

# Economía da Empresa

## TEMA 1: A EMPRESA E O SEU PAPEL NA ECONOMÍA

2º de Bacharelato de Ciencias Sociais

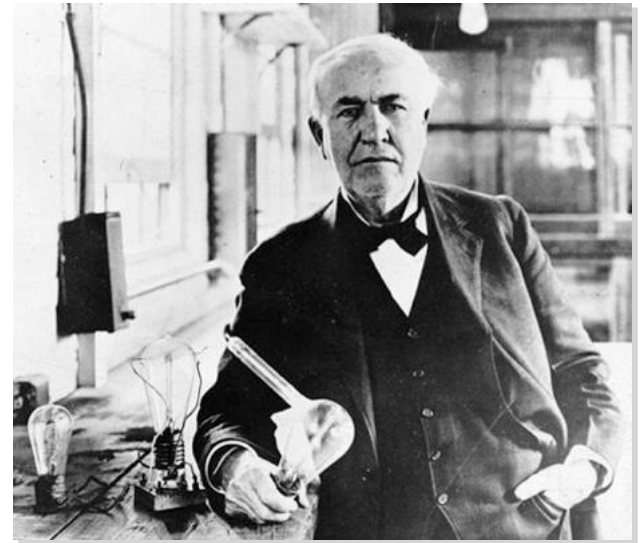
Departamento de Economía

IES Fontexería



**Alex Rovira**

**O risco é non arriscarse**





# 1. Introducción á Economía da Empresa

# Repasamos



- A **actividade** económica: perguntas básicas
- As **relações** entre os agentes económicos e a **coordinação** entre eles
- As **funções** da empresa na economia de mercado
- Os **sistemas económicos**

# A actividade económica

Problemas económicos básicos

Son

Que producir  
Como producir  
Para quen producir

Para poder producir

Necesítanse factores produtivos

Traballo  
Recursos naturais  
Capital

Axentes económicos

Son

As economías domésticas  
As empresas  
O sector público

Relacionanse

Por medio de tres mercados

O mercado de bens e servizos  
O mercado de traballo  
O mercado financeiro

**Economía, empresa e empresario** existieron sempre e están estreitamente relacionados:

- ✓ A **economía** é a administración de recursos escasos.
- ✓ A **empresa** é un conxunto organizado de recursos para conseguir algún fin.
- ✓ O **empresario** é o que crea empresas (emprendedor) ou as xestiona (directivo profesional)





## 2. Concepto de empresa

*Procter & Gamble, Google, Inditex, Abanca, un avogado, un comercio de roupa, ... son exemplos de empresas.*

*Resulta moi difícil definir unha realidade tan complexa, diversa e cambiante como é a empresa, e de aí as moitas definicións e teorías que se deron ao longo do tempo.*

## 2. Concepto de empresa

1. A empresa como unidade de produción
2. A empresa como creadora de utilidade (engade valor)
3. A empresa como axente económico
4. A empresa como sistema





# 1.

## Concepto de empresa como unidade de produción:

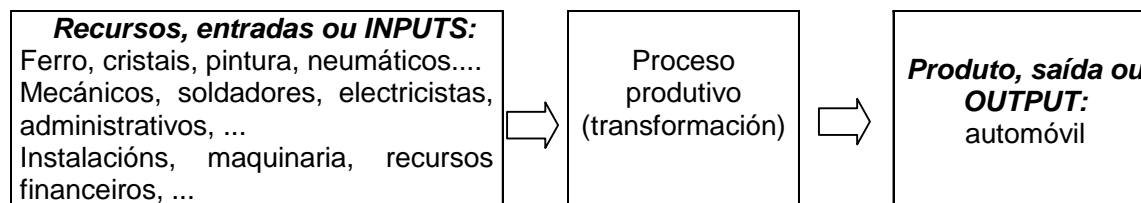


A empresa é a **unidade básica de produción e distribución**, posibilita que os bens e servizos cheguen ao consumidor co que este verá así satisfeitas as súas **necesidades**; abastece ao mercado.

A empresa utiliza recursos ou factores produtivos (terra, traballo e capital) para producir bens e servizos que posteriormente se distribúen no mercado para o seu consumo.

Polo tanto, hai unhas entradas ou **inputs** do proceso produtivo (os factores produtivos) e unha saída **output** (o produto obtido).

