



# Empresa e Iniciativa Emprendedora

Vanessa Cortelles

Curso 2020-2021



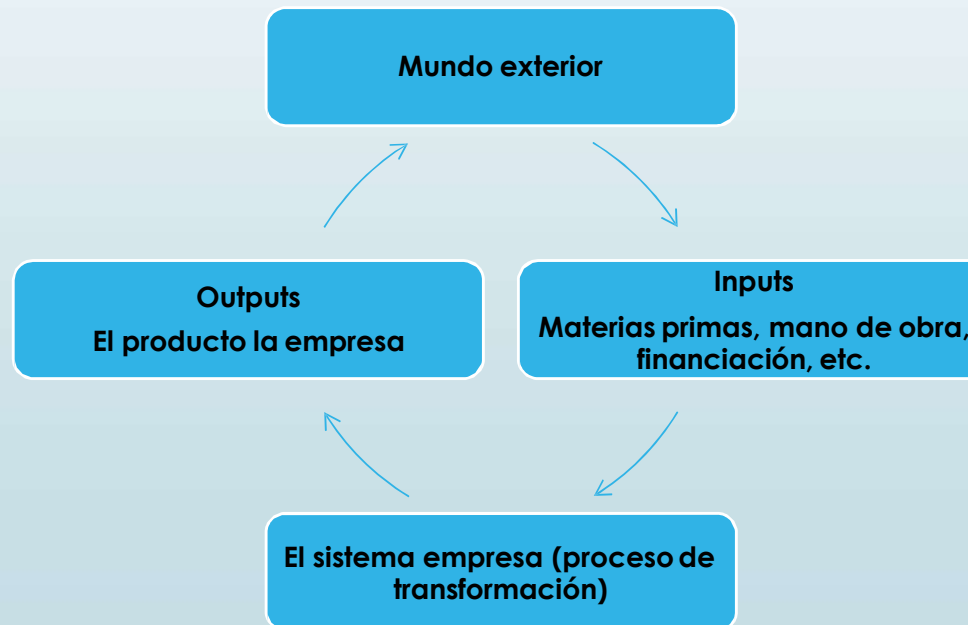
## **Tema 2: LA EMPRESA Y SU ENTORNO**

- 1. La empresa**
- 2. El entorno de la empresa**
- 3. Análisis del entorno: la matriz DAFO**
- 4. Objetivos, decisiones y estrategias empresariales**
- 5. La cultura y la imagen corporativa**

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 1. LA EMPRESA: Sistema abierto en equilibrio

Podemos definir la **empresa** como un **sistema abierto** en permanente interacción con el entorno del que forma parte.



## Tema 2: La empresa y su entorno

### 1. LA EMPRESA: Sistema abierto en equilibrio

↴ Una **empresa como sistema cumple** con todas estas características:

- **Existencia de un propósito.** Toda empresa tiene unos objetivos determinados: generar una alta rentabilidad, cubrir una necesidad del mercado...
- **Globalidad o totalidad.** La empresa es una suma de diferentes parte o departamentos que forman una globalidad.
- **Entropía.** La empresa tiende al desorden y más aún en ausencia de información.
- **Homeostasis.** Tiende a mantener un equilibrio.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 1. LA EMPRESA: La función económico-social de la empresa

- ↴ La empresa interacciona constantemente con su entorno, y realiza **funciones** de gran importancia para la sociedad, configurándose como un **elemento esencial** dentro de nuestro actual sistema económico y social.
- ↴ Entre dichas funciones se pueden destacar las siguientes:
  - **Identificación de las necesidades de la sociedad.**
  - **Organización de los factores productivos.**
  - **Creación y redistribución de la riqueza.**
  - **Mejora de las condiciones laborales.**
  - **Protección del medio ambiente.**

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 1. LA EMPRESA: La función económico-social de la empresa

#### ↴ Identificación de las NECESIDADES DE LA SOCIEDAD.

La empresa debe detectar todas las **demandas sociales**; no solo aquellas que le puedan reportar un **beneficio en términos económicos**, sino también las que puedan ser determinantes para el avance **económico-social de su entorno**. (Por ejemplo, mejorar las condiciones laborales, proteger el medio ambiente...)

Un herramienta muy útil para identificar las necesidades de la sociedad será la realización de un **estudio de mercado**.

