

EIE _02

A empresa e o seu âmbito

1. A empresa como sistema

Na primeira unidade estudaches o concepto de empresa desde un punto de vista económico. Pois ben, a continuación definiremos a empresa baixo o enfoque da teoría de sistemas. Esta teoría, aplicada ás organizacións empresariais, permítenos comprender as complexas relacións que se establecen no interior dunha empresa e co ámbito no que desenvolve a súa actividade.

A **empresa como sistema** fai referencia ao conxunto de elementos interdependentes que, relacionados entre si mediante unha estrutura organizativa e cunhas determinadas funcións, tratan de conseguir un obxectivo común tendo en conta os intercambios que se producen co ámbito.

Da definición convén salientar os seguintes aspectos:

- A empresa fórmana un conxunto de elementos que, ao seren interdependentes, se inflúen mutuamente.
- A empresa relaciónase co ámbito que rodea a súa actividade.
- A empresa ordena os elementos por funcións e relaciónaos deseñando unha estrutura.
- A empresa fixa un obxectivo ao que deben contribuír todos os elementos que a constitúen.

Existen diferentes tipos de sistema. Como clasificaríamos a empresa-sistema?

1.1. Elementos da empresa

Segundo a teoría de sistemas, enténdese por **elemento** dun sistema as partes ou compoñentes que o constitúen, e estes poden referirse a obxectos, persoas ou procesos.

Cales son os elementos dunha empresa? Que papel desempeña cada un? Os elementos da empresa son os seguintes:

1. Elemento social: o grupo humano

Este elemento constitúeno todas as persoas que forman parte da empresa. Porén, non todas elas perseguen os mesmos intereses e, por iso, imos agrupalas en colectivos cun interese común:

- Os administradores. Só existen nalgúns tipos de empresa e, cando son varios, forman os chamados consellos de administración. Son os representantes da empresa ante terceiros e levan a cabo a xestión da empresa. Son figuras similares ao administrador do teu bloque de vivendas.
- Os propietarios do capital. Son as persoas que achegaron capital, diñeiro ou outros recursos, e que investiron nela para obteren unha ganancia. Coa súa achega pasan a ser os seus donos nunha parte equivalente e, a cambio, levan unha porcentaxe do beneficio.
- Os directivos. Asumen a dirección xeral da empresa ou dunha parte dela, planifican, organizan e toman as decisións da área da que son responsables.
- Os traballadores. Executan as tarefas propias da actividade da empresa e non pertencen aos colectivos anteriores. Son os que fan o traballo, e están supervisados e controlados polos anteriores.

2. Elemento técnico: os bens e os coñecementos

Os coñecementos son os saberes acumulados para desempeñar as tarefas; os bens económicos son todos os elementos materiais necesarios para desenvolver a actividade empresarial. Adoitan clasificarse segundo o seu emprego e o tempo de permanencia na empresa:

- Bens duradeiros. Non sofren transformación e empréganse durante un dilatado tempo para desenvolver a actividade empresarial. Exemplos: a maquinaria, as instalacións, os locais, etc.
- Bens non duradeiros. Participan do proceso produtivo ou da prestación do servizo durante un menor período de tempo. Os materiais que van formar parte do produto final ou os que acumula a empresa no seu almacén son exemplos destes bens.

3. Elemento organizacional

A organización é a orde que se lles dá ás cousas e que determina a estrutura da empresa. Como empresario terás que decidir cal será a orde máis adecuada á túa actividade, ao tamaño e ao ámbito. Tería sentido que o froiteiro Paco, do mercado de aquí ao lado, crease departamentos situados en diferentes países cando só dispón dun modesto local local? Imaxinas unha empresa sen conexións entre os departamentos?

1.2. O ámbito

Segundo a teoría de sistemas, todos os sistemas existen dentro doutro sistema maior denominado ámbito, ao que inflúe e do que recibe influencias cando é aberto. É por isto polo que dicimos que está en constante interacción con el.

Todo aquilo que rodea o teu negocio, pero que non forma parte del, será o **ambito** do teu negocio. E has de telo moi en conta porque a empresa que vas crear estará condicionada por el. Do ámbito recibes cousas (traballo, capital, materiais, recursos) denominadas "entradas" que, unha vez transformadas, proporcionarán "saídas" (servizos que ofreces no mercado).