Por exemplo, para a fabricación dun automóbil:



Por iso coñécese a empresa como a unidade básica de produción: sexa cál sexa a súa actividade e o seu lugar no proceso de produción e distribución.

## 2.

### Concepto de empresa como creadora de valor:

Ao producir, a empresa satisfai as **necesidades** da sociedade; con iso crea **utilidade, engade valor** (se os bens son máis útiles, aumenta o seu valor, as persoas están dispostas a pagar máis por eles).

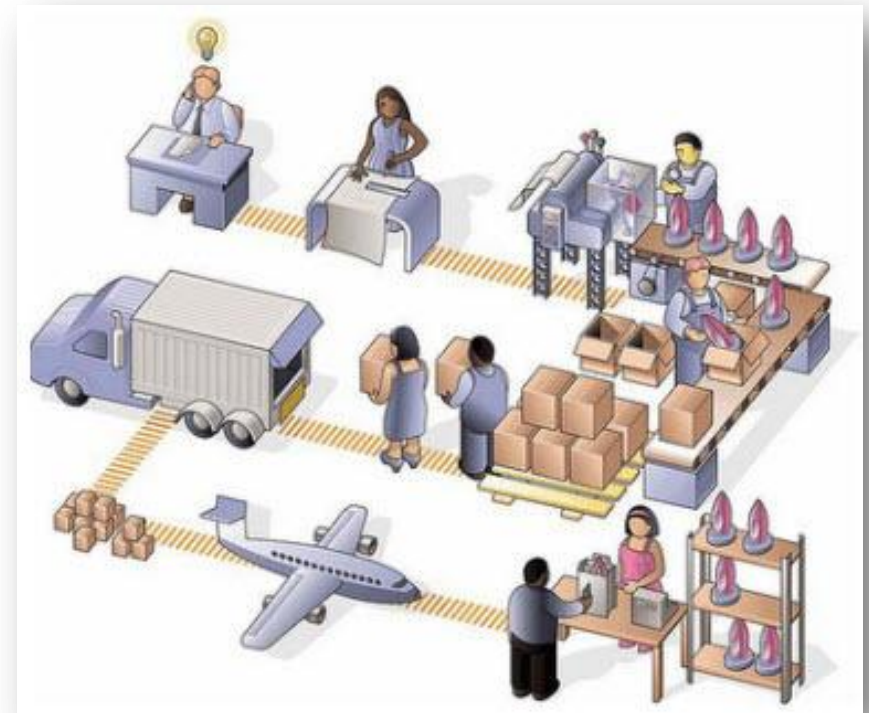


Producir non é só transformar, é engadir valor aos bens para satisfacer as nosas necesidades. O proceso de creación de valor pode consistir en producir en sentido estrito (fabricar) ou distribuir (comercializar) bens ou prestar servizos

A cadea de produción ou cadea de está integrada polo conxunto de elos que conforma un proceso de produción, dende a obtención da materia prima á distribución dos produtos rematados entre os consumidores .

**En cada parte do proceso engádesse valor.**

O **valor engadido** dunha empresa é a **diferenza entre o valor dos bens producidos e o custo dos factores utilizados para producilos.**





1. Semente do trigo



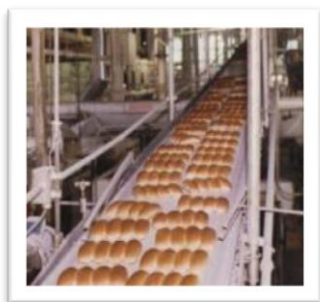
2. Colleita e selección



3. Almacenar o gran



4. Transporte



8. Panificar



7. Transportar a fariña



6. Almacenar a fariña



5. Moenda



9. Almacenar o pan



10. Transportar o pan



11. Vender o pan

3.

