

Unidad de Trabajo 2

LA EMPRESA Y SU ENTORNO

1. LA EMPRESA

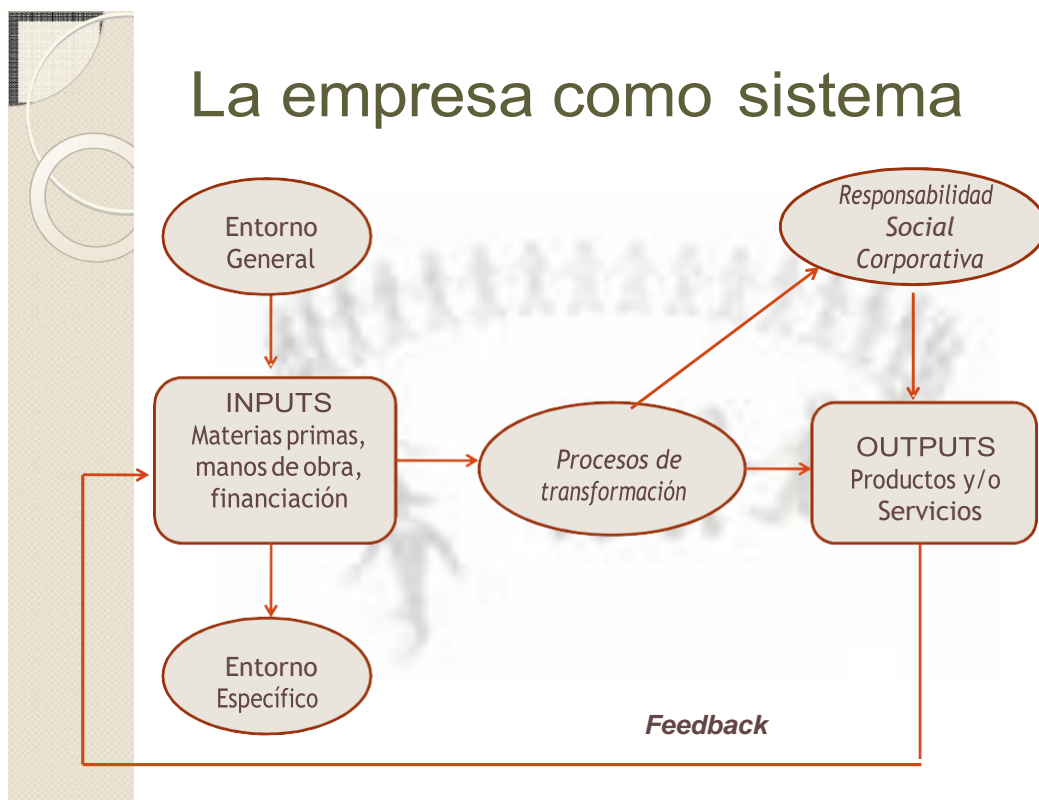
**** Concepto.**

La empresa es una entidad con personalidad jurídica propia que produce BIENES y SERVICIOS. Una empresa integra un conjunto de elementos organizados y dirigidos para alcanzar una serie de objetivos a través de la realización de una actividad económica.

**** La empresa como sistema. Elementos de la empresa.**

Según la Teoría General de Sistemas, un sistema es “un conjunto de elementos interrelacionados, diseñado para alcanzar un objetivo específico”.

La empresa (pyme) se concibe como un sistema abierto en permanente interacción con el entorno o marco socioeconómico del que recibe inputs (entradas) y al que ofrece outputs (salidas), una vez que los primeros han sido sometidos a una serie de procesos de transformación.



Actividad:

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

Los procesos de transformación a que son sometidos los Inputs, se concretan, en el seno de las empresas, en la realización de una serie de funciones básicas que les permitirán lograr sus objetivos.

Esas funciones se conocen también con el nombre de “*áreas funcionales*”. El buen funcionamiento de la empresa dependerá de la coordinación eficaz de todas las áreas.

** Principales áreas funcionales de la empresa

- **Área de producción:** producción de bienes y servicios.
- **Área de ventas o marketing:** compra y venta.
- **Área de finanzas:** búsqueda y gestión de capitales que permitan realizar inversiones y todas las funciones contables de la empresa.
- **Área de recursos humanos:** funciones de personal, prevención de riesgos laborales.
- **Área administrativa,** que comprende, a su vez, cuatro funciones: planificar, organizar, mandar y controlar.

