



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
- ...

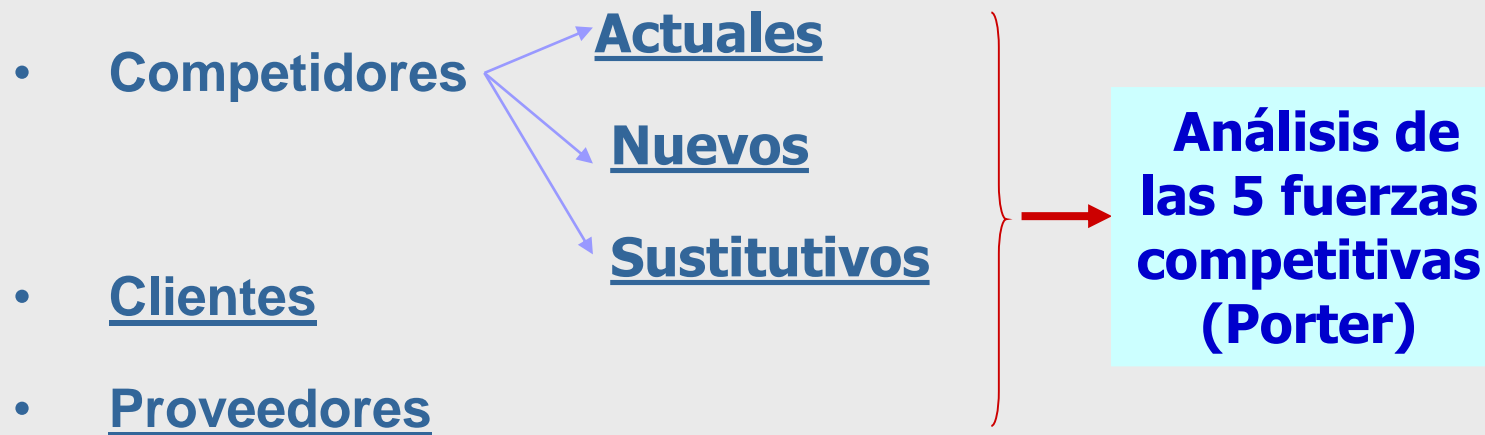
empresas



Análisis del Entorno Específico

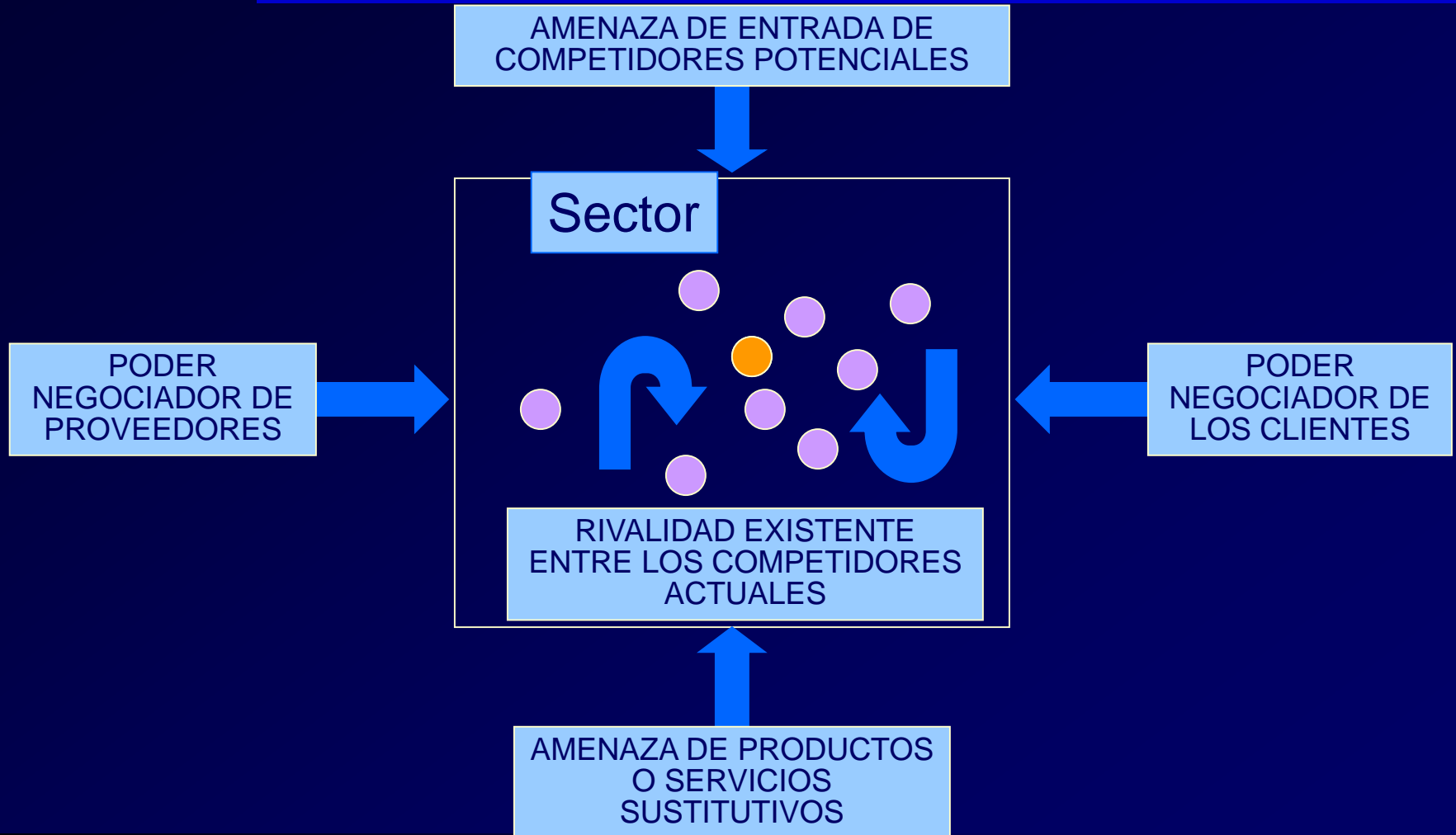