#### ↴ Organización de los FACTORES PRODUCTIVOS

La empresa es la que, una vez identificadas y *determinadas las necesidades* de la sociedad, **establece** y **organiza los factores productivos** (materias primas, mano de obra, etc. ) necesarios para obtener los bienes y servicios que **satisfagan las necesidades planteadas**.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 1. LA EMPRESA: La función económico-social de la empresa

#### ↴ Creación y redistribución de la RIQUEZA

El **proceso** de organización de los factores productivos, que permite obtener los bienes y servicios, supone la **creación y la redistribución de riqueza**. Esto es debido a que, mediante la **creación de empleo** y la **remuneración** de los trabajadores, se consigue un aumento de la **riqueza colectiva** que revertirá en el aumento de las **rentas de los trabajadores**.

#### ↴ Mejora de las CONDICIONES LABORALES

Es indiscutible la importancia de la empresa para el bienestar de sus trabajadores, no solo en el **ámbito de su trabajo**, sino también en la **conciliación de la vida laboral y familiar**.

En los últimos años, algunas empresas han sido pioneras en el desarrollo de medidas de mejora de las condiciones laborales de sus trabajadores. Ejemplo: teletrabajo o las guarderías en la oficina.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 1. LA EMPRESA: La función económico-social de la empresa

#### ↳ Protección del MEDIO AMBIENTE

Según el artículo 45 de la Constitución española “todos tienen el derecho a disfrutar de un medio ambiente adecuado para el desarrollo de la persona, así como el deber de conservarlo”.

Es este contexto, son las empresas las que deben **velar expresamente por la adecuada protección del medio ambiente**, ya que muchas veces están inmersas en procesos de producción que pueden producir un gran tipo de perjuicios (residuos, emisiones de gases, ruidos...)



## Tema 2: La empresa y su entorno

### 1. LA EMPRESA: criterios de clasificación

#### ↓ SECTOR ECONÓMICO:

- ↓ **Primario**: Obtiene el producto directamente de la naturaleza.
- ↓ **Secundario**: Transforma las materias primas en productos elaborados para que puedan ser usados por los consumidores.
- ↓ **Terciario**: Presta servicios a los consumidores.

#### ↓ PROPIEDAD DE LA EMPRESA

- ↓ **Privada**: El capital pertenece a empresarios particulares.
- ↓ **Pública**: El capital social pertenece a las administraciones públicas
- ↓ **Mixta**: Cuenta con una parte de capital perteneciente al sector privado y otra al sector público.



## Tema 2: La empresa y su entorno

### 1. LA EMPRESA: Tipos de empresa, criterios de clasificación

#### ↴ NÚMERO DE TRABAJADORES Y VOLUMEN DE NEGOCIO:

- ↴ **Microempresa**: Menos de **10 trabajadores** y un volumen de negocio anual o un balance general anual que no supere los **2 millones de euros**.
- ↴ **Pequeña Empresa**: Menos de **50 trabajadores** y un volumen de negocio anual o un balance general anual que no supere los **10 millones de euros**.
- ↴ **Mediana Empresa**: Menos de **250 trabajadores** y un volumen de negocio anual que no exceda de **50 millones de euros** o un **balance general anual que no supere los 43 millones de euros**.
- ↴ **Gran Empresa**: Aquella que **supere** las cifras referidas para la mediana empresa.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 1. LA EMPRESA: Tipos de empresa, criterios de clasificación

#### ↳ ÁMBITO TERRITORIAL

- ↳ **Local**: Su mercado está limitado a una provincia, región o comarca.
- ↳ **Nacional**: Se ha establecido en diversas provincias de un país.
- ↳ **Internacional**: Tiene relaciones comerciales con clientes y/o proveedores extranjeros.
- ↳ **Multinacional**: Desarrolla su actividad en diferentes países.
- ↳ **Global**: Su mercado abarca todos los continentes.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 2. EL ENTORNO DE LA EMPRESA

- ↴ Es el conjunto de hechos y factores externos a la empresa, relevantes para ella, con los que interacciona y sobre los que puede influir, pero no controlar, y que se concretan en un conjunto de normas y relaciones establecidas que condicionan su actividad.
- ↴ Dado el grado de interrelación que existe entre la empresa y el entorno, esta debe tener una actitud de análisis permanente del mismo para identificar a tiempo las repercusiones que tiene en ella. Este análisis permite:
  - ↴ **Detectar** a tiempo las **oportunidades y amenazas** que el entorno presenta para sus supervivencia, de tal modo que puedan aprovechar las primeras, y transformar las segundas en oportunidades.
  - ↴ **Identificar** los cambios internos que tiene que poner en marcha para mejorar su relación con el entorno y facilitar su adaptación a él.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 2. EL ENTORNO DE LA EMPRESA