No ámbito podemos diferenciar un máis remoto, que é o ámbito xeral ou macroámbito, e outro máis inmediato ou próximo ao teu negocio que se denomina **ámbito** específico ou microámbito. Pica en cada cela e terás unha breve explicación de cada un deles.

Ámbito xeral. Inflúe de maneira indirecta nas túas decisións como empresario, e non vas ter poder suficiente para o controlar e manexar ao teu antollo, porque che virá dado.

Ámbito específico. Inflúe de xeito directo nas decisións que tomes acerca do teu negocio, pero a cambio diso vas poder controlalo e modificalo consonte os teus intereses, aínda que dentro dunha marxe. "Podémolo decidir e podémolo elixir".

1.3. Subsistemas funcionais (I)

Segundo a teoría de sistemas, enténdese por subsistema o conxunto de elementos e relacións que estruturados se especializan en desenvolver funcións determinadas dentro dun sistema maior.

Que son os subsistemas funcionais? A empresa como sistema conta con sistemas internos, denominados subsistemas funcionais, e cada un especialízase en levar a cabo tarefas que tratan sobre un mesmo asunto. Para que se crean? A creación de subsistemas responde á necesidade de establecer unha orde na empresa que contribúa ao logro dos obxectivos e das estratexias fixadas, pero non todas as empresas se ordenan do mesmo xeito. Por iso, podería haber empresas que contén con subsistemas diferentes ou cun maior ou menor número deles.

Cales son estes subsistemas funcionais? Malia non existir unha tipoloxía universal, porque cada empresa conta cos subsistemas que lles resultan de utilidade, estudaremos a clasificación seguinte

En boa parte coinciden coas partes do plan de empresa que estudaches na unidade anterior, pero o enfoque de estudo é diferente. Repara en que función cumpre cada subsistema e que tarefas abrangue.

• **Subsistema comercial ou de márketing.** Encárgase da comercialización e da distribución do produto ou servizo que ofrece a empresa no mercado. As tarefas principais son:

- Investigación de mercados.
- Desenvolvemento de produtos e servizos.
- Fixación do prezo psicolóxico, que é o que o consumidor está disposto a pagar.
- Xestión de aprovisionamento de insumos e de vendas.
- Comunicación dirixida ao cliente: publicidade, promocións etc.

• **Subsistema financeiro.** Encárgase de buscar e de obter fondos que financien o negocio, e de aplicalos de maneira eficiente. As súas tarefas principais son:

- Elaboración e análise de documentos contables: balance, contas etc.

- Xestión de tesouraría.
- Obtención de financiamento.
- Decisións de investimento e carteira de valores.

1.4. Subsistemas funcionais (II)

Subsistema de produción Encárgase de desenvolver o proceso de transformación de materias primas e compoñentes en produtos terminados, preparados para a súa venda. Aquelas empresas que non transforman (como as empresas puramente comerciais) ou que prestan servizos carecen deste subsistema, que se substitúe polo de operacións, no que se detallan todos os procesos e métodos de traballo que son necesarios para prestar o servizo:

- Deseño técnico do produto ou do servizo.
- Deseño do proceso de produción ou de operacións.
- Xestión do almacén.
- Control de calidade.

Subsistema de persoal ou de recursos humanos. Encárgase de todos os aspectos relacionados co persoal que traballa na empresa. Destacan entre as súas tarefas as seguintes:

- Elaboración e análise de documentos laborais: nóminas, liquidacións, seguros sociais, etc.
- Selección, contratación e baixas.
- Deseño de plans de formación.
- Xestión das relacións laborais: satisfacción do persoal, calidade de vida laboral, seguridade e saúde no traballo.

Subsistema de I+D+i (investigación, desenvolvemento e innovación). Existe naquelas empresas que requiren alta tecnoloxía na súa actividade, como Hewlett-Packard ou IBM. Encárgase de investigar e de desenvolver os produtos, os seus compoñentes ou os procesos de produción para diferenciarse da competencia e orientarse ao futuro tecnolóxico. As súas tarefas principais son:

- Investigación científica de produtos e procesos.
- Aplicación práctica das conclusións da investigación.
- Logro de avances tecnolóxicos obtendo produtos, procesos ou métodos diferentes dos que viñan facendo.