OBJETIVO: Identificar oportunidades y amenazas derivadas del SECTOR de actividad al que pertenece la empresa

¿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

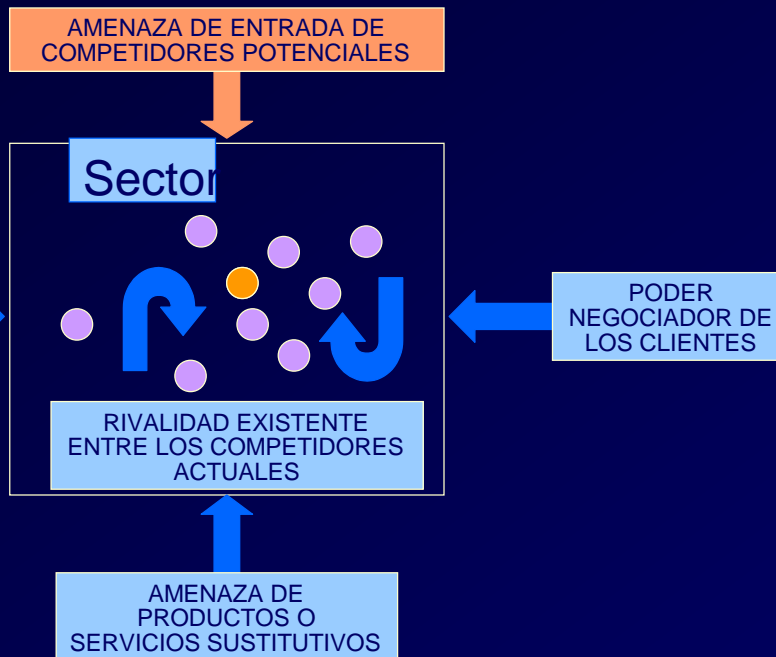
¿Podrán entrar? Depende de:

