



## **Tema 3: LA EMPRESA Y SU ENTORNO**

- 3.1. El entorno de la empresa.
- 3.2. Análisis del entorno
- 3.3. Responsabilidad social corporativa y medioambiental

### **BIBLIOGRAFÍA**

- Robbins y Coulter (2009): Administración. Cap. 5
- Meroño (2009): Economía de la Empresa. Caps. 1 y 13

# Entorno de la empresa

## CONCEPTO DE ENTORNO:

Conjunto de factores externos a la empresa que influyen de forma significativa en su funcionamiento y en sus resultados



- Factores no controlables por la empresa
- Factores que influyen en sus resultados
  - Positivamente: oportunidades
  - Negativamente: amenazas



**LA EMPRESA NECESITA ANALIZAR EL ENTORNO**

- Empresas reactivas frente a empresas proactivas
- La respuesta a las fuerzas del entorno se concreta en la estrategia

# Análisis del entorno y del sector

- OBJETIVO = Identificar las principales oportunidades y amenazas que se le presentan a la empresa
- METODOLOGÍA
  - 1) Identificar los factores relevantes (entorno general o específico)
  - 2) Analizar la situación y su evolución
  - 3) Evaluar el impacto (oportunidad o amenaza)



# Análisis del Entorno General

## Análisis PEST

### Condiciones económicas

- Nivel de desarrollo
- Crecimiento
- Precios
- Tipos de interés
- ...

### Condiciones políticas

- Sistema político
- Leyes
- Fomento empresarial
- ...

### Condiciones socioculturales

- Nivel educativo
- Demografía
- Estilos de vida
- ...

### Condiciones tecnológicas

- Tecnologías disponibles
- Investigación
- ...

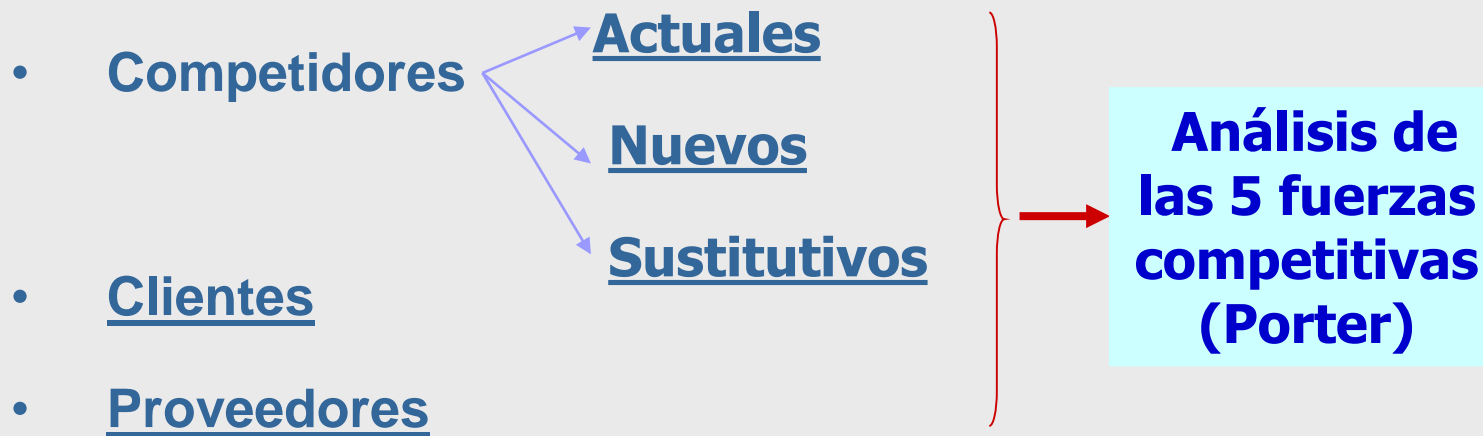
empresas

```
graph TD; E[Condiciones económicas] --> C(empresas); P[Condiciones políticas] --> C; S[Condiciones socioculturales] --> C; T[Condiciones tecnológicas] --> C;
```