- ↯ El primer aspecto a abordar en el análisis del entorno es reconocer y clasificar los factores que en él se manifiestan.
- ↯ Así, se suele distinguir entre:
  - ↯ **MACROENTORNO:** los factores que afectan de forma general o global a todas las empresas.
  - ↯ **MICROENTORNO:** los factores que afectan de forma específica a cada una.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 2. EL ENTORNO DE LA EMPRESA: Macroentorno

- ↴ El **macroentorno** está constituido por las siguientes variables generales, que afectan a la demanda de los productos y a las empresas que producen los bienes y servicios.
  - ↴ **Factores tecnológicos:** afectan a la configuración de la empresa (Informática, comunicaciones, etc.)
  - ↴ **Factores jurídicos:** condiciona la actividad empresarial a través de la normativa (laboral, fiscal, medioambiental, otros)
  - ↴ **Factores demográficos:** ancianos o jóvenes, niños.
  - ↴ **Factores socioculturales:** modas, deseos de vida saludable, estética personal, movimientos ecologistas.
  - ↴ **Factores económicos:** distribución de la renta, tipos de interés, renta per cápita.
  - ↴ **Factores políticos:** grado de intervencionismo estatal, reticencia de la Unión Europea.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 2. EL ENTORNO DE LA EMPRESA: Microentorno

↴ El **microentorno** está constituido por las siguientes agentes económicos, con los que la empresa tiene una relación directa, y que afectan directamente a su funcionamiento.

↴ **Proveedores**

↴ **Intermediarios**

↴ **Clientes**

↴ **Competidores**

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 2. EL ENTORNO DE LA EMPRESA: La localización de la empresa

- ↴ Debido a la importancia que tiene el entorno para el adecuado desarrollo de la actividad empresarial, una de las decisiones fundamentales a las que se enfrenta el emprendedor es **dónde ubicar su negocio**.
- ↴ Es una **decisión estratégica** a largo plazo, ya que es difícilmente modificable por su elevado coste y puede definir el éxito o el fracaso de la empresa.
- ↴ Las principales variables que tienen que plantearse el emprendedor a la hora de elegir la localización son:
  - ↴ **El tipo de actividad y la normativa legal.**
  - ↴ **Accesibilidad.**
  - ↴ **Servicios.**
  - ↴ **Disponibilidad de mano de obra.**
  - ↴ **Coste de terrenos y edificaciones.**
  - ↴ **Ayudas y subvenciones.**



## Tema 2: La empresa y su entorno

### 2. EL ENTORNO DE LA EMPRESA: La localización de la empresa

- ↴ El **tipo de actividad** y la **normativa legal**. En función del tipo de actividad de la empresa, deberá priorizarse el resto de variables, ya que la legislación en materia industrial, medioambiental y urbanística impide la realización de determinadas actividades fuera de zonas concretas, como pueden ser los polígonos industriales.
- ↴ Buena **accesibilidad** y cercanía a clientes y proveedores. La empresa debe situarse en un lugar que sea fácilmente identificable por sus clientes y proveedores, y al que resulte fácil acceder.
- ↴ Existencia de los **servicios** necesarios para el adecuado funcionamiento de la empresa: mantenimiento, limpieza, gestión de residuos, etc.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 2. EL ENTORNO DE LA EMPRESA: La localización de la empresa

- ↴ **Disponibilidad** suficiente de **mano de obra** cualificada.
- ↴ **Coste** de compra o alquiler de **terrenos y edificaciones**. Esta es una decisión que implica un importante desembolso económico, por lo que debe adecuarse al presupuesto disponible.
- ↴ Posibles **ayudas o subvenciones** de la administraciones públicas: local, autonómica y estatal.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 2. EL ENTORNO DE LA EMPRESA: La localización de la empresa

- ↴ A la hora de elegir la localización de la empresa, hay que tener en cuenta simultáneamente todos estos factores y realizar un completo estudio del entorno de la empresa.
- ↴ Existen diferentes métodos para facilitar dicho análisis, entro los que destacamos la matriz **DAFO** (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades).

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 2. EL ENTORNO DE LA EMPRESA: El networking

- ↴ El **networking** consiste en desarrollar y cuidar una red de contactos personales con el objetivo de ampliar nuestras posibilidades de encontrar buenos socios, clientes, proveedores o conocidos que ayuden a nuestra empresa a crecer.
- ↴ Está comprobado que las personas establecen negocios con quienes conocen, son de su agrado y les inspiran confianza y respeto.
- ↴ Si bien no hay que olvidar que exigen dedicación y un intercambio mutuo de información y entrega.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 3. ANÁLISIS DEL ENTORNO: LA MATRIZ DAFO