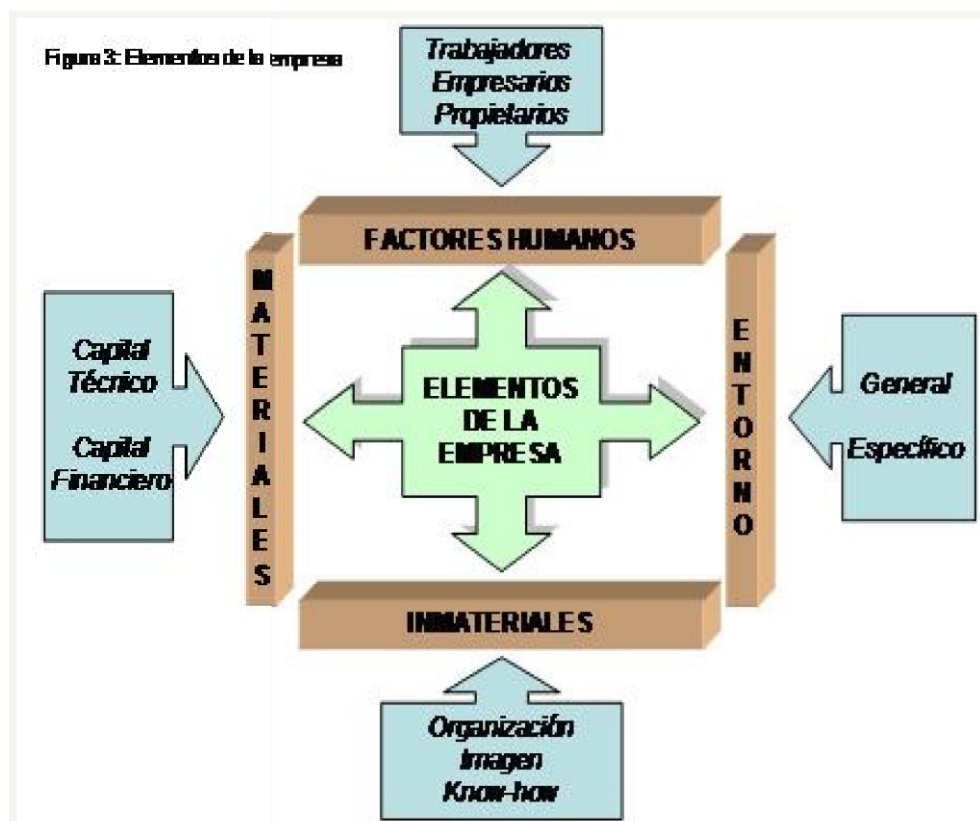
Video: Áreas funcionales de la empresa

<https://www.youtube.com/watch?v=kyLpGyWr7lY>

https://www.youtube.com/watch?v=catKWN_zP_g

En función de su actividad, la empresa adoptará aquella estructura funcional que mejor responda a sus necesidades.

Además, toda empresa se compone de una serie de elementos, todos ellos necesarios para realizar su actividad:



Actividad:

Martina Ramos posee una tienda de moda en Santander, donde trabajan dos empleadas y ella. ¿Cuáles son los elementos humanos y materiales de su empresa?

**** La función económico-social de la empresa.**

La empresa, en su continua interacción con el entorno, realiza una serie de funciones de gran importancia para la sociedad que se pueden agrupar en dos categorías, CREACIÓN DE VALOR y FUNCIÓN SOCIAL:

- **Creación de valor:** gracias a las empresas se obtienen productos y servicios que hacen que nuestra vida sea más fácil. La I+D+i (Investigación, Desarrollo e Innovación) es una actividad fundamental en la sociedad actual, y son principalmente las empresas quienes la desarrollan.
- **Función social:** las empresas proporcionan los ingresos necesarios para vivir, bien a través de los salarios que pagan a sus empleados o de los beneficios que obtienen sus propietarios. Además, promueven el avance tecnológico y la innovación.

**** Objetivos de las empresas**

Estas funciones tienen que ser compatibles con los **objetivos** que pretenden alcanzar las empresas, entre los cuales pueden destacarse:

- **Obtener el máximo beneficio (I-G).** Es el principal objetivo, ya que de ello depende la supervivencia de la empresa.
- **Crecimiento.** Las empresas deben reinvertir sus beneficios para crecer y aumentar su cuota de mercado y mejorar su situación futura.
- **Satisfacción de los clientes.** La fidelización de los clientes es la clave del éxito empresarial. Sin clientes, una empresa no es nada.
- **Calidad.** Debe impregnar todas las actividades de la empresa, desde la producción hasta la distribución.
- **Supervivencia.** En ocasiones, la situación económica es tan delicada que la empresa solo puede aspirar a mantenerse y esperar a que cambien la coyuntura.
- **Objetivos sociales.** Cada vez está más generalizada la idea de que las empresas no pueden limitarse a alcanzar objetivos puramente económicos, sino que deben tener en cuenta aspectos como el respeto al medioambiente.

Actividad:

Juan Gallardo es socio de una entidad financiera dedicada fundamentalmente a conceder créditos a personas que tienen dificultad en obtenerlos de los bancos. Él considera que el único objetivo de la empresa debe ser ganar cuanto más dinero mejor. Argumenta si es correcta su opinión y valora esta actuación especulativa.

Video: Objetivos de la empresa:

<https://www.youtube.com/watch?v=Wt6g8g6rfLc>

** Tipos de empresas: criterios de clasificación.

A la hora de clasificar los tipos de empresas, pueden utilizarse varios criterios:

- ☐ **Según el tamaño:** pequeñas, medianas, grandes.
- ☐ **Ámbito de actuación:** locales, nacionales, multinacionales.
- ☐ **Según el sector económico:** primario, secundario, terciario.
- ☐ **Según la propiedad de la empresa:** pública, privada, mixta.
- ☐ **Según la forma jurídica:**

Empresa individual	Empresario individual		
	Sociedad civil privada		
	Sociedad civil pública		
Empresa sociedad	Sociedad mercantil	Personalista	Colectiva
			Comanditaria simple
		Capitalista	Comanditaria por acciones
			Responsabilidad Limitada
			Sociedad Anónima
			Sociedad Laboral (L y A)
	Sociedad de interés social		Cooperativa