Barreras de entrada

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

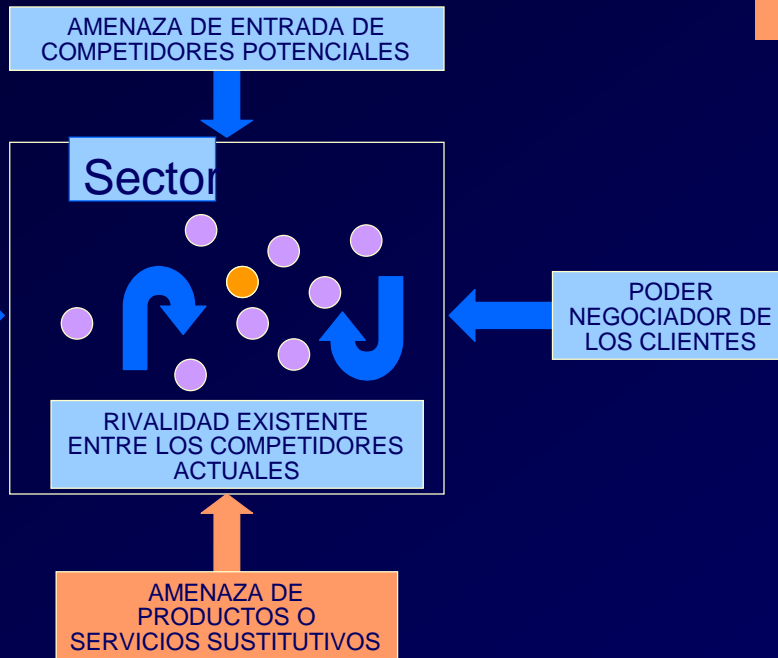
Reacción esperada

- 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

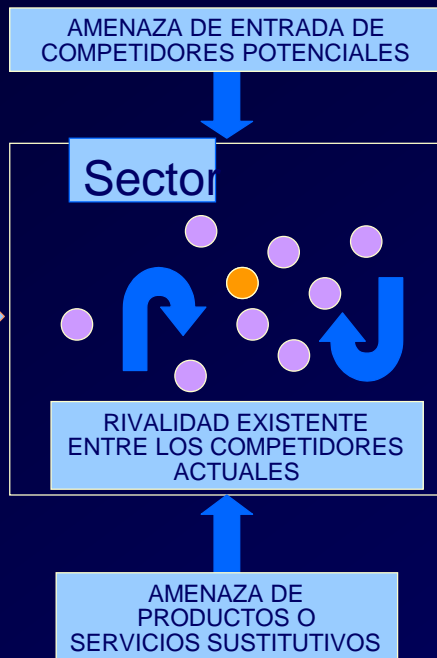
Análisis del Entorno Específico

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



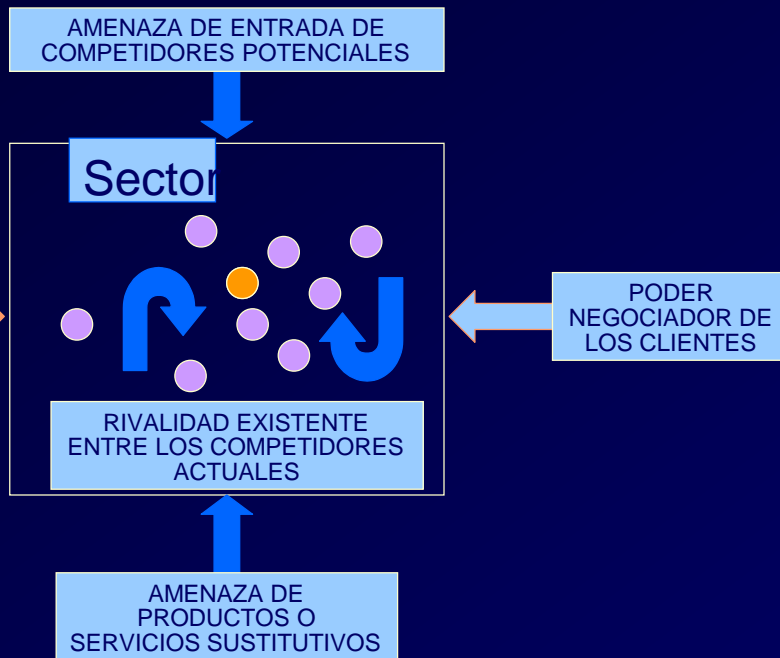
Análisis del Entorno Específico

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



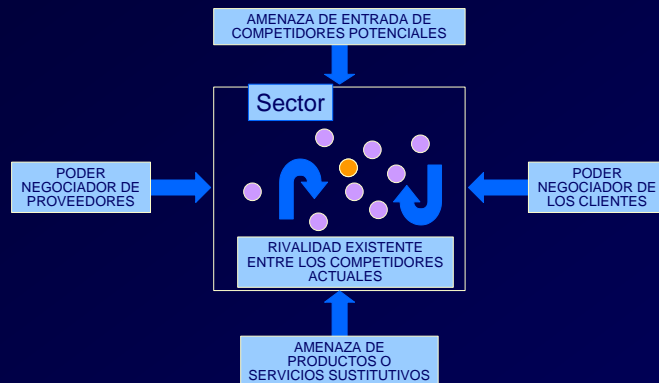
Análisis del entorno

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