# Análisis del Entorno Específico

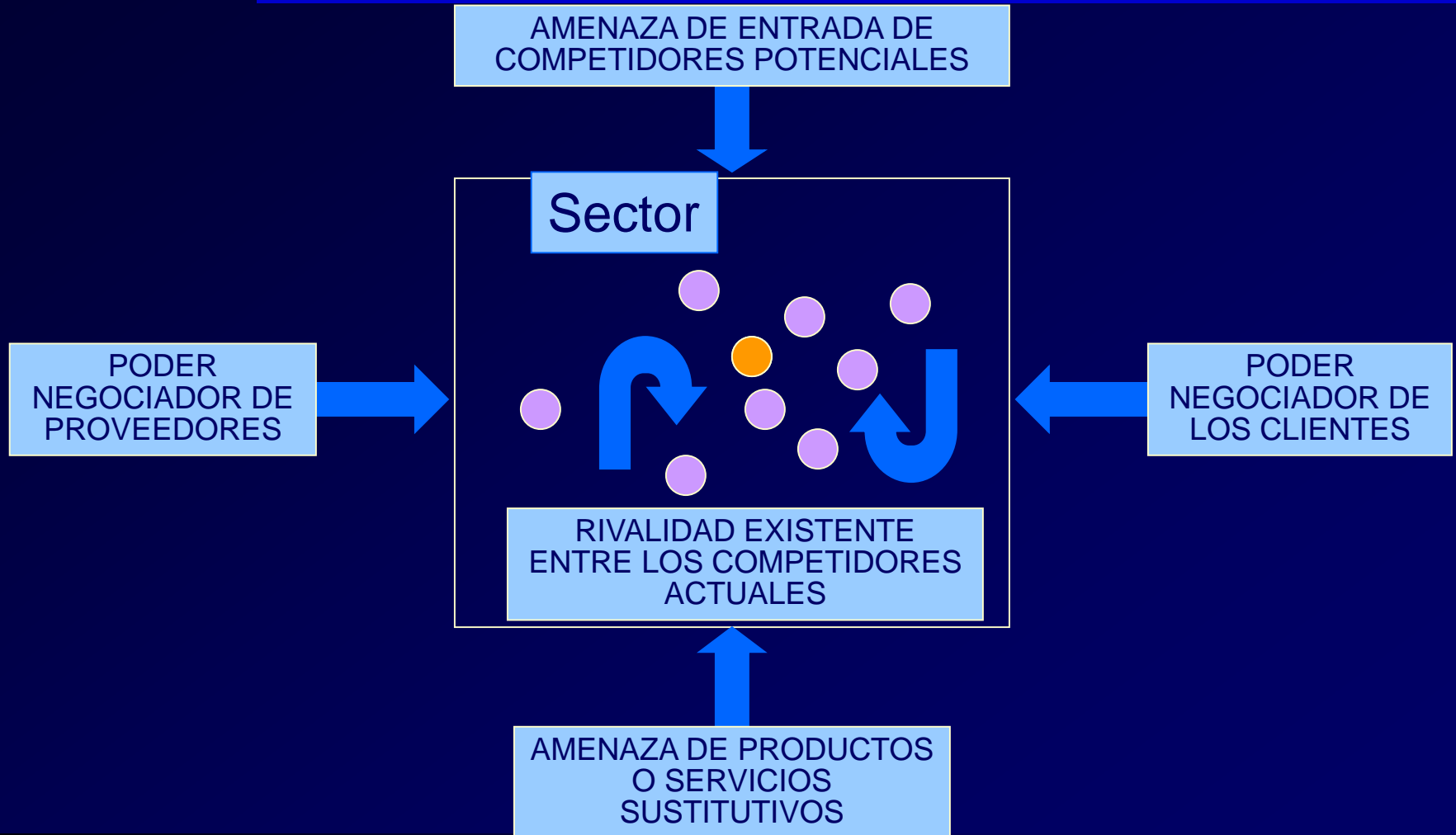
**OBJETIVO:** Identificar oportunidades y amenazas derivadas del SECTOR de actividad al que pertenece la empresa

## ¿QUÉ FACTORES?:



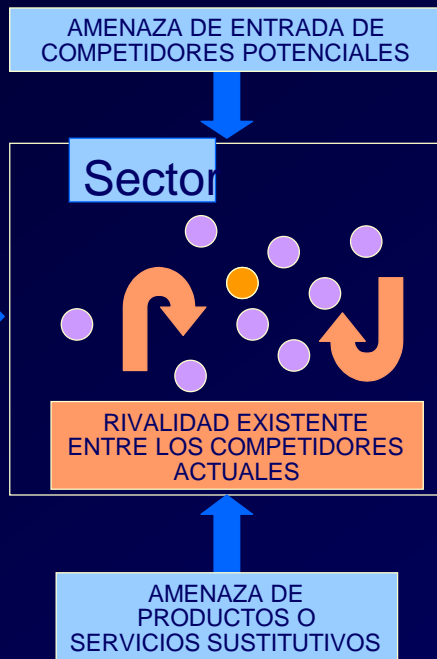
# Análisis del Entorno Específico

## Modelo de las 5 fuerzas competitivas de Porter



# Análisis del Entorno Específico

## Modelo de las 5 fuerzas competitivas de Porter



### RIVALIDAD

¿Quiénes son los competidores?  
La rivalidad es mayor cuando:

- Muchos competidores
- Costes fijos altos
- Productos/servicios estandard
- Crecimiento lento o negativo del sector
- Fuertes barreras de salida