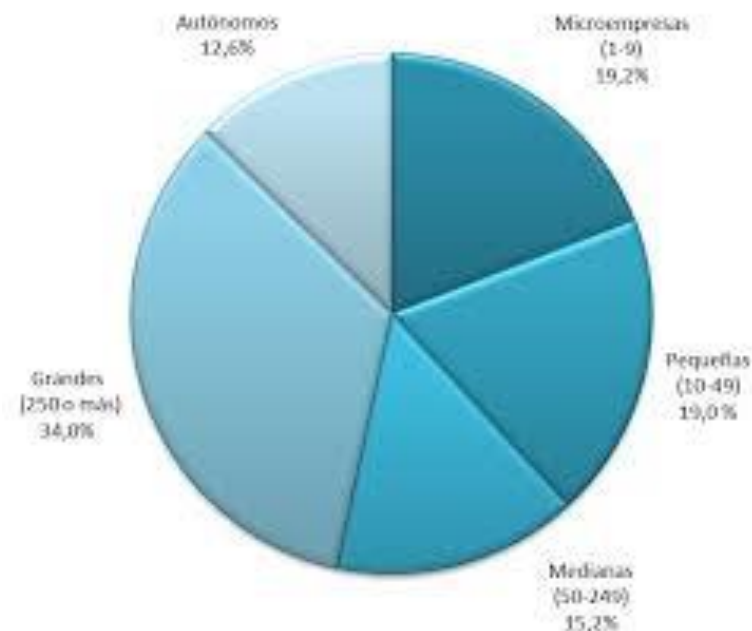
Por su parte, las PYMES pueden, a su vez, clasificarse según varios criterios atendiendo a una Recomendación de la UE que se aplica a todas las políticas, programas y medidas que arbitra la Comisión para las PYMES. Ser considerado empresa es el primer paso para acogerse a la condición de PYME. Según la nueva definición, una empresa es «una entidad que ejerce una actividad económica, independientemente de su forma jurídica».

Por lo tanto, lo determinante a la hora de hablar de una PYME es la actividad económica, no la forma jurídica. Tres son los criterios que se tienen en cuenta a la hora de determinar si se trata o no de una pyme:

- Plantilla
- Volumen de negocios anual
- Balance general anual

La categoría de microempresas y pymes, está constituida por aquellas empresas que ocupan a menos de 250 personas y cuyo volumen de negocios anual no excede de 50 millones de euros o cuyo balance general anual no supera los 43 millones de euros.

CATEGORÍA DE EMPRESA	PLANTILLA	VOLUMEN DE NEGOCIOS ANUAL	BALANCE GENERAL ANUAL
MEDIANA	<250	≤ 50 millones € ó	≤43 millones €
PEQUEÑA	< 50	≤ 10 millones € ó	≤ 10 millones €
MICROEMPRESA	< 10	≤ 2 millones € ó	≤ 2 millones €



Tipos de empresas según su tamaño

<https://www.youtube.com/watch?v=F0kbe0z933w>

2. LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA EMPRESA

**** Modelos de organización empresarial.**

La empresa es una forma especial de organización que combina recursos humanos y materiales con el fin de conseguir un objetivo: el beneficio económico.

Para que esta organización funcione, es necesario definir las tareas que se van a desarrollar, dividir y distribuir el trabajo entre las personas que lo van a realizar (atribuciones), determinar las relaciones que deben existir entre ellas y fijar sus

responsabilidades (jerarquías).

Existen una serie de **principios organizativos** comunes a toda empresa

- **Unidad de objetivo:** todos los componentes de la organización deben contribuir, en la medida de sus posibilidades, a la consecución del objetivo de la misma.
- **Alcance de control:** determinar el nº de personas más conveniente que el jefe puede dirigir con efectividad.
- **Principio de delegación:** delegar funciones hasta los niveles más bajos que sea posible.
- **Unidad de mando:** las instrucciones de dos o más jefes no deben ser contradictorias.
- **Principio jerárquico:** debe existir una línea clara de autoridad, una cadena jerárquica de mando.
- **Principio de responsabilidad:** del inferior frente al superior en función de la autoridad delegada.

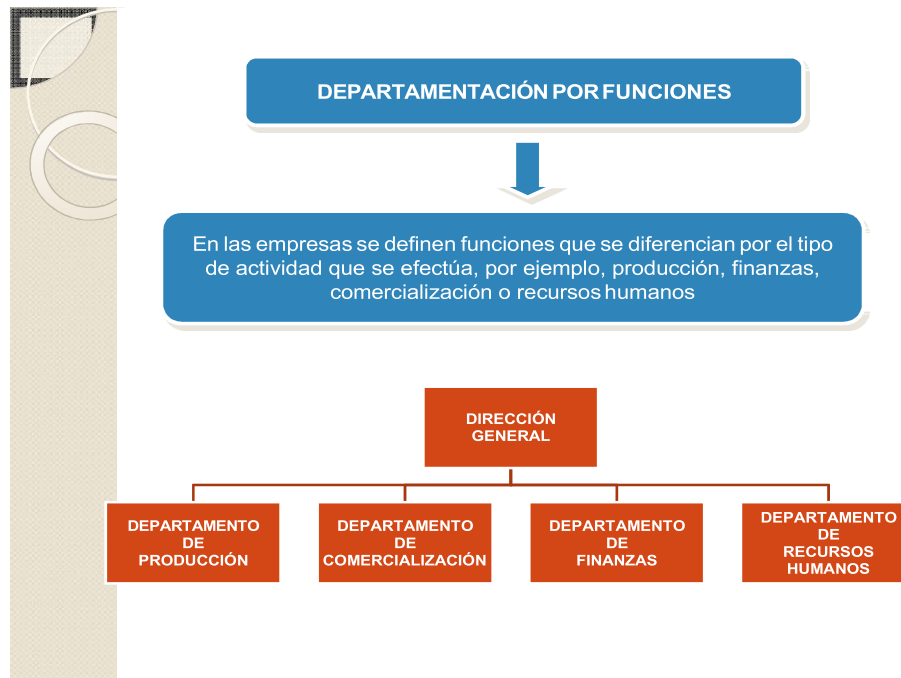
La estructura organizativa de la empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones que la componen. La estructura de la empresa describe el marco de su organización y suele dividirse a través de departamentos o divisiones.