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



**OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE**

BENEFICIARIOS: Sociedad y Medioambiente

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



Virtual classroom Biblioteca Sede Electrónica Tienda Directorio Webmail

Consúltanos English Acceder



ODSesiones



UNIVERSIDAD DE
MURCIA



Proyecto 17ODSesiones 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

[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

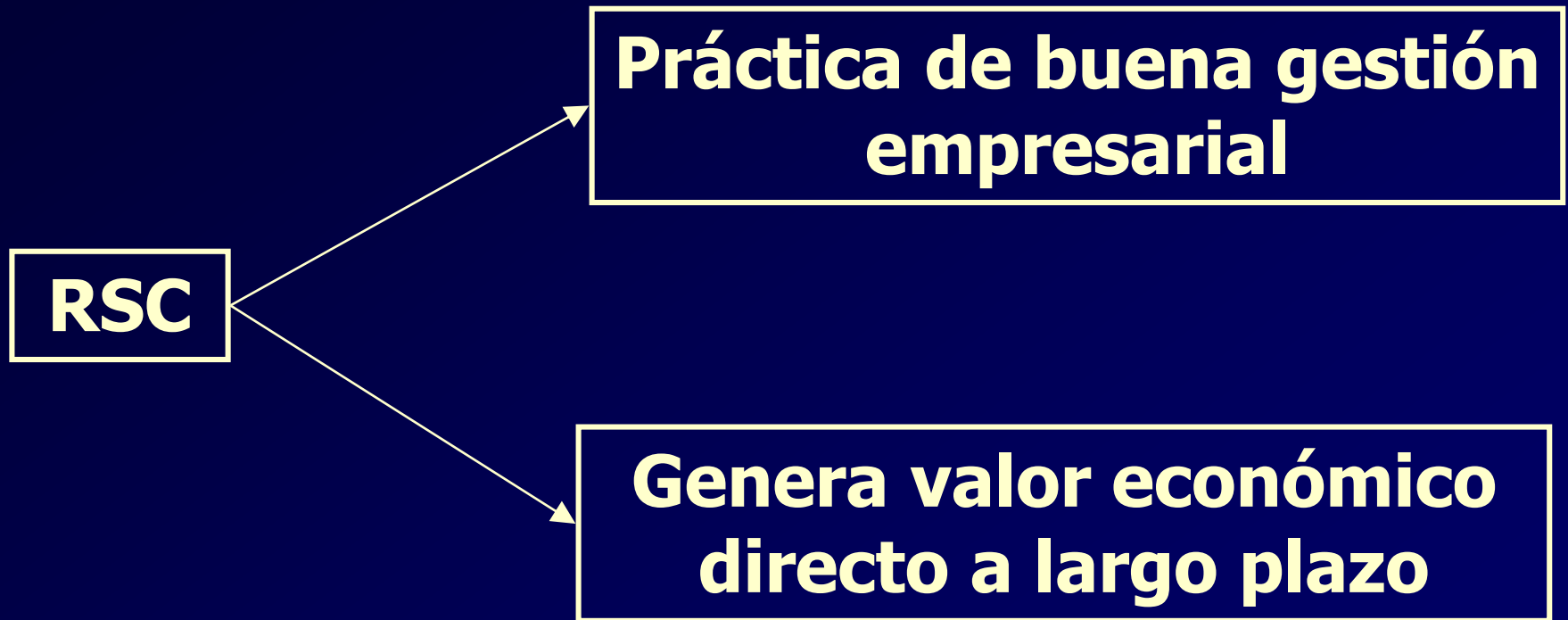
CUESTION DE NEGOCIO

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