# Análisis del Entorno Específico

## AMENAZAS DE ENTRADA

¿Querrán entrar? Más si  
sector rentable o con  
potencial de crecimiento

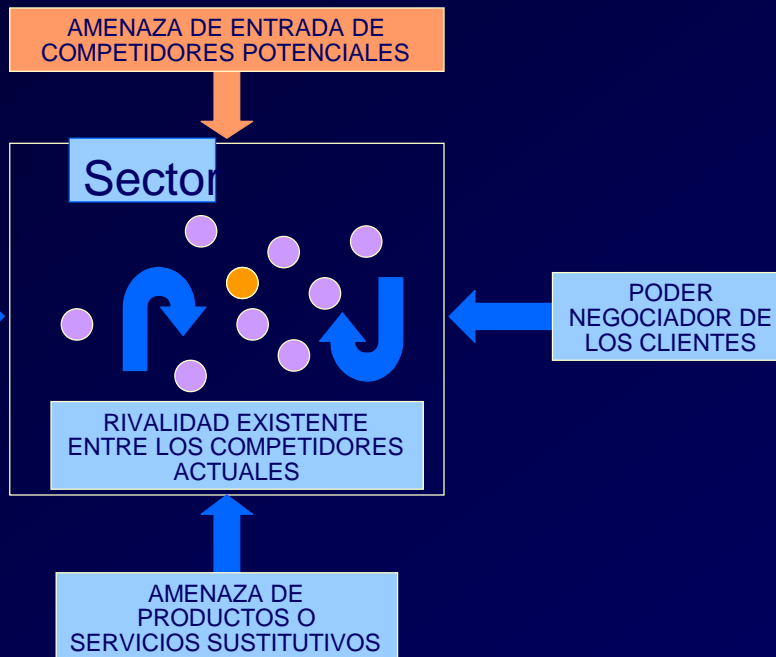
¿Podrán entrar? Depende de:

### Barreras de entrada

Economías de escala  
Requisitos de capital  
Costes cambiantes  
Acceso a canales distribución  
Actuación del Gobierno

### Reacción esperada

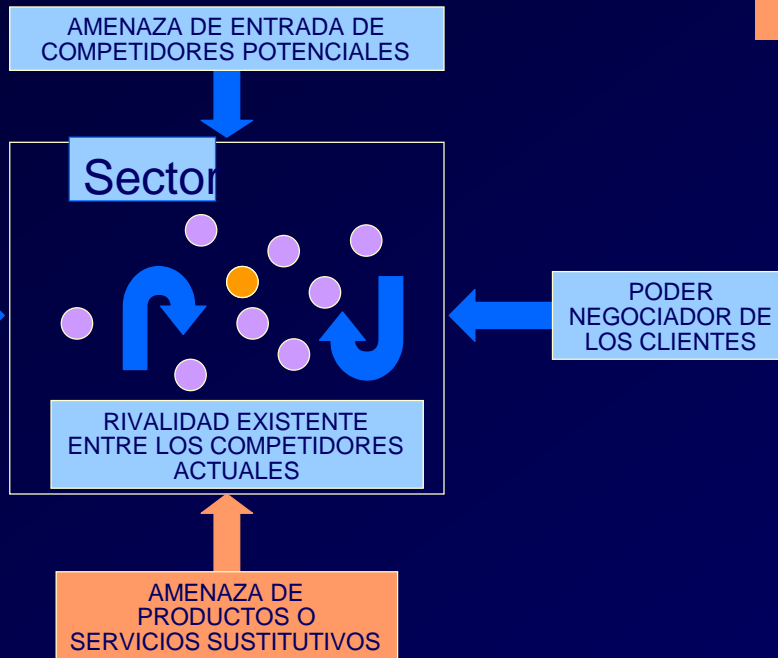
Historia  
Empresas con altos recursos  
Crecimiento lento del sector





# Análisis del Entorno Específico

## Modelo de las 5 fuerzas competitivas de Porter



### PRODUCTOS SUSTITUTIVOS

Producto o servicio de otro sector pero que satisface la misma necesidad

Mayor amenaza cuando su relación satisfacción de la necesidad/precio es mejor que la de las empresas del sector

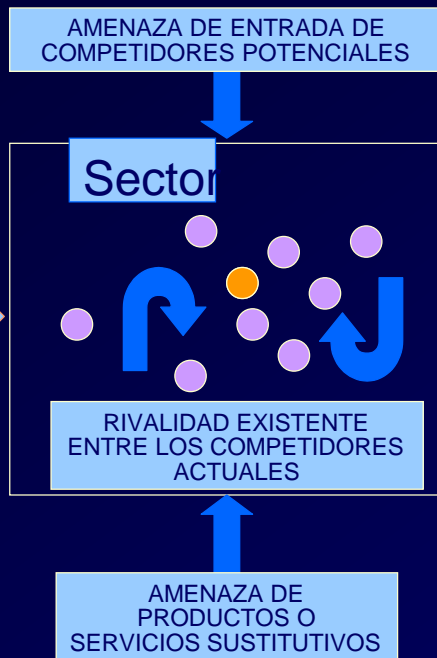
# Análisis del Entorno Específico

## Modelo de las 5 fuerzas competitivas de Porter

### PODER NEGOCIADOR DE CLIENTES

Es mayor cuando:

- Pocos clientes o importantes
- Productos/servicios del sector estandarizados
- Materias primas de gran coste para el comprador
- Amenaza real de integración hacia atrás