El OBJETIVO principal de establecer una estructura organizativa es la división del trabajo entre los miembros de la organización

A este proceso se le denomina **departamentación** y a las divisiones que resultan del mismo unidades organizativas o **departamentos**.

Es posible distinguir varios tipos de departamentación:

- **Por funciones:** se basa en la división funcional del trabajo, separando las tareas según los principales tipos de actividades que se realizan en la empresa (producción, marketing, finanzas, personal...). Cada unidad organizativa puede subdividirse, a su vez, en otras unidades.
- **Geográfica:** propia de grandes empresas que venden o fabrican su producto en distintas zonas geográficas (mayor conocimiento del mercado, menores costes de distribución...)
- **Por productos:** propia de aquellas empresas que fabrican distintos tipos de productos (cada departamento se corresponde con un tipo de producto).



Desde el **punto de vista organizativo**, es posible distinguir dos tipos de organizaciones:

- **Organización vertical:** inspirada en el principio de jerarquía y unidad de mando. Las órdenes provienen siempre del inmediato superior jerárquico.
- **Organización horizontal:** se basa en el principio de reparto del trabajo y especialización. Rompe con el principio de unidad de mando.

Video: La estructura organizativa de una empresa

<https://www.youtube.com/watch?v=NpsfJIWNlq>

Video: Cultura organizacional en Google

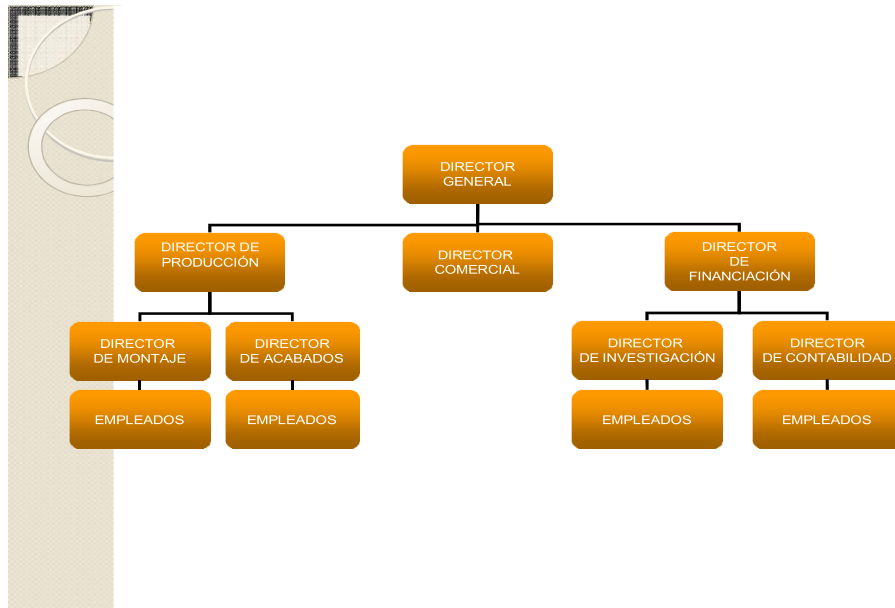
<https://www.youtube.com/watch?v=M56pf-DjHmQ>

**** Organigramas.**

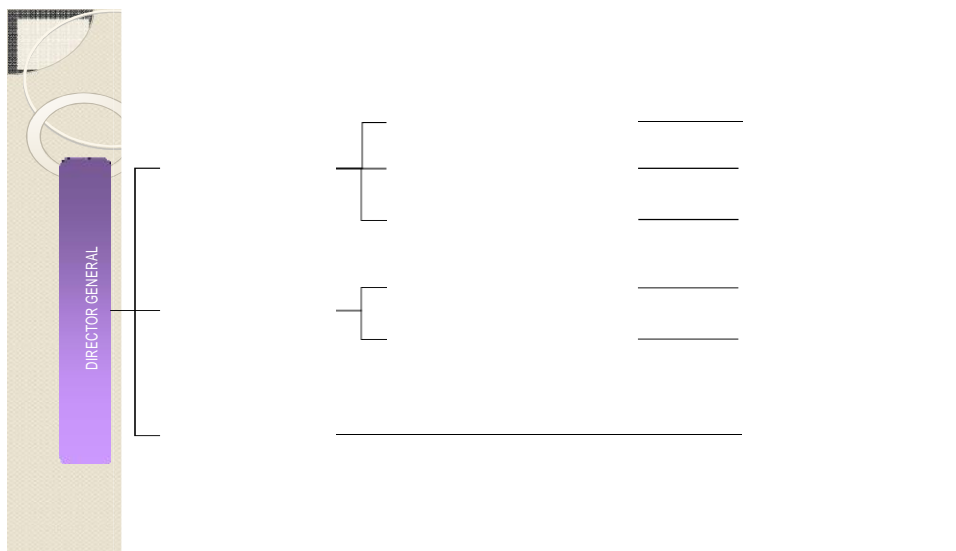
La representación gráfica de la estructura organizativa de una empresa se hace a través de un ORGANIGRAMA. En un organigrama se reflejan los diferentes departamentos, cargos, jerarquías y relaciones de apoyo y dependencia existentes entre sus miembros.