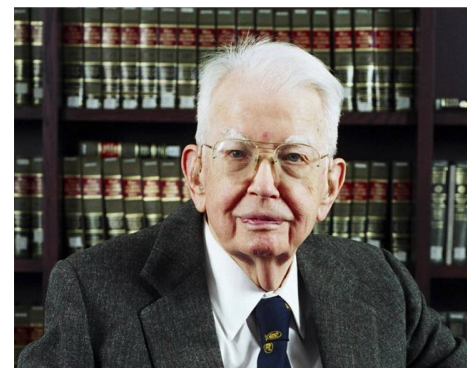
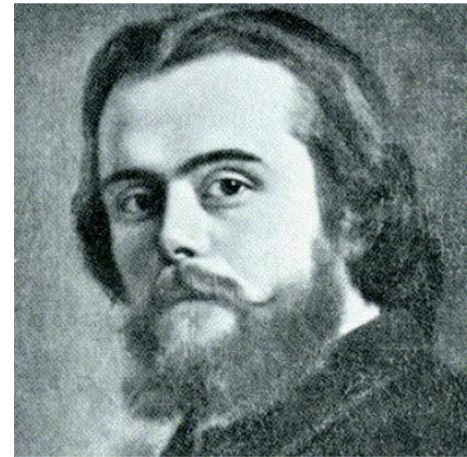
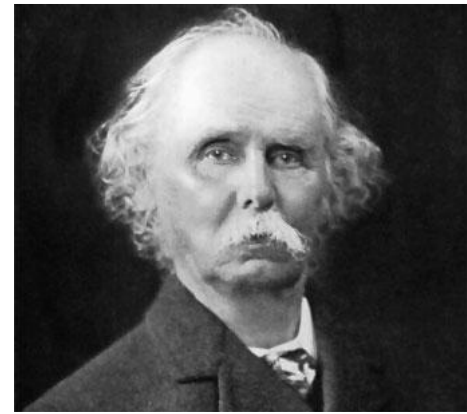
### Concepto de empresa como axente económico:

Na **teoría económica neoclásica**, a empresa é un dos **axentes económicos** (empresas, economías domésticas, sector público e sector exterior).

Ao cobrar os bens e servizos que produce, a empresa xera rendas coas que retribúe aos factores produtivos que utilizou: as rendas aos traballadores e as rendas do capital.

Máis que unha teoría sobre a empresa é un desenvolvemento da concepción tradicional do mercado, no que a empresa actúa como axente económico dentro do sistema capitalista.

Na segunda metade do século XX, Ronald Coase formula a **teoría dos custes de transacción**. Coase xustifica a existencia das empresas porque regulan o funcionamento do mercado aforrando certos custos de transacción.



## 4.

**Concepto de empresa como sistema:**

**A empresa como sistema defínese como un todo integrado por varios subsistemas organizados, para o cumprimento duns obxectivos que cambian a medida que o fai o contorno.**

Da anterior definición despréndense as consideracións seguintes:

- A empresa está composta dun **conxunto de subsistemas** ou partes da empresa **interrelacionados entre si** que realizan distintas funcións.
- A empresa é un todo superior á suma das súas partes (**sinerxía**).
- A empresa é un **sistema aberto**, é dicir, que inflúe no contorno e á súa vez recibe influencias del. Calquera influencia sobre un dos seus elementos ou subsistemas repercute sobre os demais e sobre o conxunto do sistema.
- A empresa **necesita unha organización**. Mediante a **división do traballo e a coordinación** dos distintos subsistemas ou unidades organizativas inténtanse alcanzar os obxectivos.

### 3. As funcións da empresa na economía de mercado



### 3.

## As funcións da empresa na economía de mercado



Un grupo de persoas xúntase e existe como unha institución que chamamos empresa e deste modo poden lograr colectivamente algo que non conseguirían actuando por separado: fan unha contribución á sociedade, o cal pode parecer trivial, pero é algo fundamental.

*David Packard, cofundador de HP*

- **AS empresas proporcionan os bens e servizos que a sociedade necesita.**
- **As empresas dirixen e coordinan a produción.**  
As empresas son necesarias debido á **especialización** e **división do traballo**. A especialización ten a vantaxe de aumentar a produtividade, pero require a coordinación do proceso.
- **As empresas crean valor**, é dicir, **aumentan a utilidade** dos bens. O valor engadido dunha empresa é a diferenza entre o valor dos bens producidos e o custo dos factores utilizados.
- **As empresas asumen riscos e distribúen ese valor que engaden.**  
Ao retribuír os factores de produción, as empresas pagan rendas por anticipado: contratan traballo, adquiren materias primas,... e pagan antes de elaborar os produtos, vendelos e cobralos. Por iso, asumen o risco de que non se cumpran as expectativas que fixeron. Para cumprir con esta función, as empresas necesitan fondos financeiros que lles permitan poñer en marcha o proceso.
- **Dimensión social: crean riqueza e xeran emprego.**  
As empresas cumpren unha importante función social ao contribuír ao desenvolvemento económico da sociedade. A creación de emprego e a xeración de rendas, a mellora da calidade dos bens e servizos e a investigación e a mellora tecnolóxica contribúen ao incremento da calidade de vida dunha sociedade



## 4. Elementos ou compoñentes da empresa



## 4. Elementos da empresa



<b>Factores Humanos</b>	Os administradores ou directivos e os empregados (capital humano)
<b>Factores Materiais</b>	Capital físico: edificio, maquinaria, vehículos, ordenadores... Capital financeiro: a tesouraría da empresa
<b>Organización</b>	Coordinación de todos os factores integrantes
<b>Contorno</b>	Marco externo que inflúe e vese influído pola empresa.