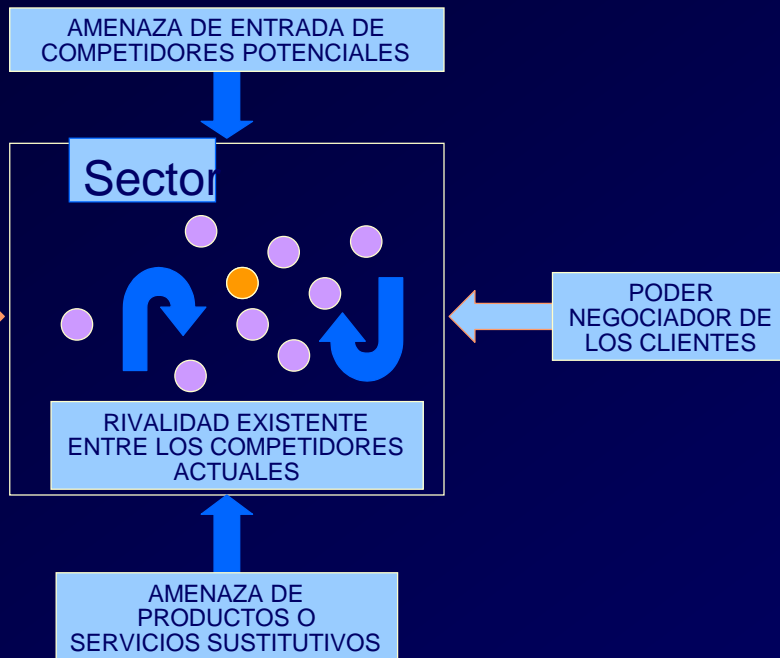
# Análisis del Entorno Específico

## Modelo de las 5 fuerzas competitivas de Porter

### PODER NEGOCIADOR DE PROVEEDORES

Es mayor cuando:

- Pocos proveedores
- Sector no es cliente importante
- Productos/servicios de los proveedores diferenciados
- Amenaza real de integración hacia adelante



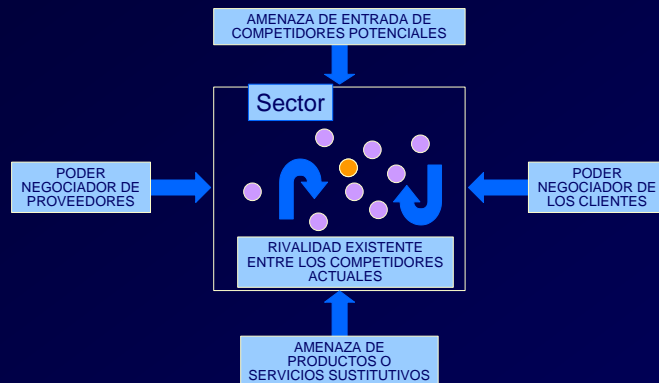
# Análisis del entorno

## Condiciones económicas

Nivel de desarrollo  
Crecimiento  
Precios  
Tipos de interés  
...

## Condiciones políticas

Sistema político  
Leyes  
Fomento empresarial  
...



## Condiciones socioculturales

Nivel educativo  
Demografía  
Estilos de vida  
...

## Condiciones tecnológicas

Tecnologías disponibles  
Investigación  
...

## EVOLUCIÓN DEL SECTOR

Tecnología

Leyes

Cambios en forma competir

# La responsabilidad social corporativa

---

La cuestión esencial del concepto de RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC) es asumir que la empresa tiene obligaciones respecto a la sociedad, más allá de sus propietarios y accionistas, que exceden del ámbito del mercado, y por ahora, del marco normativo.

Las empresas son instituciones sociales articuladas mediante un nexo de relaciones de confianza a largo plazo. Por tanto, administradores y gerentes deben preservar y aumentar el valor de los activos bajo su control:

- Activos tangibles
- Capacidades de los empleados
- Expectativas de los clientes ó proveedores
- Reputación e imagen de la empresa

# La responsabilidad social corporativa

## DEFINICION DE RSC

Integración *voluntaria* por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores ó partes interesadas (stakeholders): clientes, proveedores, AA.PP., trabajadores, accionistas ...

(Unión Europea)

El trabajo de una empresa que excede las expectativas generales que la sociedad tiene respecto a las mismas, incluyendo una serie de políticas, prácticas y programas que están integrados en todas las operaciones de la propia empresa.

(Fundación Empresa y Sociedad)

Compromiso de la empresa de contribuir al desarrollo económico sostenible  
(World Business Council on Sustainable Development)

# La responsabilidad social corporativa



# La responsabilidad social corporativa

## ETAPAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

**Menor**

**Responsabilidad social**

**Mayor**



**E1**

**E2**

**E3**

**E4**



**Propietarios  
y dirección**

**Empleados**

**Entorno  
específico**

**Toda la  
sociedad**



# BENEFICIARIOS: Varios

## La Política de RSC del Grupo ACS

Modelo de negocio del Grupo ACS

Medio Ambiente

Las personas en el Grupo ACS

Seguridad y Salud

Cumplimiento Normativo

Gestión de la relación con los grupos de interés

Contribución a la sociedad

Proveedores y contratistas

Compromiso de calidad con el cliente

Información Fiscal

Innovación

## La Política de RSC del Grupo ACS

El Consejo de Administración de ACS, aprobó en febrero de 2016, la Política de Responsabilidad Social Corporativa a fin de establecer los principios básicos y específicos de actuación de ACS, Actividades de Construcción y Servicios S.A y las empresas del Grupo en dicha materia, así como en la relación del Grupo con su entorno y grupos de interés.

