculturales, debido a la influencia de la cultura anglosajona.

- c) **Cultura.** Valores compartidos por la empresa. Aparte de otros valores éticos, los valores relacionados con la conservación del medio ambiente deben ser asumidos por todo el personal. Su imagen estará en consonancia con esto, y se pretende que sea lo más «verde» posible, para atraer a clientes afines.
- d) **Entorno.** La empresa influye en él para bien o para mal, en el ámbito de la responsabilidad social y medioambiental.
- **Efectos negativos.** Alteración del medio forestal, a pesar de que se haga todo lo posible por minimizar su impacto.
 - **Efectos positivos.** La labor de esta empresa por transmitir valores de respeto al medio ambiente.

SUPUESTOS PRÁCTICOS PARA RESOLVER

1. ¿QUÉ ES UNA EMPRESA?

- 1** Antón y Ana tienen un restaurante en un enclave natural muy frecuentado por los turistas. Argumenta:
- a) ¿Se trata de una empresa? ¿Por qué?
 - b) ¿Cuáles son sus elementos?
 - c) ¿En qué consiste el proceso productivo?
- 2** Una conocida empresa de ropa llega a un acuerdo con el comité organizador de las olimpiadas para utilizar su logotipo en un modelo de zapatillas deportivas. Argumenta de qué tipo de elemento empresarial se trata y cómo contribuye a la creación de la imagen corporativa.
- 3** Martina Ramos posee una tienda de moda en Santander, donde trabajan dos empleadas y ella.
- ¿Cuáles son los elementos humanos y materiales de su empresa?
- 4** Tres empleados de un taller acuerdan dejar su trabajo y fundar una sociedad. Lo primero que se plantean es decidir qué tipo de sociedad fundarán.
- Formad grupos de 2 ó 3 componentes y buscad por Internet las ventajas e inconvenientes de cada modalidad de sociedad. Exponed en clase el resultado de vuestra investigación.
- 5** Marina y Luis van a crear una empresa dedicada a la fabricación de piscinas. Infórmate sobre qué forma de sociedad es más conveniente adoptar si se pretende limitar la responsabilidad (en caso de que haya pérdidas no se actuará sobre su patrimonio personal) y además sólo disponen de 6 000 €.

2. ¿QUÉ HAY ALREDEDOR DE LA EMPRESA?

- 6** Guillermo Rodríguez es un arquitecto argentino que se ha trasladado a Barcelona, donde ha abierto un estudio. Argumenta qué factores del entorno específico y general le pueden afectar.
- 7** Martina y Carlos son dos hermanos que acaban de finalizar sus estudios de FP en tu sector de actividad en tu misma localidad, y pretenden abrir una empresa.
- ¿Qué componentes del entorno específico y general les afectarán y en qué sentido?
- 8** Un empresario andaluz dedicado al cultivo de la fresa pretende instalarse en Marruecos, donde ha adquirido terreno, pero le preocupa mucho el nuevo entorno.
- Elabora un esquema con los principales factores que debe considerar.
- 9** Indaga utilizando un buscador de Internet cuáles serían tus principales competidores en el caso de abrir una empresa de creación de juegos para ordenador con destino al mercado nacional.

3. LA CULTURA EMPRESARIAL

- 10** Una multinacional norteamericana fomenta la competencia entre sus empleados trabajando más horas de las contratadas, y jamás selecciona a mujeres que estén en edad fértil.
- Haz una valoración de su cultura empresarial, y argumenta si puede ser válida.
- 11** Sebastián Pinilla es propietario de una empresa de tu sector productivo, y es consciente de que debe definir una cultura empresarial propia y una imagen corporativa favorable.
- Aconséjale sobre qué medidas podría adoptar para conseguirlo.
- 12** Luís Ortiz regenta un kiosco de prensa y piensa que no necesita crearse una imagen corporativa. Argumenta si tiene razón.
- 13** Tras finalizar sus estudios de carpintería, Ramón abre un taller dedicado a la restauración de muebles antiguos, y pretende crearse una imagen de seriedad y buen gusto. ¿Qué medios podría utilizar para crearse dicha imagen?

4. ¿CÓMO INFLUYE LA EMPRESA EN SU ENTORNO?

- 14** Ignacio Ridaura tiene una empresa dedicada al reciclaje de desechos informáticos. ¿Qué repercusión tiene su actividad para el entorno?
- 15** Una industria química se instaló en las afueras de una ciudad en los años sesenta del siglo xx. Hoy día, y debido al crecimiento de la ciudad, se ha integrado en el casco urbano. a) ¿Cuál es su responsabilidad medioambiental? b) ¿Y sus costes y beneficios sociales?
- 16** Un empresario se dedica al reciclaje de residuos urbanos. ¿Qué beneficios sociales tiene su actividad?
- 17** Busca por Internet el Balance social de una empresa de tu sector y resume en qué consiste: a) su responsabilidad medioambiental, b) su plan de acción en materia social.