2. A cultura da empresa

A partir da década dos oitenta, o interese polo estudo da cultura da empresa aumentou considerablemente. Sabes cales foron os dous motivos principais?:

- Os incipientes procesos de globalización económica e os avances tecnolóxicos comezaron a xerar problemas de adaptación das empresas a ámbitos máis amplos e dinámicos, nos que o cambio se facía cada vez máis frecuente. Os estudos da cultura de empresa presentábanse como a maneira de reducir a ansiedade que provocaba o ámbito e de guiar as empresas cara a unha nova era.
- A maior produtividade que as empresas xaponesas obtiñan en detrimento das americanas fomentou o estudo dos elementos culturais que predominaban nunhas e noutras.

Aínda que existen diferentes termos para referirmonos á cultura da empresa, como cultura empresarial, cultura corporativa ou cultura organizacional, nós utilizaremos o primeiro deles. Só te avisamos de que, aínda que con pequenos matices, todos se refiren ao mesmo.

2.1. Concepto, creación e funcións

Unha das características que diferencia unhas empresas doutras é a súa cultura. Que é a cultura de empresa? Dunha maneira moi sinxela, podemos dicir que é o conxunto de crenzas e pautas xerais que orientan o comportamento dos empregados e que a fai única e distinta ao resto das empresas. Pero esta expresión abrangue moitos máis matices que recolleemos a continuación.

Cultura organizacional é o conxunto de crenzas básicas, valores, producións e condutas, asumidas e compartidas por todos os membros dunha empresa, que determinan as relacións internas entre os seus membros e as relacións externas co ámbito, e que condicionan a elección dos obxectivos empresariais e os métodos para alcanzalos.

As ideas básicas que extraemos desta definición son as seguintes:

- A cultura contén tres elementos, relacionados entre si, que forman un todo de significados compartidos polos membros da empresa: as crenzas básicas, os valores, e as producións e condutas.
- A cultura determina dous tipos de relacións:
 - As que mantén a empresa co seu **ámbito**. Neste sentido, a empresa forma parte dunha cultura máis ampla (supracultura) que vén dada polo medio xeográfico e cultural en que se sitúa.
 - As relacións que se dan no interior da empresa, cos seus membros e entre eles mesmos. Neste sentido, dentro da cultura da organización aniñan subculturas achegadas e xeradas polos grupos que forman a empresa.
- A cultura condiciona a elección de obxectivos que a empresa se fixa e os métodos que empregará para logralos.

As ideas anteriores podemos engadir que de nada serviría ter cultura organizativa se cada membro a entendese á súa maneira ou non a comprendese. Por isto, é necesario un adecuado liderado que garanta a interpretación correcta dos elementos culturais.

Como se crea a cultura organizacional? A creación da cultura é un proceso complexo que se inicia coa achega dos valores propios e dos obxectivos fixados polo seu fundador: o emprendedor. Desde que elabora o seu plan de empresa está a determinar xa os elementos da cultura que se van desenvolver. Á medida que o negocio prospera, a cultura fundacional, orixinaria do fundador, sofre unha evolución natural que valida as achegas que recibe do ámbito e desenvolve os procesos de socialización dos novos empregados coas achegas de novas subculturas xeradas. Á vez vaise desenvolvendo unha evolución guiada por parte dos xerentes que corrixe calquera acontecemento que nos desvíe da cultura desexada.

Que funcións cumpre a cultura organizacional? Son moitas as funcións, pero podemos salientar as seguintes:

- Adaptación ao ámbito cambiante e global.
- Integración e orientación dos comportamentos dos membros da empresa, ao ser o punto común que todos asumen e comparten.
- Xera compromiso común, o que aumenta a cohesión.
- Proporciona identidade propia e define a fronteira entre unha empresa e outra.
- Proxecta forza.

2.2. Elementos da cultura empresarial

Cales son os elementos da cultura empresarial? Que significado ten cada un deles?

1.Crenzas básicas

Son a esencia da cultura, o seu núcleo. Constitúeno as crenzas, as percepcións, os pensamentos e os sentimentos que se teñen acerca do ámbito, a razón de ser da empresa, a realidade e a natureza humana. Ao repetirse dunha maneira continuada, fixéronse inconscientes (validación) para os membros da organización. Ao seren permanentes, estables e difíciles de cambiar, permiten entender por que as cousas suceden dunha maneira e non doutra. Son "o verdadeiro".