Aplicando a teoría de sistemas, a empresa é un sistema un todo integrado por varios elementos organizados e relacionados entre si, para o cumprimento duns **obxectivos** que cambian a medida que o fai o contorno.

A teoría xeral de sistemas é utilizada polas ciencias físicas, biolóxicas e sociais.

## 5. Os obxectivos empresariais



## 5. Os obxectivos

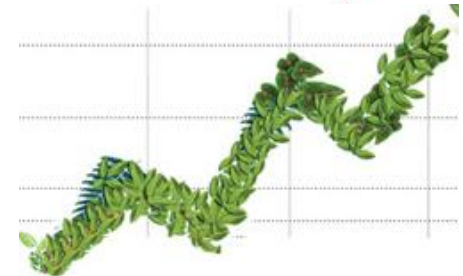
Os obxectivos son as guías que permiten á empresa orientar as súas accións e comprobar se van na dirección axeitada. Permiten ademais medir o grao en que a empresa se achega ao que pretendía.

Tradicionalmente o obxectivo é a maximización do beneficio, pero non sempre é así.



### Tipos de obxectivos

- Maximizar o beneficio ou maximizar a rendibilidade sobre o capital investido.
- Crecer, incrementar a produtividade, aumentar a cota de mercado,...
- Obxectivos de estabilidade e adaptación ao contorno.
- Obxectivos de responsabilidade social.



## 5. Os obxectivos

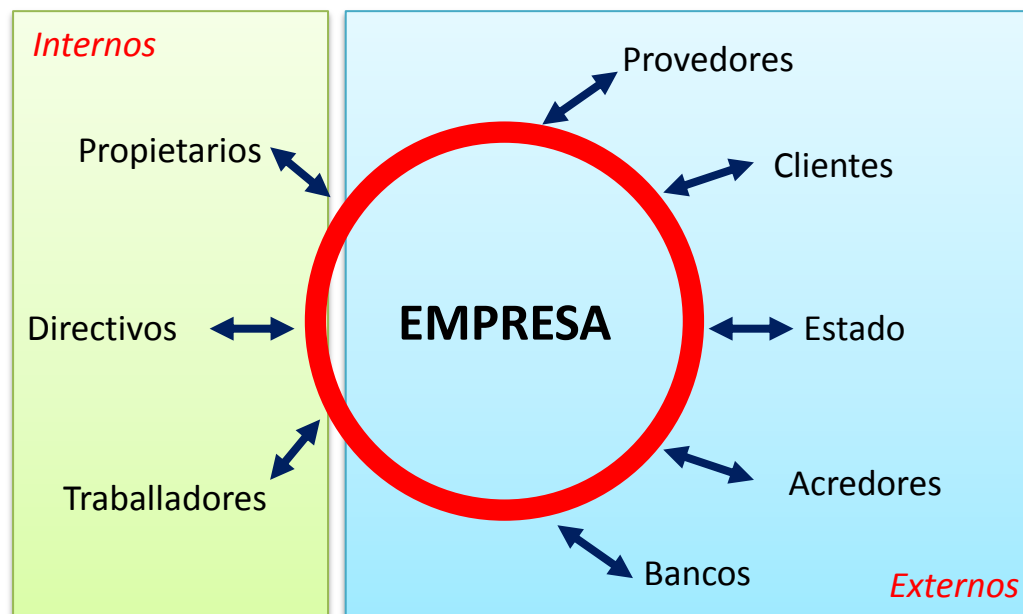
Os obxectivos son as guías que permiten á empresa orientar as súas accións e comprobar se van na dirección axeitada. Permiten ademais medir o grao en que a empresa se achega ao que pretendía.