Podemos distinguir varias clases de organigramas según su forma:

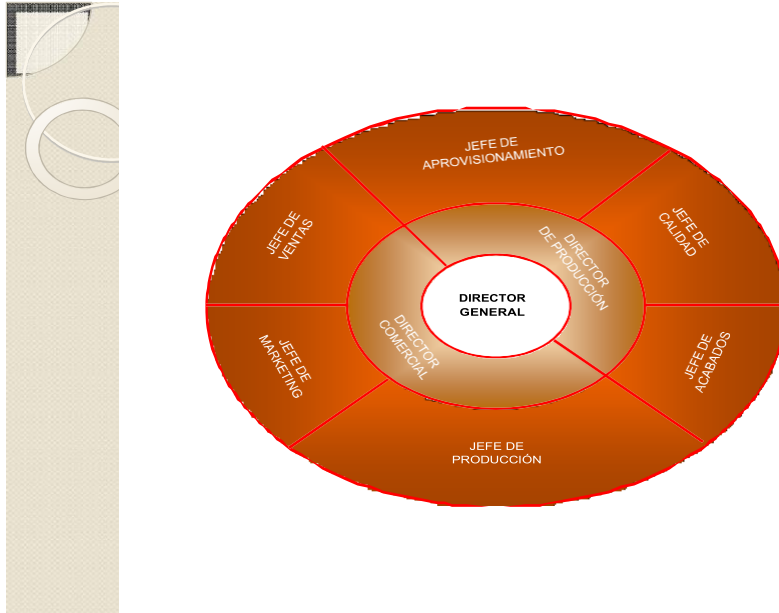
A) **Organigramas VERTICALES.**- Pretenden destacar la jerarquía de mando: las posiciones que tienen más autoridad se sitúan en los lugares más elevados y, por debajo de ellas, las subordinadas.



B) **Organigramas HORIZONTALES.**-Tienen los mismos elementos que los organigramas verticales, pero las unidades de mando normalmente se sitúan a la izquierda y, a su derecha, las unidades subordinadas. El objetivo de esta organización es destacar la importancia de las funciones sobre la jerarquía de mando.



C) **Organigramas RADIALES o CIRCULARES.**- Son menos habituales que los anteriores. Intentan crear un impacto visual para destacar los niveles más altos de dirección

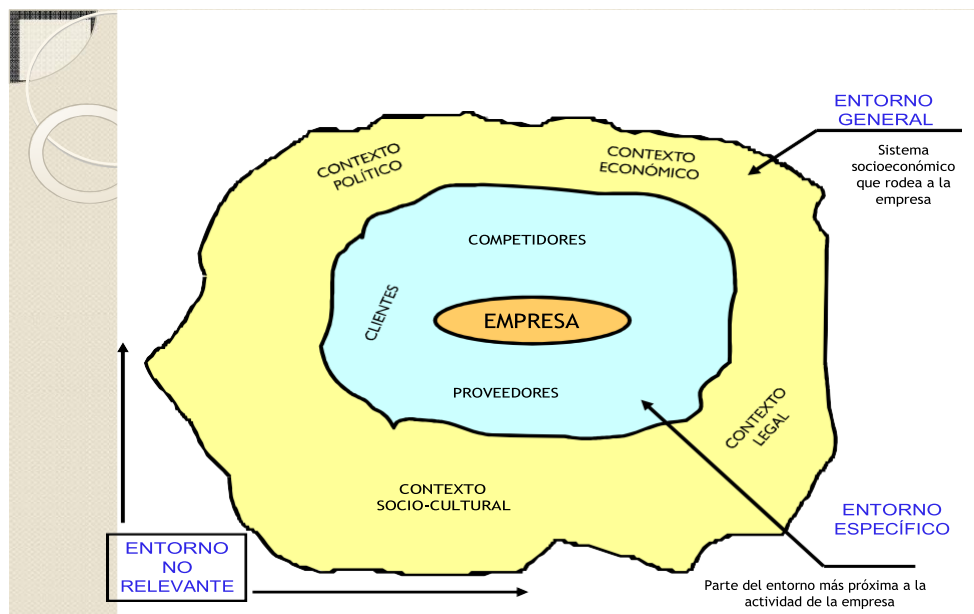


Video: Organigramas de empresas:
<https://www.youtube.com/watch?v=24uRadAvS94>

3. EL ENTORNO DE LA EMPRESA

La empresa no es un ente aislado, sino que interacciona con todo lo que la rodea, es decir, se relaciona con su entorno, es por ello, que se dice que la empresa es un sistema abierto. Tradicionalmente, el entorno de la empresa se divide en dos grandes grupos: específico y general. El gráfico que se muestra a continuación ilustra ambos tipos de entornos:

ENTORNO GENERAL VS. ENTORNO ESPECÍFICO



Dado el grado de interrelación que existe entre la empresa y el entorno, esta debe tener una actitud de análisis permanente del entorno para identificar a tiempo las repercusiones que tienen en ella. Este análisis le permitirá:

- ✓ Detectar a tiempo las oportunidades y amenazas que el entorno presenta para su supervivencia, para 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 adaptarse mejor a él.

El entorno general: macroentorno.

El macroentorno está constituido por una serie de variables generales que afectan a la demanda de los productos y a las empresas que producen bienes y servicios, y que la empresa no puede controlar. Se refieren al medio externo que rodea a la empresa y son factores económicos, socioculturales, tecnológicos, políticos, legales, medioambientales e internacionales.