2. Valores

Son os principios sociais que determinan o comportamento desexable e correcto desde o punto de vista ético e desde o punto de vista da súa utilidade. Decláranse e acéptanse de maneira consciente por todos os membros. Son "o bo, o útil e o conveniente".

3. Producións e condutas

Son as estruturas e os procesos que reflicten na práctica os elementos culturais anteriores. É visible e facilmente observable que nos dan as pistas para estudar a cultura dunha empresa, pero resulta difícil descifrar o seu significado. É, en definitiva, "o que se pon en práctica, se realiza e se executa no día a día".

2.3. Tipos de cultura (I)

Cantos tipos de cultura existen? Hai algunha clasificación universalmente aceptada? Hai moitas clasificacións para identificar os tipos de cultura porque cada unha repara nun aspecto concreto. Presentámosche as dúas clásicas: segundo o obxectivo e os valores culturais dominantes, e segundo a actitude fronte ao ámbito.

Segundo os obxectivos e os valores dominantes

- **Cultura orientada ao poder.** Trata de reforzar a súa posición de dominio no ámbito que a rodea; na súa organización interna exerce un control rigoroso cara aos seus empregados con relacións de autoridade centralizadas e definidas. A súa estrutura está moi xerarquizada. A loita e a competitividade son parte dos seus valores.
- **Cultura orientada á función (burocrática).** Pon atención en que as cousas se fagan de maneira ordenada, estruturada e responsable, aínda que non necesariamente eficaz. Describe polo miúdo as normas e os procedementos para desenvolver as funcións profesionais. O poder vén dado pola súa posición no organigrama e a estabilidade laboral é alta, pero ten dificultades para adaptarse aos cambios. Sabes cales poderían ser os seus valores? A lealdade, a antigüidade e a competencia técnica.
- **Cultura orientada á tarefa.** Dirixe a súa atención ao traballo, define os obxectivos que se pretenden lograr, establece proxectos e accións para logralos e avalía os resultados obtidos. É flexible ante os cambios e fomenta a creación de equipos de traballo para tarefas concretas (equipos ad hoc). Ten como valores o logro de resultados, o traballo en equipo ou por proxectos.
- **Cultura orientada á persoa.** A súa atención céntrase nas persoas, nos seus empregados, tratando de satisfacer as súas necesidades sociais e potenciando o seu desenvolvemento mediante avaliacións e programas formativos. A súa estrutura, apenas xerarquizada, trata de fomentar a participación e o consenso nas súas decisións. O benestar dos empregados, a realización persoal e a conciliación entre a vida laboral e persoal poderían ser algúns dos seus valores. Esfórzase por crear un clima laboral harmonioso.

2.4. Tipos de cultura (II)

Lembras que había varias clasificacións? Repara nestoutra porque neste caso diferenciamos culturas de empresa segundo a actitude que manteñen co ámbito:

- **Cultura narcisista.** Interésalles pouco o que sucede no ámbito porque para eles o que vale é a súa visión das cousas. Céntrase nela mesma e mantén os valores tradicionais propios profundamente arraigados.
- **Cultura tribal.** Relaciónanse co ámbito na medida en que este pode contribuír ao cumprimento dos seus obxectivos. Internamente desenvolven unha estrutura formalizada e xerárquica, similar a unha tribo.
- **Cultura exploradora.** Amosan apertura ao ámbito e intentan aproveitar todas as vantaxes que lles poida ofrecer. A iniciativa, a vontade persoal e o éxito son valores en alza.
- **Cultura amplificadora.** Relaciónanse constantemente co ámbito e deciden previamente o camiño para seguir e que ha orientar a súa actividade. Os resultados conséguense grazas aos participantes e á súa interacción co ámbito.

3. A identidade e a imaxe corporativa

A cultura organizacional proporciónalle identidade á empresa, pero que é a identidade corporativa? Que aspectos xeran identidade? E a súa imaxe é o mesmo que identidade? Aínda que poderían confundirse, hai un matiz importante que as diferencia ben; sábeno os departamentos de márketing das empresas.

Os elementos culturais de cada empresa que estudamos xa crean a identidade peculiar e única de cada empresa.

Identidade corporativa é todo aquilo que constitúe "o ser" da empresa, a súa personalidade, o que a empresa é e como é, o que a diferencia das demais empresas.