El Grupo ACS define como grupos de interés a aquellos colectivos que tienen la capacidad de influir en el logro de los objetivos de la organización. Entre éstos, destacan:

- los clientes,
- los empleados,
- los proveedores,
- los accionistas,

y los usuarios de infraestructuras, que se benefician de sus políticas relacionadas con:

- la calidad
- la innovación
- la acción social
- el medio ambiente.

Los principios de actuación básicos del Grupo ACS en relación con sus grupos de interés y el entorno se basan en el cumplimiento de las leyes y normativas nacionales e internacionales vigentes en los países en los que opera, así como en el cumplimiento de los compromisos internacionales relacionados con la responsabilidad social corporativa, suscritos de manera voluntaria por el Grupo ACS. Además el Grupo se compromete a realizar toda su actividad siguiendo los principios fundamentales de: **transparencia, ética e integridad.**

Acerca del Grupo

Servicios  
financieros

Banca  
Responsable

Sala de  
comunicación

Accionistas e  
Inversores

Trabaja con  
nosotros

## Accionistas e Inversores

La Acción Santander ▼

Resultados Trimestrales ▼

Información económico-financiera ▼

Eventos Corporativos ▼

Información General ▼

**Gobierno corporativo** ▲

Reglamento del Consejo

Consejo de administración

Comisiones del consejo

Informe de las comisiones

Informe anual de gobierno corporativo

Informe anual sobre remuneraciones de los consejeros

Consejo asesor internacional

Reglamento de la Junta General de Accionistas

Derecho de información

Foro electrónico

**Códigos de conducta**

Prevención de blanqueo de capitales

Adquisición Banco Popular ▼

Ampliación capital (julio 2017)

Oferta de adquisición de acciones de Banco Santander México

Información histórica de Banesto ▼

Fusiones

Segregaciones

Está en [Corporativo](#) > [Accionistas e Inversores](#) > Gobierno corporativo > Códigos de conducta

## Códigos de conducta

El Grupo Santander tiene como principio rector de su actividad la defensa de su integridad y reputación, con un cumplimiento estricto de la normativa legal y reglamentaria y de los estándares éticos aplicables en los mercados en los que opera.

La puesta en práctica de este compromiso requiere la implantación de una fuerte cultura corporativa en todos los niveles de la organización, así como el establecimiento y constante actualización de todo un conjunto de políticas, procedimientos, códigos de conducta y controles internos.

### Código de Conducta en los Mercados de Valores

- [Código de conducta en los Mercados de Valores \(.PDF 198 Kb\)](#)

### Código General de Conducta

El Código General de Conducta recoge los principios éticos y normas de conducta que rigen la actuación de todos los empleados del Banco Santander y es el elemento central del programa de cumplimiento del Grupo.

- [Código general de conducta \(.PDF 316 Kb\)](#)

### Canal de Denuncias

Banco Santander dispone de un canal de denuncias, a través del cual los empleados pueden comunicar, de manera confidencial, aquellos actos presuntamente ilícitos o los incumplimientos del Código General de Conducta de los que hayan tenido conocimiento en el desarrollo de sus funciones profesionales.

### Política de prevención de la corrupción

Esta página recoge la siguiente información sobre la política de prevención de la corrupción de Grupo Santander:



**BENEFICIARIOS:**  
**Propietarios y directivos**

# BENEFICIARIOS: Empleados

## RSC y trabajadores felices: 4 acciones de RSC que harán sentir mejor a tus empleados

La RSC afecta a todos los públicos de la empresa y, aunque a veces parece que los públicos externos son los más importantes, en materia de comunicación y RSC, los públicos internos son también esenciales

Es por eso que las acciones de RSC deben tener en cuenta lo que puede hacer la organización por la sociedad, pero empezando por aquellos a quien tiene más cerca: sus empleados. Si a esto, además, le sumamos el hecho de que **empleados más felices es sinónimo de empleados más motivados y productivos**, el beneficio es doble!

Por todo ello, hoy proponemos 4 acciones de RSC que se juegan en casa:

- ❑ **Conciliación: la flexibilidad horaria no es enemiga de los buenos resultados!** Cada vez son más los estudios que demuestran que la flexibilidad horaria y el teletrabajo no son enemigos de la productividad, ¡sino todo lo contrario! Dale libertad a tu equipo para trabajar cuando y donde quiera, trabajarán más y mejor y, además, le estarás haciendo un favor a una sociedad que reclama a gritos la conciliación entre vida profesional y personal.
- ❑ **Formación: aprender es crecer.** Vivimos en un mundo cada vez más exigente, cada vez se necesita saber más y aprender más rápido y la formación ya no se reduce a los cuatro años de universidad. Pon a disposición de tus empleados horas de formación; estarás ayudando a crear mejores profesionales, ¡mejores profesionales que trabajan en tu empresa!
- ❑ **Solidaridad en equipo: promueve la participación de la empresa y del equipo en acciones solidarias.** Una empresa que participa en acciones solidarias tendrá un mayor reconocimiento por parte de su equipo. Además, implicar a los empleados y hacerles sentir parte de un proyecto positivo ayudará a que estos se sientan más integrados y motivados en el día a día de la organización.
- ❑ **Democracia: ¡pregunta a los empleados!** Sentirse parte de la empresa es uno de los sentimientos más motivadores a la hora de llevar a cabo el trabajo, por eso, ante cambios importantes que puedan afectar a su día a día: ¡consúltalos! Se sentirán apreciados y, además, podrás aplicar soluciones más adaptadas a sus circunstancias.