- ↴ El **análisis DAFO** constituye un primer paso para el análisis del entorno y la formulación de objetivos y estrategias de la empresa.
- ↴ Se puede definir cada uno de sus elementos de la siguiente forma:
  - **Debilidad o punto débil:** es un elemento interno de la empresa que supone una desventaja competitiva.
  - **Amenaza:** es cualquier aspecto del entorno que puede suponer una situación desfavorable para la empresa.
  - **Fortaleza o punto fuerte:** es un elemento interno de la empresa que supone una ventaja competitiva.
  - **Oportunidad:** es una circunstancia o un elemento del entorno de la empresa que influye positivamente en la actividad de la empresa.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 3. ANÁLISIS DEL ENTORNO: LA MATRIZ DAFO

- ↴ El **análisis DAFO** se concreta en la elaboración de dos tablas.
- ↴ La primera consiste en un listado de los factores que puedan afectar a la empresa:
  - ↴ **Debilidades**
  - ↴ **Fortalezas**
- ↴ La segunda en los factores externos:
  - ↴ **Amenazas**
  - ↴ **Oportunidades**

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 3. ANÁLISIS DEL ENTORNO: LA MATRIZ DAFO

MATRIZ DAFO			
Análisis interno	<b><u>FORTALEZAS:</u></b> Son los puntos fuertes interno, gracias a los cuales tenemos más fuerza que la competencia. <i>Ejemplos:</i> productos de calidad, atención exclusiva y de calidad al cliente, tecnología propia, conocimiento del sector, producción a menor coste...	<b><u>DEBILIDADES:</u></b> Son los elementos internos que pueden hacer que no se consigan los objetivos. <i>Ejemplos:</i> capacidad de reacción lenta ante pedidos masivos de trabajo, poca rentabilidad en los trabajados que implican desplazamientos geográficos largos, poca experiencia profesional...	
	<b><u>OPORTUNIDADES:</u></b> Son elementos positivos para nosotros que provienen del exterior, del entorno. <i>Ejemplos:</i> entrada en nuevos mercados, escasez de competencia en la zona, coyuntura económica favorable, desarrollo de cambios tecnológicos en el mercado, cambios en la normatividad legal y/o política, cambios en los patrones sociales y en el estilo de vida, nuevas formas de consumo (compra a través de internet), ...	<b><u>AMENAZAS:</u></b> Son dificultades provenientes del exterior que pueden reducir nuestras posibilidades o que nos pueden expulsar del mercado. <i>Ejemplos:</i> productos de la competencia más baratos, escasez de financiación, un contrato corto de alquiler de un local, continuo aumento del precio de las materias primas o del combustible que utilizamos, aparición de nuevos competidores con costes más bajos, cambio en las necesidades y gustos de los consumidores...	

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 3. ANÁLISIS DEL ENTORNO: LA MATRIZ DAFO

MATRIZ DAFO			
Análisis interno	<b><u>FORTALEZAS:</u></b> ¿Cuál es mi mayor virtud? ¿Qué actividad es la que más me apasiona? ¿Qué hago mejor que los demás?		<b><u>DEBILIDADES:</u></b> ¿Tengo la suficiente experiencia? ¿Qué debería mejorar? ¿Qué características son las que más me alejan de mis objetivos?
	<b><u>OPORTUNIDADES:</u></b> ¿Qué aspectos externos pueden facilitarme conseguir mis objetivos? ¿Puedo ofrecer algo positivo en el sector? ¿Qué recursos tengo que me acercan a conseguir mi meta?		<b><u>AMENAZAS:</u></b> ¿Qué aspectos externos me dificultan llegar a mis objetivos? ¿Qué problemas externos en mi sector me dificultan conseguir mis metas? ¿Hay mucha competencia en el sector?



## Tema 2: La empresa y su entorno

### 3. ANÁLISIS DEL ENTORNO: LA MATRIZ DAFO

↓ La combinación de estas variables ofrecerán como resultado diferentes alternativas que se reflejan en la segunda matriz DAFO:

		ANÁLISIS DEL ENTORNO	
		AMENAZAS	OPORTUNIDADES
DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA	FORTALEZAS	Estrategias defensivas	Estrategias ofensivas
	DEBILIDADES	Estrategias de supervivencia	Estrategias de reorientación

↓ El desarrollo práctico de la matriz se completa analizando de forma aislada cada cuadrante, lo que ayuda en la toma de decisiones y la elección de las estrategias más adecuadas a seguir.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 3. ANÁLISIS DEL ENTORNO: LA MATRIZ DAFO

- ↴ **Estrategias de reorientación:** persiguen un cambio importante tanto en la estructura de la propia empresa como en el campo de actividad.