Dentro da identidade, pódense distinguir dous aspectos básicos:

Aspectos básicos

A súa filosofía ou razón de ser	Identidade visual ou signos distintivos
<ul style="list-style-type: none"> • Misión: define o negocio da empresa; que é e que fai para satisfacer os seus clientes. • Valores: indican os principios e os valores xerais que rexen a súa actividade; como o fai. • Visión: recolle a proxección futura e cara a onde se dirixen os seus esforzos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Logotipo: elemento gráfico, verbal ou auditivo • Tipografía: tipo de letra • Papelaría: formatos nos seus documentos • Vestimenta: uniformes e traxes

Cando as empresas desenvolven a súa actividade no día a día proxectan ao exterior unha determinada imaxe que adoita ser o reflexo da súa propia identidade. Pero que é a imaxe corporativa dunha empresa?

Imaxe corporativa é a percepción mental que do produto e da empresa mesma teñen todos os axentes externos a ela, o público en xeral, os seus clientes, os seus provedores, os seus competidores, etc. É dicir, todo aquilo que o público pensa e sente acerca do que a empresa é e como é.

A imaxe percibida polo público estúdana os departamentos de márketing das empresas, para o que se axudan nalgúns casos de empresas especializadas en publicidade e en investigación de mercados. O máis importante é que a imaxe que se percibe coincida coa imaxe que a empresa desexa comunicar. Como se pode degradar esta relación? Repara no cadro, pareceche difícil que todo coincida?

- Que é a miña empresa?
 - O que eu creo acerca do que é a miña empresa.
 - O que transmito acerca do que é a miña empresa.
 - O que percibe o público sobre a miña empresa.

4. A responsabilidade social da empresa (RSE)

A responsabilidade social é ser "socialmente responsable"

Desde hai anos, véñse falando do novo papel que deben xogar as empresas e as organizacións na sociedade, que se convirten en suxeitos activos ou en cidadáns responsables porque dirixen os seus bens e servizos á sociedade, e é da sociedade mesma de onde obteñen o seu beneficio económico, o seu lucro.

As actuacións dos gobernos non están a ser suficientes para eliminar ou corrixir os desaxustes sociais, económicos e ambientais que existen no ámbito mundial. E o grande poder que acumulan as multinacionais fainos corresponsables desta situación. Aí comezou todo; aínda que a responsabilidade social nestas grandes empresas é visible desde hai anos, tamén os pequenos negocios poden facer, e moito, por seren responsables.

Non só debes preocuparte polo resultado económico do teu negocio, senón tamén por como o obtés e por canto achega á sociedade.

4.1. Concepto e características da RSE

A responsabilidade social aplicada á empresa denomínase responsabilidade corporativa ou empresarial, pero que é a RSC?

A RSC é a forma de conducir o negocio da túa empresa tendo en conta os impactos que a túa actividade xera sobre os teus traballadores, os teus clientes, os teus provedores, a túa comunidade ou o teu contorno máis próximo, pero tamén sobre o ambiente e a sociedade en xeral.

Desde as administracións e os organismos internacionais, como o Pacto Mundial da ONU, as directrices da OCDE e o Libro verde da UE, trátase de fomentar que as empresas introduzan na súa xestión accións que contribúan ao progreso económico e social dentro do marco do desenvolvemento sustentable. Enténdese por sustentable "a satisfacción das necesidades do presente sen sacrificar as necesidades das xeracións futuras".

Sempre que te propoñas incorporar medidas de responsabilidade social no teu negocio, tes que ter en conta as notas que a caracterizan:

Se a incorporación de medidas de RSC no teu negocio é voluntaria, por que che pode interesar aplicalas? Sabemos que xeran valor, pero que vantaxes directas lle achega ao teu negocio. Velaquí as máis salientables:

- Diferénciate do resto de negocios similares a ti que carecen de RSC.
- Sitúate nunha situación máis competitiva.
- Para a Administración "gañas puntos", porque valoran a túa implicación no desenvolvemento sustentable do teu ámbito.
- Mellora a túa reputación e a túa imaxe interna e externa.
- Os teus empregados sentiranse máis valorados e iso proporcionaralles satisfacción e benestar.
- Tes a garantía de que fas algo bo para a sociedade en xeral.