<https://www.worldcoo.com/blog/rsc-y-trabajadores-felices-4-acciones-de-rsc-que-haran-sentir-mejor-a-tus-empleados/>

## BENEFICIARIOS: Entorno específico, clientes



Para ello, la aseguradora ha puesto el foco en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en los que impacta de forma directa, convirtiéndose en una de las primeras entidades del sector que, desde 2017, incorpora las metas globales como parte de su plan de negocio responsable.



“*Comprometidos con el entorno*”, además, constituye el marco sobre el que se definen los objetivos y compromisos del Grupo SANTALUCÍA de acuerdo a cuatro grandes ejes de actuación:

- **Envejecimiento activo:** impulso al aprendizaje y nuevas experiencias de las personas mayores, para rediseñar la vida adulta a través de proyectos de inclusión, participación y seguridad.
- **Contribución social:** desarrollo de una acción social participativa con empleados y clientes, con proyectos de impacto social e integración sociolaboral. En este eje se incluye el programa ‘Tú Eliges a Quién Ayudamos’ por el que empleados y clientes deciden a quién se destina la acción social del Grupo, así como el desarrollo de las alianzas a largo plazo con las entidades sociales con las que colabora, como son la Asociación Española Contra el Cáncer, Fundación Aladina o CEAFA.
- **Habilidades para el futuro:** apoyo a la educación y formación de los jóvenes para la integración y desarrollo de la sociedad, basándose, fundamentalmente, en la educación financiera a través del [INSTITUTO SANTALUCÍA](#) y en la formación y empleabilidad de jóvenes.
- **Negocio responsable:** desarrollo de la actividad de la compañía de forma responsable, con un lenguaje claro y fomentando el respeto al medioambiente, a través de la reducción del impacto ambiental y el compromiso con la lucha contra el cambio climático

Con todo ello SANTALUCÍA muestra, una vez más, su compromiso con el entorno y su conciencia del papel fundamental que juegan las empresas para construir una sociedad mejor, además de alinearse con la agenda internacional y darle la máxima visibilidad.



# BENEFICIARIOS: Sociedad

<b>1</b> FIN DE LA POBREZA  FEBRERO 2019 ECONOMÍA Y EMPRESA TRABAJO SOCIAL 	<b>2</b> HAMBRE CERO  MARZO 2019 BIOLOGÍA CIENCIAS SOCIO SANTERIAS VETERINARIA 	<b>3</b> SALUD Y BIENESTAR  ABRIL 2019 CIENCIAS DEL DEPORTE ENFERMERÍA (MARCH Y CTI) MEDICINA ÓPTICA Y OPTOMETRÍA PSICOLOGÍA 
<b>4</b> EDUCACIÓN DE CALIDAD  MAYO 2019 EDUCACIÓN PSICOLOGÍA 	<b>5</b> IGUALDAD DE GÉNERO  OCTUBRE 2019 CIENCIAS DEL TRABAJO COMUNICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN DERECHO 	<b>6</b> AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO  NOVIEMBRE 2019 BIOLOGÍA QUÍMICA 
<b>7</b> ENERGÍA ASESIBLE Y NO CONTAMINANTE  DICIEMBRE 2019 INFORMÁTICA MATEMÁTICAS QUÍMICA 	<b>8</b> TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO  FEBRERO 2020 CIENCIAS DEL TRABAJO ISEN 	<b>9</b> INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA  MARZO 2020 INFORMÁTICA MATEMÁTICAS 
<b>10</b> REDUCCIÓN DE LAS DESIGNALES  ABRIL 2020 BELLAS ARTES TRABAJO SOCIAL 	<b>11</b> CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES  MAYO 2020 INFORMÁTICA TURISMO 	<b>12</b> PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES  OCTUBRE 2020 COMUNICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN ECONOMÍA Y EMPRESA VETERINARIA 
<b>13</b> ACCIÓN POR EL CLIMA  NOVIEMBRE 2020 BIOLOGÍA MATEMÁTICAS 	<b>14</b> VIDA SUBMARINA  DICIEMBRE 2020 BIOLOGÍA CIENCIAS DEL DEPORTE UPCE 	<b>15</b> VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES  FEBRERO 2021 BELLAS ARTES VETERINARIA 
<b>16</b> PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS  MARZO 2021 DERECHO LETRAS 	<b>17</b> ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS  ABRIL 2021 EDUCACIÓN FILOSOFÍA LETRAS 	



**OBJETIVOS  
DE DESARROLLO  
SOSTENIBLE**

# BENEFICIARIOS: Sociedad y Medioambiente

um.es/web/17odsiones/actividades/energia



Virtual classroom Biblioteca Sede Electrónica Tienda Directorio Webmail

Consúltanos i English Acceder



## ODSecciones



UNIVERSIDAD DE  
MURCIA



Proyecto 17ODSecciones ▾ Participación y Recompensas ▾ Actividades ▾ Actualidad ▾ Recursos ▾ AULA 2030

17ODS / Actividades / ODS 7: Energía Asequible y no Contaminante



La economía global dependiente de los combustibles fósiles y el aumento de las emisiones de gases de efecto invernadero están generando cambios drásticos en nuestro sistema climático. Para garantizar el acceso universal a electricidad asequible para 2030 es necesario invertir en fuentes de energía limpia, como la solar, eólica y termal. Este es un objetivo crucial que puede estimular el crecimiento y a la vez ayudar al medio ambiente.