SUPUESTO DE SÍNTESIS

- 18** Elige una empresa de tu sector y busca en Internet información sobre ella y responde de forma argumentada a las siguientes cuestiones:
- a) ¿Cuáles son sus elementos y objetivos?
 - b) ¿Cómo le afecta el entorno?
 - c) ¿En qué consiste su cultura empresarial?
 - d) Indica qué te sugiere su imagen corporativa.
 - e) Investiga qué costes y beneficios sociales genera.

RESUMEN

28

LA EMPRESA Y SU ENTORNO

¿Qué es una empresa?

Funciones:

- Crear valor
- Función social

Objetivos:

- Máximo beneficio
- Crecimiento
- Satisfacción de los clientes
- Calidad
- Supervivencia
- Objetivos sociales

Elementos:

- Humanos
- Materiales
- Inmateriales

¿Qué hay alrededor de la empresa?

Sistema empresarial

Subsistemas empresariales:

- Producción
- Comercial
- Financiero
- Recursos humanos

El entorno de la empresa

Específico

- Proveedores
- Clientes
- Competidores
- Entidades financieras
- Administraciones públicas
- Mercado laboral
- Comunidad

General

Componentes:

- Económicos
- Tecnológicos
- Político-legales
- Demográficos
- Socioculturales

Medioambientales

Responsabilidad medioambiental

Balance social

Responsabilidad social

La cultura empresarial

Cultura empresarial

Imagen corporativa

- 1** Según la actividad económica que desarrollen las empresas pueden ser:
 - a) Grandes, pequeñas o medianas.
 - b) Sociedades anónimas o sociedades limitadas.
 - c) Del sector primario, secundario o terciario.
- 2** ¿Qué funciones básicas se llevan a cabo en una empresa?
- 3** ¿Por qué se dice que las empresas crean valor? Ilustra tu respuesta con un ejemplo.
- 4** Los objetivos sociales de una empresa:
 - a) Consisten en obtener el máximo beneficio.
 - b) Tienen en cuenta aspectos no económicos.
 - c) Consisten en un aumento del número de socios.
- 5** Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa, justificando tu respuesta: «El capital físico de una empresa está formado por sus trabajadores».
- 6** Los elementos de una empresa:
 - a) Se clasifican en humanos, materiales e inmateriales.
 - b) Son la tierra, el trabajo y el capital.
 - c) Son las materias primas y los trabajadores.
- 7** Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa, justificando tu respuesta: «La empresa es un sistema cerrado, donde sus elementos interactúan entre sí pero no con su entorno».
- 8** Cita dos componentes del entorno específico y otros dos del entorno general de una pyme de tu sector productivo.
- 9** Argumenta cómo influyen los clientes, los proveedores y la competencia en una empresa.
- 10** ¿A qué tipo de entorno pertenecen las administraciones públicas y cómo influyen en la empresa?
- 11** Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa, justificando tu respuesta: «La empresa siempre influye en su entorno».
- 12** El entorno específico lo conforman:
 - a) Factores directamente vinculados a la empresa.
 - b) Factores que no le afectan.
 - c) Elementos internos de la empresa.
- 13** La cultura de una empresa:
 - a) Consta de una misión, unos valores y unas políticas.
 - b) Se compone de los conocimientos técnicos de sus trabajadores.
 - c) Se refiere a los conocimientos adquiridos por el empresario y los trabajadores en sus estudios.
- 14** Indica si la siguiente afirmación es verdadera o falsa, justificando tu respuesta: «La imagen corporativa afecta al comportamiento de los clientes de una empresa».
- 15** La responsabilidad social corporativa:
 - a) Implica que los trabajadores sean responsables en el cumplimiento de sus tareas.
 - b) Supone un compromiso de la empresa con su entorno.
 - c) Es una moda pasajera seguida por muy pocas empresas.
- 16** ¿Qué es una externalidad y cómo puede afectar a las empresas?
- 17** La responsabilidad medioambiental:
 - a) Se puede basar en el principio de prevención.
 - b) Se puede basar en el principio de «quien contamina, paga».
 - c) Se puede basar en ambos modelos.
- 18** El Balance social:
 - a) Es un documento contable.
 - b) Presenta los beneficios y costes sociales generados por una empresa.
 - c) Sólo presenta los costes sociales.
- 19** Pon dos ejemplos de beneficios sociales y costes sociales generados por una empresa de tu sector productivo, así como un valor ético que dicha empresa incorpore.