4.2. Ámbitos e accións de RSE

Como se pode desenvolver a RSE? Que accións hai que levar a cabo? Sempre que decidas apostar pola RSE no teu negocio, tes a posibilidade de actuar en varias áreas e de desenvolver diferentes accións para actuar ante os teus stakeholders ou grupos de interese. Aínda que ao comezo non as abarques todas, poderás avanzar aos poucos en cada unha delas. Se picas en cada acción, obterás máis información.

Para integrar dunha maneira efectiva a RSE na xestión do teu negocio débese xestionar adecuadamente, o que significa que en todas as accións que realices debes:

- 1.Planificala, delimitando o seu obxectivo e establecendo a súa descrición e duración, os recursos que necesitas e os mecanismos para avaliala.
- 2.Executala e desenvólvela segundo a estimación anterior.
- 3.Avaliar os resultados e a forma de levala a cabo, e tamén fixar posibles melloras.
- 4.Rexistrar e elaborar unha memoria de sustentabilidade, que se pode presentar a concursos ou premios.
- 5.Comunicar e darlla a coñecer ao público en xeral.

4.3. Responsabilidade social no sector da empresa

Cada negocio desenvolve as accións de responsabilidade social máis adecuadas aos seus obxectivos, ás súas estratexias e aos seus recursos dispoñibles, sen ter por que relacionarse co sector de actividade ao que pertence. Lembra que a RSE é global. Dá igual o negocio concreto que montes dentro do teu sector, porque poderás desenvolver calquera das accións que estudaches.

De partirmos desta premisa, podemos analizar que vínculos ten un negocio do teu sector coa sociedade e pensar as accións responsables máis adecuadas. Como proposta, imos supor que o teu negocio se dedica ao coidado dos nenos ou a cubrir o seu tempo de lecer, e procedemos a analizar os vínculos que se establecen:

•**Cos teus empregados.** Tamén eles terán fillos que coidar e durante o tempo que traballen deberán deixalos nalgún sitio e, por que non, na túa propia escola infantil a un prezo rebaixado. Se lle botas unha ollada ao convenio colectivo, no punto que trata sobre as melloras sociais podes atopar ideas.

•**Acción social.** Posto que é aos nenos a quen se dirixe a túa actividade, poderías establecer colaboracións con ONG que traballen a prol dunha infancia digna. Así, por exemplo, podes facer de intermediario no acollemento de cativos saharauís que pasan o verán na túa localidade, contribuír con donativos, participar nos seus eventos, etc. Os límites xeográficos da colaboración valen por ti. Mediante as redes sociais tamén podes contactar e colaborar con organizacións doutros países;

•**Co ambiente.** Se a moblaxe e os utensilios que utilizas son ecolóxicos ou empregas material reciclado, estes poderían formar parte do teu RSE. E tamén podes desenvolver na túa escola algún programa innovador de ensino ou algunha actividade relacionada con inculcar os valores ambientais nos nenos que acoden á túa escola ou ao teu negocio.

•**Coa comunidade.** Quizá poidas establecer acordos co teu municipio ou coa túa cidade, e ofrecer servizos de lecer para os nenos durante as fins de semana, as festas non laborais ou as vacacións estivais.

•**Coa competencia.** Para que non resulte tan custosa a acción anterior, por que non facelo entre todas as escolas infantís ou centros de lecer da localidade?

Visto isto, que son só pistas para te facer reflexionar, paréceche que viremos as tornas? O teu sector e os negocios que o constitúen adoitan ser empregados por outras empresas para desenvolveren as súas propias accións de responsabilidade social, co que tes diante de ti unha nova oportunidade de negocio: ser o que presta o servizo para outra empresa socialmente responsable. Neste caso, o teu negocio ofrece un servizo que é, á súa vez, unha boa práctica doutra empresa.

5. O balance social

Cando o teu negocio medre en dimensión e complexidade, e con iso tamén aumente o persoal contratado, convén que elabores periodicamente o balance social da empresa. Que é o balance social?

O balance social é un instrumento de xestión que serve para planificar, organizar e avaliar en termos cuantitativos a xestión dos recursos humanos na empresa nun período determinado. Indica con que persoal contamos e como é este persoal.