### Tipos de obxectivos

- Obxectivos estratéxicos ou a longo prazo
- Obxectivos tácticos ou a curto prazo

### Multiplicidade ou conflito de obxectivos





## 6. Concepto de empresario e teorías

## 4. Teorías e evolución do concepto de empresario



Empresario-capitalista

Smith



Empresario-cuarto factor

Marshall



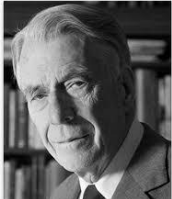
Empresario-risco

Knight



Empresario-innovador

Schumpeter



Empresario-tecnoestrutura

Galbraith

O concepto de empresario é un dos máis controvertidos na historia do pensamento económico.

- **Empresario capitalista de Adam Smith (S.XVIII)**  
É o propietario, que achega o capital e controla persoalmente o negocio e asume o risco. O beneficio empresarial é a retribución polo capital que achega.
- **Empresario-cuarto factor de Alfred Marshall (S. XIX)**  
Aos tres factores tradicionais (terra, traballo e capital) súmase o cuarto (empresario) que os coordina para lograr o produto final.



## 6. Teorías e evolución do concepto de empresario

O concepto de empresario é un dos máis controvertidos na historia do pensamento económico.



Empresario-capitalista

Smith



Empresario-cuarto factor

Marshall



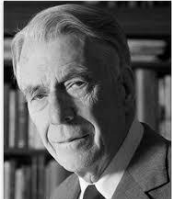
Empresario-risco

Knight



Empresario-innovador

Schumpeter



Empresario-tecnoestrutura

Galbraith

- **O empresario risco de Frank Hyneman Knight (1885-1972)**  
O empresario asume riscos ao adiantar a contratación dos factores produtivos, polo que é retribuído co beneficio.



## 6. Teorías e evolución do concepto de empresario



Empresario-capitalista

Smith



Empresario-cuarto factor

Marshall



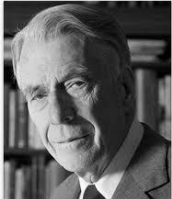
Empresario-risco

Knight



Empresario-innovador

Schumpeter

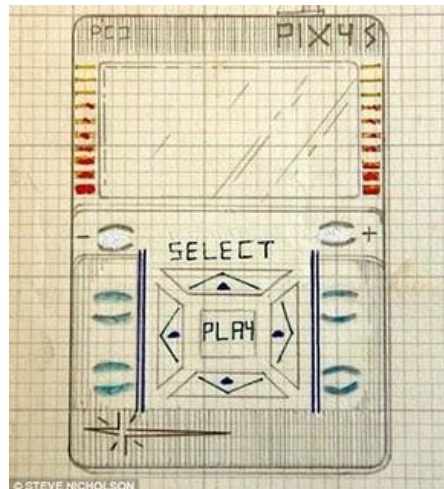


Empresario-tecnoestrutura

Galbraith

- **Empresario-innovador de Joseph Alois Schumpeter (1883-1950)**  
A principal característica do empresario é a innovación: novos produtos, novos métodos,... É o emprendedor. O beneficio é a recompensa pola innovación. Ao innovar, o empresario consegue unha situación de *monopolio temporal* que lle permite obter un beneficio por enriba das demais empresas do sector. Co paso do tempo, os demais empresarios, atraídos por estes beneficios extraordinarios imitan ao empresario innovador. A competencia fai que os beneficios se reduzan ata que, coa saída dalgunhas empresas, se chega de novo a unha situación de equilibrio. O proceso de cambio schumpeteriano consta de tres fases:

INVENCIÓN ... INNOVACIÓN ... IMITACIÓN





## 6. Teorías e evolución do concepto de empresario

O concepto de empresario é un dos máis controvertidos na historia do pensamento económico.