EJEMPLO: Lanzamiento de la Wii Nintendo, una consola de fácil uso dirigida a un público mucho más amplio que la Play Station de Sony.

- ↴ **Estrategias de supervivencia:** las que se utilizan para encontrar una salida a un grave problema.

EJEMPLO: Debido a la crisis inmobiliaria de 2008, muchas empresas constructoras realizaron grandes descuentos, llegando incluso a ofrecer el pago de un año de hipoteca para aumentar la demanda de viviendas.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 3. ANÁLISIS DEL ENTORNO: LA MATRIZ DAFO

- ↴ **Estrategias defensivas:** surgen con el objetivo de eliminar las debilidades de la empresa.

EJEMPLO: Como consecuencia del lanzamiento de la Wii de Nintendo, Sony ha desarrollado sus productos estrella, como el Sing Star, firmando contratos con discográficas que le permiten ofrecer productos exclusivos como el Sing Star Disney.

- ↴ **Estrategias ofensivas:** se orientan a la innovación y están muy relacionadas con el lanzamiento de nuevos productos.

EJEMPLO: Lanzamiento a nivel mundial del iPhone de Apple.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 4. OBJETIVOS, DECISIONES Y ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

- ↓ Toda empresa se encamina a la consecución de una serie de objetivos generales, que se pueden agrupar en:
- **Económicos:** La obtención de un beneficio económico.
  - **Técnicos:** ofrecer a la sociedad los productos que necesita utilizando la tecnología adecuada e invirtiendo en investigación, desarrollo e innovación, y aportando grandes dosis de creatividad.
  - **Humanos:** las empresas proporcionan tanto al empresario, como al trabajador, una retribución económica, la posibilidad de relacionarse socialmente, fomentan las relaciones interpersonales, ayudan a la inserción social y favorecen la autorrealización personal, ya que por medio del trabajo las personas desarrollan sus habilidades y capacidades.
  - **Sociales:** las empresas contribuyen a la creación de empleo, a la formación de tejido empresarial que sostiene la economía del país y pagan unos impuestos que el Estado reinvierte en servicios públicos tales como sanidad, educación, obras públicas, justicia, ...

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 4. OBJETIVOS, DECISIONES Y ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

↴ A su vez, **cada empresa** debe especificar para su propia organización:

- Unos **objetivos generales**, sus fines a largo plazo. No son inamovibles, sino que pueden y deben variar según cambie el entorno y la propia estructura interna de la empresa. Conviene revisar regularmente los objetivos marcados para comprobar si siguen siendo válidos y de actualidad.
- Unos **objetivos operacionales**, que concretan, en el corto plazo, los objetivos generales. Definen, para cada sección de la empresa, las tareas que van a permitir conseguir los objetivos a largo plazo.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 4. OBJETIVOS, DECISIONES Y ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

↴ Para alcanzar estos objetivos se deben adoptar decisiones en tres niveles:

- **Decisiones estratégicas.** Son de gran trascendencia para la organización, tanto por los recursos que involucran, como por su duración (a largo plazo). Se adoptaran por los directivos de nivel jerárquico más e implican a la empresa de forma global.
- **Decisiones tácticas.** Se toman en la línea media (directivos medios) y generalmente afectan a un área o departamento determinado. Persiguen la puesta en marcha de las decisiones estratégicas.
- **Decisiones operativas.** Tienen por objeto la ejecución de tareas específicas de forma eficaz y eficiente para ayudar a las decisiones de nivel superior; son decisiones rutinarias.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 4. OBJETIVOS, DECISIONES Y ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

- ↯ La **estrategia** consiste en un conjunto de acciones que permiten conseguir los objetivos de la empresa a largo plazo.
- ↯ Se concreta en el diseño de un programa o un plan de acción basado en una política o filosofía empresarial.
- ↯ La estrategia afecta a aspectos tan importantes de la empresa como el estilo de dirección, la toma de decisiones, la organización de los recursos, las relaciones entre la empresa y su entorno, ...
- ↯ Para tener éxito en el mercado es necesario desarrollar una estrategia competitiva que ofrezca alguna ventaja que permita destacar por encima de los competidores.
- ↯ Se puede obtener dicha ventaja competitiva a través de varias estrategias:
  - **Liderazgo de costes.**
  - **Diferenciación.**
  - **Desarrollo de nuevos mercados y de nuevos productos.**

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 4. OBJETIVOS, DECISIONES Y ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

#### ↳ **EL LIDERAZGO DE COSTES:**

- Consiste en producir a un coste inferior al de las empresas competidoras, manteniendo el nivel de calidad.
- Esta ventaja en costes permite a la empresa reducir sus precios y aumentar así su cuota de mercado.