Más información en: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/energy/>

No se han registrado eventos en esta actividad



**OBJETIVOS  
DE DESARROLLO  
SOSTENIBLE**


## Tema 3: La Empresa y su Entorno



# BENEFICIARIOS: Sociedad y Medioambiente

← → ↻ um.es/web/17odsiones/actividades/ciudades

English Consultarnos Acceder

 **ODSesiones**   

UNIVERSIDAD DE MURCIA 

INICIO CONÓCENOS ▾ STAFF ODSesiones ACTIVIDADES ▾ BLOG RECURSOS ▾ AULA 2030

17ODS / ACTIVIDADES / ODS 11: Ciudades y Comunidades Sostenibles

**11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES**



**NOVIEMBRE 2020**

**INFORMÁTICA**

**TURISMO**



El rápido crecimiento de las urbes en el mundo en desarrollo, en conjunto con el aumento de la migración del campo a la ciudad, ha provocado un incremento exponencial de las mega urbes, donde la extrema pobreza suele concentrarse. Mejorar la seguridad y la sostenibilidad de las ciudades implica garantizar el acceso a viviendas seguras y asequibles y el mejoramiento de los asentamientos marginales. También invertir en transporte público, crear áreas públicas verdes y mejorar la planificación y gestión urbana de manera que sea participativa e inclusiva.

Más información en: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/cities/>

No se han registrado eventos en esta actividad

## Tema 3: La Empresa y su Entorno



[CONÓCENOS](#)[SECCIÓN SOCIAL](#)[SECCIÓN AMBIENTAL](#)[SECCIÓN ECONÓMICA](#)[NOTICIAS](#)

## Urban Mobility Challenge

Coincidiendo con la Semana Europea de la Movilidad, la Universidad de Murcia y Ciclogreen ponen en marcha un programa de incentivos para fomentar los desplazamientos sostenibles. Los universitarios que se desplacen andando, en bici, en patines o coche compartido y registren sus kilómetros a través de la aplicación Ciclogreen del 16 de septiembre hasta el 16 de octubre podrán ganar numerosos premios.

[Leer más](#)**Huertos Eco-Campus**

Cultivo ecológico de la UMU. Solicita ya tu parcela.

**Concurso de vídeos sobre accesibilidad y movilidad sostenible**

Bases del concurso, premios y plazos

**Agenda de Campus Sostenible 2017/18**

Talleres, concursos y actividades de marzo en la UMU.

**¿Conoces nuestra Caravana?**

Sensibilización ambiental dentro y fuera de la UMU.