- **Factores económicos:** vienen dados por la coyuntura y la estructura económica de cada país, región o municipio donde se ubica la empresa (déficit público, inflación, subida de los intereses, incremento del paro...).
- **Factores socioculturales:** se refieren a las características de la sociedad en la que opera la empresa (factores demográficos, nivel educativo, valores culturales, envejecimiento de la población, incorporación de la mujer al trabajo...). Estos factores pueden tener una gran repercusión en los hábitos de consumo de la sociedad, ya sea por la aparición de nuevas necesidades en la sociedad, por la disminución del nivel de renta de las familias, etc...). Las empresas tienen que estar atentas a estas situaciones, ya que pueden suponer una ventaja o desventaja competitiva.
- **Factores políticos y legales:** afectan a todos los aspectos de la actividad empresarial (legislación fiscal, mercantil, laboral, régimen financiero...).
- **Factores tecnológicos:** la tecnología influye en las empresas a distintos niveles, ya sea desarrollando nuevas técnicas de producción, introduciendo nuevas formas de hacer las cosas... La empresa debe valorar la viabilidad de introducir innovaciones tecnológicas en su actividad.
- **Factores medioambientales:** la preocupación por la protección del medioambiente puede suponer en un principio un encarecimiento de los procesos de producción, pero a la larga, el coste puede ser menor y convertirse en una ventaja competitiva.
- **Factores internacionales:** la globalización y las nuevas tecnologías afectan a las empresas a escala mundial, al facilitar la venta de los productos y disminuir la dependencia de los proveedores locales. La globalización se refiere a la creciente integración de las economías de todo el mundo, especialmente a

través del comercio y de los flujos financieros. El desarrollo de los transportes, las TIC han reducido los costes de transporte y permiten comprar productos en cualquier parte del mundo.

El entorno específico: microentorno.

Se refiere al entorno más próximo a la empresa y está formado por una serie de factores que afectan de forma específica a las empresas pertenecientes a un mismo sector y sobre los que puede tener cierta capacidad de control.

Las empresas deben controlar la evolución del sector en el que actúan y conocer las fuerzas competitivas que actúan en él tales como: la competencia, los proveedores, los clientes y los productos sustitutivos.

- **La competencia.-** Cuantos más competidores existan en un sector, mayor será la rivalidad existente entre las empresas que operan en él. Esta rivalidad entre empresas, hará que estas recurran a diferentes estrategias para “sobrevivir” (hacer más publicidad, bajar los precios, mejorar el servicio, etc...). Existen varios **factores que hacen que esa rivalidad entre las empresas aumente:**

- Que exista un elevado número de empresas competidoras en el sector.
- La diferenciación del producto: si esta es escasa, los compradores se irán más fácilmente a la competencia. Los compradores cambiarán de vendedor sin notar diferencias en el producto.
- Fuertes barreras de entrada y salida (que las empresas posean activos muy especializados de difícil venta o reutilización).

- **Los proveedores.-** Los proveedores pueden aumentar su poder de negociación sobre las empresas de un sector amenazando con elevar los precios o reduciendo la calidad de los productos o servicios que les suministran.
- **Los clientes.-** Los compradores pueden forzar la competencia entre las empresas del sector exigiendo reducciones en los precios, mejoras en la calidad o mayores servicios por parte de los vendedores.

Ejemplo: los altos estándares de calidad que exige una empresa como El Corte Inglés a sus proveedores eleva la imagen empresarial de estos, pero al mismo tiempo les resta poder de negociación.

- **Los productos sustitutivos.-** La entrada de productos sustitutivos en el mercado hará que los precios bajen para hacer frente a la competencia y por lo tanto

disminuyan también los beneficios del sector. Son sustitutivos aquellos productos que tienen características similares hasta el punto de que el uso de uno supone la no utilización del otro (ej. el azúcar y la sacarina)

Video: El entorno general y entorno específico de una empresa

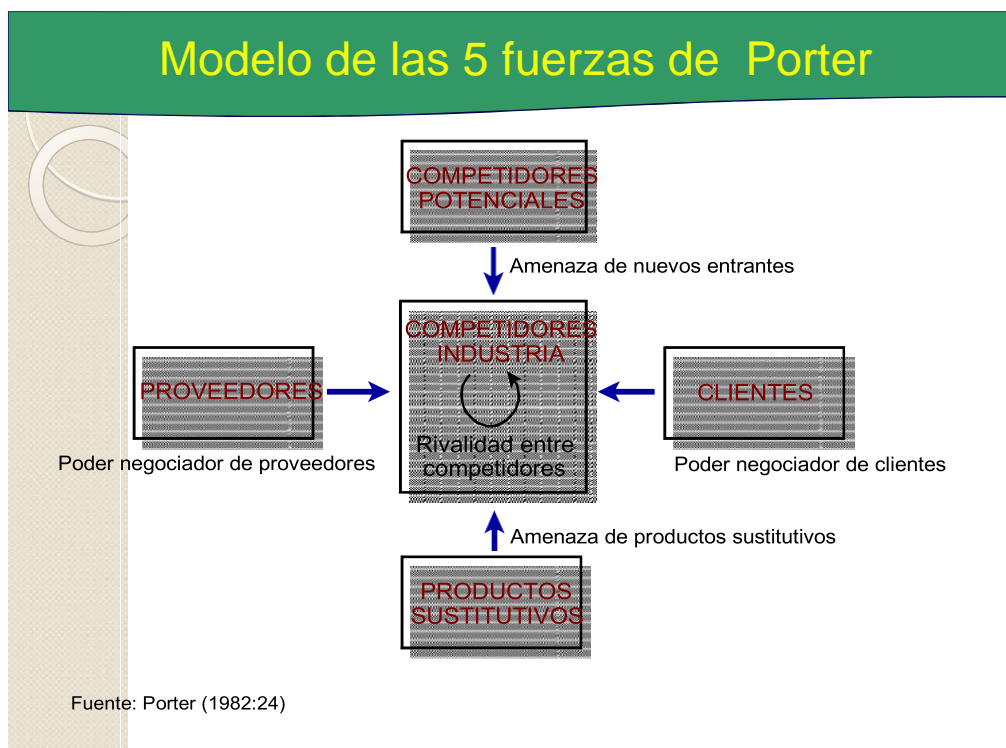
<https://www.youtube.com/watch?v=SLFcO2P2R4g>