#### ↳ **EJEMPLO:**

*Las compañías aéreas de bajo coste o low cost (Ryanair, Vueling...) han revolucionado un mercado prácticamente monopolizado por las compañías tradicionales abaratando los costes (ahorro del catering en vuelo, facturación del equipaje...).*



## Tema 2: La empresa y su entorno

### 4. OBJETIVOS, DECISIONES Y ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

#### ↳ EL LIDERAZGO DE COSTES:

- En relación con el liderazgo de costes, hay que señalar la tendencia actual de las empresas en subcontratar ciertas áreas de su actividad (*outsourcing*), recuperándose todas las ventajas que ofrece la especialización, ya que cada empresa solo trabaja en aquello que sabe hacer mejor.

#### ↳ EJEMPLO:

*En el sector textil, empresas como Zara o Benetton, subcontratan muchas de sus actividades de fabricación. En el caso de Benetton, llega hasta el 95%. La empresa solo se ha reservado la compra de la materia prima, el corte y el tintado de las piezas, elementos clave para garantizar la calidad.*

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 4. OBJETIVOS, DECISIONES Y ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

#### ↳ **DIFERENCIACIÓN:**

- Mediante esta estrategia se pretende lograr que el bien o servicio ofrecido se perciba en el mercado como único y exclusivo, de modo que los clientes estén dispuestos a pagar un precio mayor.

#### ↳ **EJEMPLO:**

*En el sector de la cosmética, principalmente gracias a su promoción, existen empresas muy bien posicionadas (Dior, Chanel, Calvin Klein...), lo que les permite comercializar sus perfumes exclusivos a precios elevados.*

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 4. OBJETIVOS, DECISIONES Y ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

#### ↳ DESARROLLO DE NUEVOS MERCADOS Y DE NUEVOS PRODUCTOS:

- Con esta estrategia la empresa introduce su producto en nuevos mercados, que pueden ser nuevas áreas geográficas o nuevos clientes.

#### ↳ **EJEMPLO:**

- La empresa Tata Motors comercializó en Europa durante el año 2011 su utilitario de bajo coste Tata Nano con un precio de venta inferior a 6.000 €. De este modo, se introdujo en un mercado todavía no ocupado por el resto de fabricantes del sector de automoción.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 4. OBJETIVOS, DECISIONES Y ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

#### ↳ **DESARROLLO DE NUEVOS MERCADOS Y DE NUEVOS PRODUCTOS:**

- También la empresa desarrolla nuevos productos relacionados o complementarios a los productos actuales, ofreciendo una nueva imagen innovadora.

#### ↳ **EJEMPLO:**

- Debido a los cambios en los gustos de los consumidores y su demanda de alimentos inteligentes, empresas como Danone, han desarrollado con gran éxito gamas de productos 0% azúcares, con fibra, con ingredientes fortalecedores de defensas o facilitadores del tránsito intestinal...

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 5. LA CULTURA Y LA IMAGEN CORPORATIVA

- ↴ La cultura corporativa es la proyección que una organización hace de su identidad (al ser), sus valores (el pensar) y su estrategia empresarial (el hacer), facilitando la cohesión interna de sus miembros y su adaptación externa.
- ↴ La cultura corporativa:
  - ↴ Construye la identidad o imagen corporativa.
  - ↴ Cohesiona internamente la organización.
  - ↴ Favorece la implicación del personal en el proyecto empresarial.
  - ↴ Determina poderosamente el clima interno.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 5. LA CULTURA Y LA IMAGEN CORPORATIVA

#### ELEMENTOS DE LA CULTURA CORPORATIVA

- ↴ Los tres elementos o factores fundamentales que componen la cultura corporativa son:
  - ↴ La **misión**.
  - ↴ La **visión**.
  - ↴ Los **valores**.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 5. LA CULTURA Y LA IMAGEN CORPORATIVA

#### ELEMENTOS DE LA CULTURA CORPORATIVA

- ↴ La **misión** es la razón de existir de una empresa. Representa su identidad y personalidad en el momento presente.
- ↴ La misión de la empresa debe ser conocida por todos los integrantes de la organización, ya que representa la filosofía de la empresa y se mantiene en el tiempo a pesar de sufrir pequeños cambios obligados por la dinámica empresarial.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 5. LA CULTURA Y LA IMAGEN CORPORATIVA

#### ELEMENTOS DE LA CULTURA CORPORATIVA

- ↴ La **visión** es una imagen del futuro deseado que buscamos crear con nuestros esfuerzos y acciones.
- ↴ Es la brújula que guiará a líderes y colaboradores y que permitirá que todas las cosas que hagamos tengan sentido y coherencia.
- ↴ La visión ha de tener las siguientes características:
  - ↴ Debe ser factible, no una fantasía.
  - ↴ Debe ser motivadora e inspiradora.
  - ↴ Debe ser compartida.
  - ↴ Debe ser sencilla y de fácil comunicación.