## NOTICIAS/NOVEDADES

 Así celebró la UMU el Día Mundial del Medio Ambiente

## AGENDA

 05-06-2019 12.00 h



# La responsabilidad social corporativa

## CUESTION DE NEGOCIO

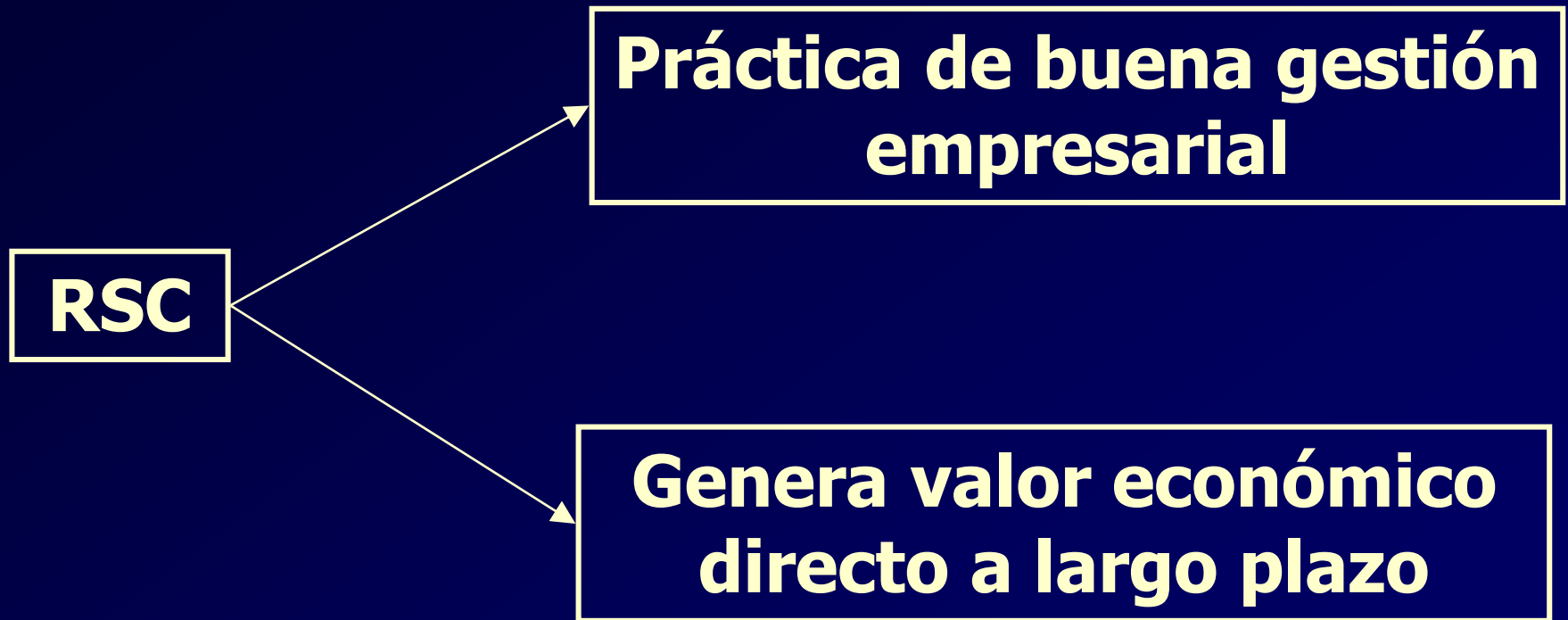
Argumenta a favor de la RSC en función del beneficio que esta estrategia puede suponer para el negocio.

**Los buenos resultados sociales y medioambientales mejoran la cuenta de resultados:**

- Aumenta el valor económico de la empresa
- Reduce el riesgo
- Atrae y retiene a los mejores empleados
- Incrementa la lealtad y mejora la imagen ó reputación corporativa
- Acceso al volumen de fondos de la inversión socialmente responsable
- Gana en eficacia por la mejor gestión de costes
- Es más competitiva en licitaciones, en los países donde hay legislación al respecto

# La responsabilidad social corporativa

---



# La responsabilidad social corporativa

## **GESTION DE LA RSC**

- Declaraciones Corporativas
- Códigos de conducta
- Políticas Institucionales de RSC
- Acción Social
- Informes sociales

## **MEDICION DE LA RSC**

- Monitor Español de Reputación Corporativa (MERCO).
- Investigadores igrupRSE. Índice IES100.
- SA8000. Social Accountability International.
- ISO14000. Medioambientales
- SGE21: Forética: 10 áreas de gestión responsable
- GRI

# La responsabilidad medioambiental

---

La valoración social de las cuestiones ambientales ha cambiado profundamente en las últimas décadas del siglo XX y los primeros años de este siglo XXI, en general hacia posiciones de una mayor concienciación por la calidad del medio ambiente.

Evolución hacia un convencimiento de que la sensibilidad empresarial hacia el medio ambiente supone unos beneficios muy claros para las empresas

# La responsabilidad medioambiental

## Beneficios de la mayor sensibilidad ambiental de las empresas (I):

- 1) Reducción de los costes ambientales, y por tanto, de los costes generales de la empresa
- 2) Acceso a mercados más exigentes y restringidos por razones ambientales, diferenciándose frente a la competencia
- 3) Favorece nuevas oportunidades y actividades empresariales, mejorando ambientalmente los productos propios ó reutilización de otros
- 4) Acceso al mercado bursátil y a líneas de crédito específicas
- 5) Mejora la imagen general de la empresa y su credibilidad frente a clientes, consumidores, competidores, AA.PP. y opinión pública

# La responsabilidad medioambiental

## Beneficios de la mayor sensibilidad ambiental de las empresas (II):

- 6) Ayuda y favorece a las empresas en el cumplimiento de la legislación ambiental y la adopción de medidas adecuadas a las políticas ambientales correspondientes, reduciendo las reclamaciones y denuncias, con el ahorro de costes derivado
- 7) Permite introducir mejoras técnicas y de funcionamiento en la propia empresa, facilitando la actividad empresarial y el acceso a ciertos contratos y actividades

# La responsabilidad medioambiental

La generalización de la RSC en materia ambiental entre las empresas facilitará el éxito de las mismas a largo plazo, al reconocerse una serie de beneficios a la misma:

- Desarrollo de productos innovadores y ecoeficientes
- Reducción de los riesgos ambientales y de accidentes
- Motivación de los trabajadores y proveedores
- Mejora de la reputación corporativa
- Acceso a líneas específicas de financiación
- Mejora de relaciones con las Administraciones Públicas



## **Tema 3: LA EMPRESA Y SU ENTORNO**

- 3.1. El entorno de la empresa.
- 3.2. Análisis del entorno
- 3.3. Responsabilidad social corporativa y medioambiental

### **BIBLIOGRAFÍA**

- Robbins y Coulter (2009): Administración. Cap. 5
- Meroño (2009): Economía de la Empresa. Caps. 1 y 13