Non existe ningunha obriga legal de elaborar este documento, polo que a súa realización é voluntaria. **O documento serve** fundamentalmente para tres cousas:

- Estudar a situación do persoal e para analizar a xestión que se está a levar a cabo no negocio.
- Expor melloras e corrixir os aspectos que non coinciden coa situación desexada.
- Ter compilada información en materia de persoal co fin de realizar posibles auditorías sociolaborais e para elaborar a memoria de sustentabilidade de RSE en materia de persoal.

O balance recolle datos sobre a situación social da empresa. O seu contido non é único, pero existen algúns puntos que normalmente inclúe todo balance social, dos que cómpre salientar os seguintes:

- **Estruturação do grupo humano ou das persoas que traballan na empresa e as súas características.**
 - Nivel de cualificación.
 - Porcentaxe de directivos/as.
 - Tipo de contrato: indefinido, temporal e a tempo parcial.
 - Porcentaxe de mulleres e homes.
 - Porcentaxe de persoas con discapacidade.
 - Antigüidade do persoal.
 - Repartición por idades do persoal.

- **Condicións laborais e en materia de saúde laboral.**
 - Número de accidentes laborais e de doenzas profesionais.
 - Organización e sistemas de traballo: xornadas, horarios, horas extraordinarias, traballo nocturno, teletraballo, traballo a quendas, etc.
 - Niveis salariais.
 - Número de folgas ou de paros realizados.
 - Número de ascensos ou promocións.
 - Número de cursos realizados e custo das medidas formativas.
 - Condicións dos lugares de traballo: ruído, exposición a substancias tóxicas, etc.
- **Comportamentos dos empregados.**
 - Nivel de absentismo e causas.
 - Número de persoas que se contratan.
 - Número de persoas que abandonan a empresa.
 - Grao de rotación.
 - Grao de participación na empresa.

6. A ética na empresa

Imos facer unha breve referencia á ética na empresa, e será breve porque realmente vimos xa moitos contidos de ética espallados por toda a unidade. Repara:

- Os subsistemas funcionais deben actuar nas súas funcións e tarefas de xeito ético.
- A cultura serve para potenciar e compartir unhas crenzas, uns valores e uns comportamentos éticos.
- A imaxe que o noso negocio lle transmite ao público e como a transmitimos debe ser ética.
- A RSE incorpora moitas accións que xa de seu buscan a ética nos negocios. Lembra os códigos de conduta dalgúns dos exemplos vistos naquela epígrafe.

En resumo, o todo, o sistema-empresa debe ser ético.

Que é a ética en xeral? Por ética enténdese a disciplina filosófica que estuda o comportamento moral do home en sociedade. E enténdese por moral "os bos costumes ou os comportamentos humanos que se consideran correctos e bos dentro desa sociedade". O contrario sería o inmoral, todos os comportamentos malos ou incorrectos. E todo o que queda á marxe, por carecer de moral, é denominado amoral.

6.1. Que é e que non é ética na empresa?

Que é a ética na empresa? Podemos observar como dentro de cada empresa se desenvolven unhas determinadas accións e como se toman moitas decisións. Todas elas serán éticas e morais na medida en que se sitúen dentro do que é correcto e bo, e do que estea socialmente aceptado na cultura de empresa. A ética na empresa equivale á transparencia en todas as actuacións que se levan a cabo e en todas as decisións que se toman.

É conveniente diferenciar ben o "ético ou moral" do "legal". Entanto que a maioría dos comportamentos éticos ou morais serán legais, os comportamentos que non actúan consonte á ética poden ser, ademais de inmoral, ilegais; é dicir, pode haber unha norma xurídica que os recolla e que estableza unha sanción como castigo.

Que non é ética na empresa? Pómosche unha breve listaxe de exemplos do que non é ético ou moral no mundo empresarial e, ademais, moitos deles tampouco son legais: Que consecuencias ten un comportamento non ético na empresa? Moitas e moi graves:

- Desprestixio e mala imaxe no mercado de bens ou servizos.
- Clientes que se perden, traballadores que marchan, provedores que non queren establecer relacións comerciais con esa empresa.
- Administracións que non aceptan as ofertas a concurso da empresa e perda de posibles subvencións ou axudas.
- Sancións xurídicas, cando ademais os actos non éticos incumpren as normas xurídicas.
- E, por que non dicilo?, mala conciencia de poder facer as cousas ben e non facelo, e de estragalo todo.