## Tema 2: La empresa y su entorno

### 5. LA CULTURA Y LA IMAGEN CORPORATIVA

#### ELEMENTOS DE LA CULTURA CORPORATIVA

- ↴ **Los valores** son principios considerados válidos dentro de una organización y son asumidos y desarrollados por todos sus integrantes.
- ↴ Son los puntales que brindan a las organizaciones su fortaleza y su poder; además, fortalecen la visión.
- ↴ Los valores han de tener las siguientes características:
  - ↴ Han de ser mayoritariamente aceptados.
  - ↴ Han de ser dinámicos como la propia empresa.
  - ↴ Han de tener un contenido ético.
  - ↴ Han de comprometer a los trabajadores con la misión y la visión de la empresa.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 5. LA CULTURA Y LA IMAGEN CORPORATIVA

#### ELEMENTOS DE LA CULTURA CORPORATIVA

- ↴ **EJEMPLO:** Estos son algunos de los elementos de la cultura corporativa de la empresa Ford:
  - ↴ Nuestra misión: somos una familia global, diversa, con una herencia orgullosa, dedicada a proporcionar productos excepcionales y servicios.
  - ↴ Nuestra visión: convertirnos en la compañía principal del mundo de productos y servicios para el automóvil.
  - ↴ Nuestros valores: hacemos bien las cosas para nuestra gente, nuestro ambiente y nuestra sociedad, pero sobre todo, para nuestros clientes.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 5. LA CULTURA Y LA IMAGEN CORPORATIVA

#### LA IMAGEN CORPORATIVA

- ↴ Se puede definir la imagen corporativa de una empresa como la representación mental que los agentes externos (accionistas, clientes, proveedores, etc.) se forman de ella, como consecuencia de las informaciones que reciben al respecto.
- ↴ Existen signos identificativos de la empresa que tienen una gran influencia sobre la imagen corporativa, entre los que se destaca el nombre comercial, el logotipo y la marca.
- ↴ A veces, la imagen corporativa no coincide con la identidad real de la empresa y su cultura corporativa, por lo que será imprescindible realizar un plan de comunicación que permita adecuar lo que somos (**misión**) y lo que queremos ser (**visión**) con la imagen que se ofrece.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 5. LA CULTURA Y LA IMAGEN CORPORATIVA

#### LA IMAGEN CORPORATIVA

- ↴ Otras veces, es necesario construir la imagen corporativa en una empresa de nueva creación o bien reforzarla o recordarla.
- ↴ Las principales herramientas para implementar la imagen corporativa son:
  - ↴ El **plan de promoción**, que incluye **relaciones públicas** y **campañas de comunicación**. Ayudan a crear una imagen corporativa.
  - ↴ La **comunicación externa**: todos los trabajadores son imagen de la empresa en el trato con los clientes, con proveedores o con cualquiera tercera persona que tenga relación con la empresa.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 5. LA CULTURA Y LA IMAGEN CORPORATIVA

#### **LA IMAGEN CORPORATIVA: Ejemplo: Grupo Banco Popular**

##### ↴ **Nuestra misión:**

Simple y clara: solo deseamos seguir siendo lo que somos, es decir, una entidad financiera de ámbito regional en el nuevo mapa europeo, especializado en particulares, comercios y empresas, y orientada hacia la calidad del servicio, la rentabilidad y la eficiencia.

##### ↴ **Nuestra visión:**

Nuestro negocio se sustenta en la confianza y fidelidad de los clientes, por ello en el grupo son especialmente importantes cualidades como la honestidad, integridad, transparencia, discreción y responsabilidad. Entendemos que asumir los criterios éticos anteriormente mencionados es un deber y un reto futuro que tenemos ante clientes, accionistas, autoridades y ante la sociedad en general, por este motivo han de verse reflejados y observados en el desarrollo de nuestra actividad diaria.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 5. LA CULTURA Y LA IMAGEN CORPORATIVA

#### **LA IMAGEN CORPORATIVA: Ejemplo: Grupo Banco Popular**

##### ↴ **Nuestro valores:**

En el Grupo Banco Popular compartimos una serie de valores que identifican plenamente a las personas que trabajan con nosotros y que, a su vez, determinan nuestro día a día. Son solo seis principios, sencillos en sí mismos, pero que reflejan fielmente nuestra cultura corporativa.