Actividades:

Una empresa se dedica a la reparación y mantenimiento de equipos informáticos. ¿Cómo le afecta el entorno específico en cuanto a proveedores?

¿Qué factores del entorno general en España pueden atraer a empresas de otros países a instalarse aquí?

Michael Porter, un prestigioso economista, desarrolló el modelo de las cinco fuerzas competitivas en 1979, con el fin de descubrir los factores que hacen que un sector sea rentable para las empresas que compiten en él.



La localización de la empresa.

Una idea de negocio puede ser genial, pero una buena parte de su éxito o fracaso se fundamentará en dónde se decida ubicarla físicamente. La elección del lugar idóneo dependerá de las características de la actividad empresarial a desarrollar.

Se trata de una decisión estratégica a largo plazo ya que es difícilmente modificable

por su elevado coste. Las principales variables que tiene que plantearse el emprendedor a la hora de elegir la localización son:

- ✓ El tipo de actividad y la normativa legal.
- ✓ Buenas comunicaciones y cercanía a clientes y proveedores.
- ✓ Disponibilidad suficiente de mano de obra cualificada.
- ✓ Coste de la compra o alquiler del local o terreno.
- ✓ Posibles ayudas o subvenciones de las administraciones públicas.

Video: La localización del negocio

<https://www.lacentraldelnegocio.com/montar-un-negocio-elegir-ubicacion/>

Factores de localización comercial y de servicios

https://www.youtube.com/watch?v=PsHBYZQ-Q_c

Factores de localización industrial

<https://www.youtube.com/watch?v=QI1eqjxb-9I>

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, entre los cuales destaca la matriz DAFO.

Análisis de las relaciones de una PYME con el entorno: Análisis DAFO.

El análisis DAFO constituye un primer paso para el análisis del entorno y la formulación de objetivos y estrategias de la empresa. Las empresas han de prestar especial atención al análisis del entorno para prever las repercusiones que este puede tener sobre ellas para:

- Detectar las oportunidades y amenazas del entorno.
- Identificar los cambios internos a realizar para mejorar su relación con el entorno.

Este análisis se concreta en la elaboración de dos tablas. La primera consiste en la elaboración de un listado de los factores internos que pueden afectar a la empresa (debilidades y fortalezas) y de los factores externos (amenazas y oportunidades)

ANÁLISIS DAFO



MATRIZ DAFO	
FACTORES INTERNOS <i>Controlables</i>	FACTORES EXTERNOS <i>No Controlables</i>
FORTALEZAS (+) Productos de calidad, atención de calidad, conocimiento del sector...	OPORTUNIDADES (+) Entrar en un mercado nuevo, escasez de competencia en la zona, cambios normativos...
DEBILIDADES (-) Poca experiencia profesional, recursos financieros limitados...	AMENAZAS (-) Problemas para encontrar profesionales cualificados, débil imagen de mercado...

Las combinaciones de estas variables ofrecerán como resultado diferentes alternativas que se reflejan en la segunda matriz DAFO:

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

- **Estrategias defensivas:** surgen con el objeto de eliminar las debilidades de la empresa.
- **Estrategias ofensivas:** se orientan a la innovación y están muy relacionadas con el lanzamiento de nuevos productos/servicios.
- **Estrategias de supervivencia:** las que se utilizan para encontrar una salida grave a un problema.
- **Estrategias de reorientación:** persiguen un cambio importante tanto en la estructura de la propia empresa como en el campo de actividad.

Video: Análisis DAFO en la gestión de recursos humanos

<https://www.youtube.com/watch?v=YAehjpLcXn8>

<https://www.youtube.com/watch?v=7OfpkmCQBEk>

Ejemplos Análisis DAFO:

<https://www.youtube.com/watch?v=7dsUHEDGm40>

4. CULTURA EMPRESARIAL E IMAGEN CORPORATIVA

La cultura corporativa es la proyección que una organización hace de su identidad, sus valores y su estrategia empresarial. Está formada por un conjunto de valores compartidos y debe ser asumida por todos sus integrantes. La cultura corporativa influye en el día a día de la empresa y en su funcionamiento: ayuda a construir la identidad o imagen corporativa, cohesiona a sus miembros, favorece la implicación del personal en el proyecto empresarial y determina el clima interno de la empresa.

Elementos de la cultura empresarial.

Los tres elementos fundamentales que componen la cultura corporativa son la MISIÓN, la VISIÓN y los VALORES.