Empresario-capitalista

Smith



Empresario-cuarto factor

Marshall



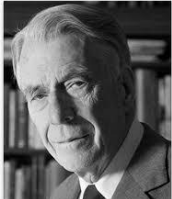
Empresario-risco

Knight



Empresario-innovador

Schumpeter



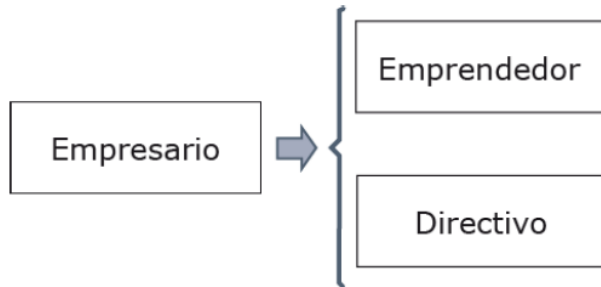
Empresario-tecnoestructura

Galbraith

- **Empresario-tecnoestructura de John Kenneth Galbraith (S. XX)**  
Dada a súa gran complexidade, as grandes empresas non poden ser dirixidas por unha soa persoa, senón que requiren un conxunto de técnicos (economistas, enxeñeiros, xuristas, especialistas en marketing, ...) que actúen conxuntamente e que Galbraith denomina tecnoestructura. **Non son propietarios se non especialistas contratados para xestionar a empresa.**



## 6. Teorías e evolución do concepto de empresario



O termo empresario provén do francés entrepreneur, que a principios do século XVI cara a referencia aos aventureiros que viaxaban ao Novo Mundo en busca de oportunidades sen saber con certeza o que se atoparían.

### Visión actual do empresario:

Dende o punto de vista xurídico, o empresario é a persoa que se dedica, de forma profesional e no seu propio nome (autónomo), a realizar actividades dirixidas á produción de bens e servizos

Dende o punto de vista económico a definición é un pouco máis complicada. A definición debía ser o suficientemente aberta como para permitir que nela se integren os distintos tipos de empresarios.

Na actualidade identifícase empresario coa figura do **emprendedor** que inicia un proxecto empresarial ou co **profesional da dirección** que xestiona, toma decisións para situar á empresa do mellor xeito posible no mercado. O directivo deberá planificar, organizar, motivar, decidir, coordinar, informar e orzamentar.

Na pequena e mediana empresa, é frecuente que o **propietario** da empresa coincida co titular.

**Israel Kirzner:** o empresario como o que detecta oportunidades non explotadas



# A figura do emprendedor

En inglés, a palabra **entrepreneur** é unha palabra de orixe francesa que significa **aquel que ten iniciativa**.

A Comisión Europea define o espírito emprendedor, **entrepreneurship**, como a habilidade da persoa para transformar as ideas en actos.

**Empresario emprendedor** é o que ten capacidade para identificar unha oportunidade de negocio e producir un novo produto ou servizo.



# Exemplos de iniciativas empreendedoras



**Imaginarium**



**Tous**



**Pocoyo**



**Mercadona**



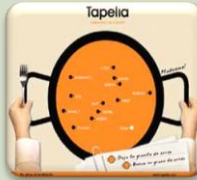
**Facebook**



**Google**



**Kukusumusu**



**Tapelia**



**Camper**



**IKEA**



**El Niño**



**eBay**

## 7. Áreas funcionais ou áreas de actividade



## 7. Áreas funcionais

Ao definir a empresa como sistema, vimos como todos os elementos integrantes están interrelacionados entre si.

Ademais, estes elementos deben estar ligados segundo as distintas funcións ou subsistemas que desempeñen.

Loxicamente, segundo do tipo de empresa de que se trate ou ben pola súa dimensión, as empresas se organizan dun ou doutro xeito.

En todo caso podemos identificar unha serie de funcións.

- ***Función de aprovisionamento.*** Encárgase da previsión das necesidades de materiais; contactar con provedores, estudar e elixir as ofertas máis axeitadas; recepción de materiais, inspeccionando a súa cantidade e calidade e realizando as reclamacións oportunas; almacenaxe e xestión adecuado do almacén que evite a deterioración dos materiais e subministrar os materiais ás diferentes seccións da empresa.
- ***Función de produción.*** Consiste na transformación de materias primas en produtos rematados utilizando unha determinada tecnoloxía. Inclúe a I+D+i.
- ***Función de comercialización.*** Consiste en que os usuarios potenciais coñezan o produto ou servizo da empresa, facilitando a súa distribución: o estudio das necesidades ou gustos do consumidor; o deseño axeitado dos produtos segundo as anteriores; a publicidade e a promoción das vendas; o sistema de distribución do produto, etc.
- ***Función financeira.*** Encárgase das actividades relacionadas coa obtención de recursos financeiros con que ha de contar a empresa para pagar as materias primas, soldos, etc., necesarios para a súa actividade.
- ***Función de recursos humanos.*** Encárgase de administrar o persoal que desenvolve o seu traballo para a empresa, ocupándose da selección, formación, organización e control do persoal, así como da relación cos representantes dos traballadores.
- ***Función de dirección.*** Encárgase de coordinar as anteriores funcións ou subsistemas. Para iso debe decidir os obxectivos xerais da empresa tomando as decisións axeitadas tendentes á súa consecución, decidindo que facer, como facelo e quen debe facelo.