Son los siguientes:

- ↴ Espíritu de trabajo en equipo.
- ↴ Respeto a las personas.
- ↴ Flexibilidad y disposición al cambio.
- ↴ Cultura de servicio al cliente.
- ↴ Iniciativa y compromiso de toda la organización.
- ↴ Desarrollo del talento de nuestro trabajadores.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 6. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

- ↴ La OIT (Organización Internacional de Trabajo) define la **responsabilidad social corporativa** –también denominada **responsabilidad social empresarial**, RSE- como una nueva manera de hacer negocios, en la que las empresas tratan de encontrar un estado de equilibrio entre la necesidad de alcanzar objetivos económicos, financieros y de desarrollo con el impacto social o ambiental de sus actividades.
- ↴ Las ventajas de contar con una adecuada política de RSC son:
  - ↴ Mejora la imagen de la empresa.
  - ↴ Aumenta el grado de compromiso de los empleados.
  - ↴ Potencia la lealtad de los clientes.
  - ↴ Genera confianza en sus accionistas.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 6. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

#### **ÁMBITOS DE APLICACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA**

- ↯ La RSC es un concepto transversal, es decir, que afecta a distintos ámbitos de gestión de la empresa.
- ↯ Las actividades desarrolladas en el marco de la RSC han de estar vinculadas a la actividad básica de la empresa, tener vocación de permanencia e implicar un compromiso de la alta dirección.
- ↯ Entre los principales ámbitos de aplicación de la responsabilidad social corporativa se pueden destacar:
  - Derechos humanos.
  - Derechos laborales.
  - Medio ambiente.
  - Protección al consumidor.
  - Salud.
  - Lucha contra la corrupción.



## Tema 2: La empresa y su entorno

### 6. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

#### INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

- ↙ Entre los diferentes indicadores desarrollados a nivel mundial que ayudan a medir la responsabilidad social corporativa de las diferentes empresas, se pueden destacar:
  - **GRI** (Global Reporting Initiative): es el indicador internacional más difundido y aceptado como criterio de referencia para la elaboración de balances de RSC. Persigue, a través de numerosos indicadores de actuación, promover la armonización y la estandarización de la información corporativa en al elaboración de este tipo de informes de RSC.
  - **Norma ISO 26000**: guía de actuación en materia de responsabilidad social establecida por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO).
  - **Índice Bursátil FTSE4Good**, que recoge aquellas empresas que cotizan en bolsa y cumplen estándares de RSC mundialmente reconocidos. En España existe, desde 2008, el **FTSE4Good IBEX**.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 6. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

#### **INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA**

- ↴ Se puede definir el balance social o informe de sostenibilidad como un instrumento de gestión para planificar, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar, en términos cuantitativos y cualitativos, la gestión de la RSC en una empresa, en un periodo determinado y frente a metas preestablecidas.
- ↴ Un balance social deberá cumplir los siguientes requisitos:
  - Relevancia
  - Veracidad
  - Claridad
  - Que sea comparable
  - Regularidad
  - Verificabilidad

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 6. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

#### INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

- ↴ **RELEVANCIA:** las informaciones contenidas en los balances sociales serán útiles si son percibidos como tales por sus destinatarios.
- ↴ **VERACIDAD:** neutralidad y consistencia en la formulación y presentación. Son fundamentales para que el balance infunda confianza.
- ↴ **CLARIDAD:** el balance social debe ser comprendido por todos los públicos, por lo que la inclusión de gráficos y términos técnicos y científicos debe hacerse con mucha cautela.
- ↴ **QUE SEA COMPARABLE:** la posibilidad de comparar los datos es muy útil, tanto para evaluar los balances de distintos años como para estudiarlos en relación con los de otras empresas.
- ↴ **REGULARIDAD:** la divulgación del balance social debe ser periódica, para que sirva de instrumento de comparación.
- ↴ **VERIFICABILIDAD:** las informaciones contenidas en el balance social deben poder ser verificadas en auditoría.

## Tema 2: La empresa y su entorno

### 6. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

#### **MODELOS DE BALANCE SOCIAL**

- ↴ Uno de los principales retos que presenta la elaboración del balance social es la inexistencia de un modelo estandarizado.
- ↴ El modelo internacional más reconocido es el del Instituto ETHOS, basado en el modelo GRI.
- ↴ A pesar de la existencia de estos modelos, muchas empresas prefieren crear formatos propios, y otras adoptan mezclas de diferentes modelos en busca de mayor transparencia y calidad.