- ☐ 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 miembros de la organización, ya que representa la filosofía de la empresa y se mantiene en el tiempo a pesar de que sufra pequeños cambios obligados por la dinámica empresarial.
- ☐ VISIÓN: es una imagen del futuro deseado para la organización. Es ver cómo queremos que la empresa sea en el futuro. La visión debe ser factible, motivadora e inspiradora, sencilla y de fácil comunicación.
- ☐ VALORES: son principios considerados válidos dentro de una organización y son asumidos y desarrollados por todos sus miembros. Han de ser mayoritariamente aceptados, dinámicos, con contenido ético y han de comprometer a todos los trabajadores con la misión y visión de la empresa.

Video:

Misión, visión y valores

<https://www.youtube.com/watch?v=InIuCGq7j94>

Misión, visión y valores de CEPESA

<https://www.youtube.com/watch?v=1foU8TPDcPE>

Actividad

Sebastián Pinilla es propietario de una empresa de tu sector productivo, y es consciente de que debe definir una cultura empresarial propia y una imagen corporativa favorable. Aconséjale sobre qué medidas podría adoptar para conseguirlo.

La imagen corporativa

Toda empresa realiza un intercambio de información con el exterior. En ese intercambio, la empresa, de manera consciente o inconsciente, transmite una determinada imagen corporativa, la cual contribuye a que el público perciba a la empresa de una determinada manera.

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

- ✓ De forma espontánea, simplemente mediante la actuación de la empresa que es observada por los empleados, clientes, proveedores...
- ✓ De forma intencionada. En este caso, las principales herramientas para difundir la imagen corporativa de una empresa son:
 - El plan de promoción, que incluye relaciones públicas y campañas de comunicación.
 - La comunicación externa: todos los trabajadores son imagen de la empresa en el trato con los clientes, con proveedores o cualquier tercera persona que tenga relación con la empresa.

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

Video:

Imagen corporativa

<https://www.youtube.com/watch?v=HEUa5LnSwC0>

Imagen de Apple

https://www.youtube.com/watch?v=tf_GDM7lxvs

Actividad:

Considera el caso de una empresa de tu sector productivo y explica qué imagen percibes de ella.

Responsabilidad social de la empresa.

La OIT (Organización Internacional del Trabajo) define la responsabilidad social corporativa (o 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.

En este nuevo contexto, las empresas deben sostener y exhibir la ética como una parte integrante e indiscutible de su comportamiento empresarial.

Las ventajas de contar con una adecuada 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 los accionistas.

La razón de ser de este fenómeno se encuentra en las externalidades, que son las repercusiones de la actividad empresarial, traducidas en el impacto negativo que, sobre la

sociedad, genera la actividad de la empresa.

Entre los principales ámbitos de aplicación de la RSC destacan⁴: el respeto a los derechos humanos y laborales, el respeto al medioambiente, la protección del consumidor, la protección de la salud y la lucha contra la corrupción.

Video: La responsabilidad social corporativa

<https://www.youtube.com/watch?v=O42Vs1Bix3I>

El balance social.

Las empresas generan costes y también beneficios sociales. Para valorar la influencia que la empresa tiene en su entorno se utiliza el balance social.

El balance social es una herramienta de gestión empresarial que permite evaluar cuantitativa y cualitativamente los beneficios y los costes sociales que genera la empresa. Se trata, por tanto, de un instrumento de gestión.

Objetivos del Balance Social:

- Realizar el diagnóstico de la gestión empresarial en relación con la RS.
- Evaluar las acciones en términos de coste-beneficio.
- Obtener información para informar adecuadamente a los grupos de interés sobre sus prácticas sociales.

A continuación se refleja un cuadro con posibles beneficios sociales (activos) y costes sociales (pasivos) provocados por las empresas:

BENEFICIOS SOCIALES	COSTES SOCIALES
Creación de puestos de trabajo	Contaminación medioambiental
Donaciones a proyectos sociales	Dificultad para conciliar vida laboral y familiar
Actividades empresariales que reducen costes (reciclaje...)	Enfermedades profesionales (estrés)

A diferencia del balance contable, el balance social es un documento voluntario, a pesar de lo cual, el número de empresas que lo presentan va en aumento: algunas empresas lo hacen para crearse una buena imagen, pero una gran parte de ellas lo hace con el convencimiento de que el beneficio social redundará en un beneficio para la empresa a medio y largo plazo.

Video: Balance social de la empresa

<https://www.youtube.com/watch?v=6Pfu1imcAE>

Video: Las empresas sociales: Muhammad Yunus

<https://www.youtube.com/watch?v=mUISQ-qgPTY>

Actividad:

Razona cómo los consumidores podemos contribuir a que las empresas incorporen más políticas de responsabilidad social.



Actividad:

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

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

a) **Objetivo.** Además de obtener beneficio, esta empresa da prioridad a los objetivos sociales, más concretamente el respeto al medio ambiente.

b) **Entorno específico.** Habrá que destacar a los posibles clientes, que cada vez demandan más este producto, y a los posibles competidores actuales y futuros, atraídos por el crecimiento del mercado. Respecto al **entorno general**, hay que subrayar los factores medioambientales y los socioculturales, debido a la influencia de la cultura anglosajona.

c) **Cultura.** Valores compartidos por la empresa. Aparte de otros valores éticos, los valores relacionados con la conservación del medio ambiente deben ser asumidos por todo el personal. Su imagen estará en consonancia con esto, y se pretende que sea lo más «verde» posible, para atraer a clientes afines.

d) **Entorno.** La empresa influye en él para bien o para mal, en el ámbito de la responsabilidad social y medioambiental.

- **Efectos negativos.** Alteración del medio forestal, a pesar de que se haga todo lo posible por minimizar su impacto.

- **Efectos positivos.** La labor de esta empresa por transmitir valores de respeto al medio ambiente.