## 8. Contorno, marco ou âmbito empresarial

Tipos de contorno: xeral e específico

RSE

Externalidade

Balance social



# O contorno

Un dos elementos da empresa é o seu marco externo ou contorno, no que desenvolve a súa actividade.

- É todo aquilo que **está ao redor** dunha empresa e lle afecta ou pode chegar a afectarlle nun momento dado.
- É un conxunto de elementos **sobre os que a dirección da empresa non ten capacidade de dominio** por completo.



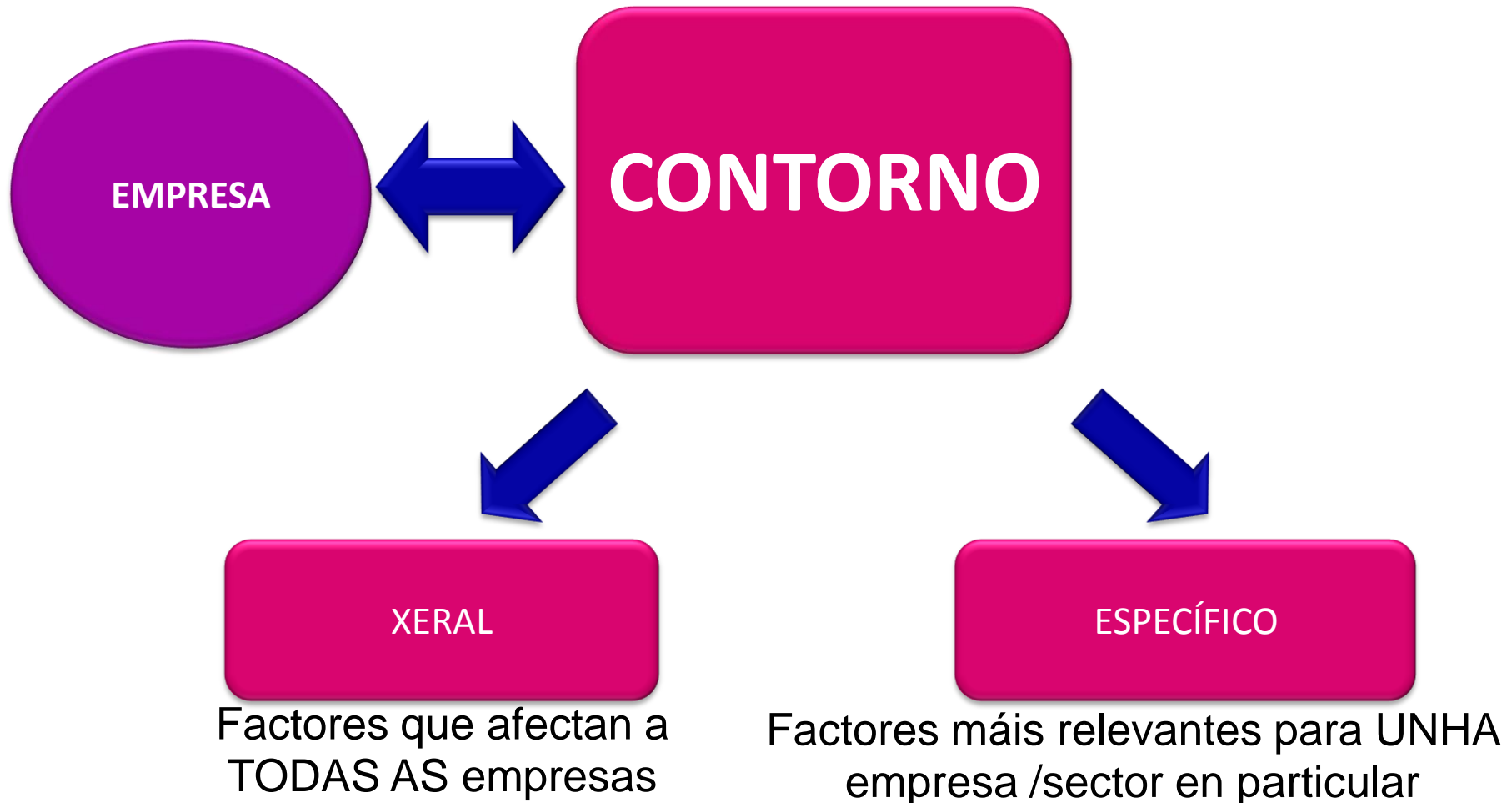
# O contorno

Como son factores que poden afectar á empresa, os xestores intentarán **predicir** estes cambios e **avaliar a repercusión** dos mesmos.

O contorno **cambia continuamente** e, en xeral, **cada vez máis á presa**.

Para isto é esencial a análise do contorno para a supervivencia da empresa.

# Clasificación do contorno



# Contorno Xeral

- *FACTORES ECONÓMICOS*
- *FACTORES SOCIO-CULTURALS*
- *FACTORES POLÍTICOS - LEGAIS*
- *FACTORES TECNOLÓXICOS*

# Contorno Específico

- *CLIENTES / COMPRADORES*
- *COMPETIDORES*
- *PRODUCTOS SUBSTITUTIVOS*
- *PROVEDORES*
- *ENTIDADES FINANCEIRAS*
- *ADMINISTRACIONES PÚBLICAS*
- *GRUPOS DE PRESIÓN*

# O Contorno xera...

- **Oportunidades:** Mercados, recursos, condicións externas.
- **Ameazas:** Poñen en perigo o crecemento e a eficacia da organización.

Os factores do contorno que ameazan a unha organización poden proporcionar oportunidades para outra.

# Sector



# Sector

- Está formado por tódalas empresas que producen produtos similares que buscan satisfacer as **mesmas necesidades** dos consumidores.
- As empresas dun sector **compiten** entre elas.

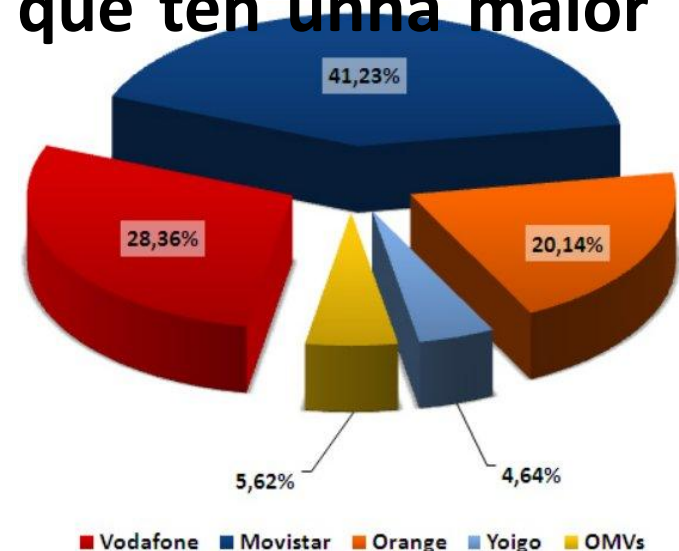


# Sector

- **Cota de mercado:** é a participación dunha empresa no seu sector.

Cota de mercado dunha empresa =  $\text{Cifra de negocios da de da empresa} / \text{cifra de negocios do sector}$   
(Normalmente multiplícase por 100 para obter un tanto por cento).

- **Líder de mercado:** é a empresa que ten unha maior cota de mercado.



Móviles – maio 2011



# RSE

A responsabilidade social corporativa ou empresarial



# Responsabilidade social da empresa

Integración **voluntaria**, por parte das empresas, das preocupacións **sociais e ambientais** nas súas operacións comerciais e relacións cos seus interlocutores. É unha contribución empresarial ao **desenvolvemento sostible**.

Comisión Europea

## Características



**Voluntariedade**

**Desenvolvemento sostible**

**Relacións cos grupos de interese (*stakeholders*):** propietarios, empregados, provedores, gobernos nacionais e locais, clientes, consumidores e organizacións sociais.

# Responsabilidade social da empresa



*AS EMPRESAS DEBEN LIMITARSE A RESPECTAR A LEI OU, ADEMAIS, DEBEN ADOPTAR UNHA POSTURA ÉTICA E RESPONSABLE?*

Por unha parte a sociedade pídelle ás empresas que actúen ben, pero por outra, o mercado é implacable coas empresas ineficientes.



No 1 de novembro de 2010 apareceu a Norma ISO 26000, Guía de Responsabilidade Social



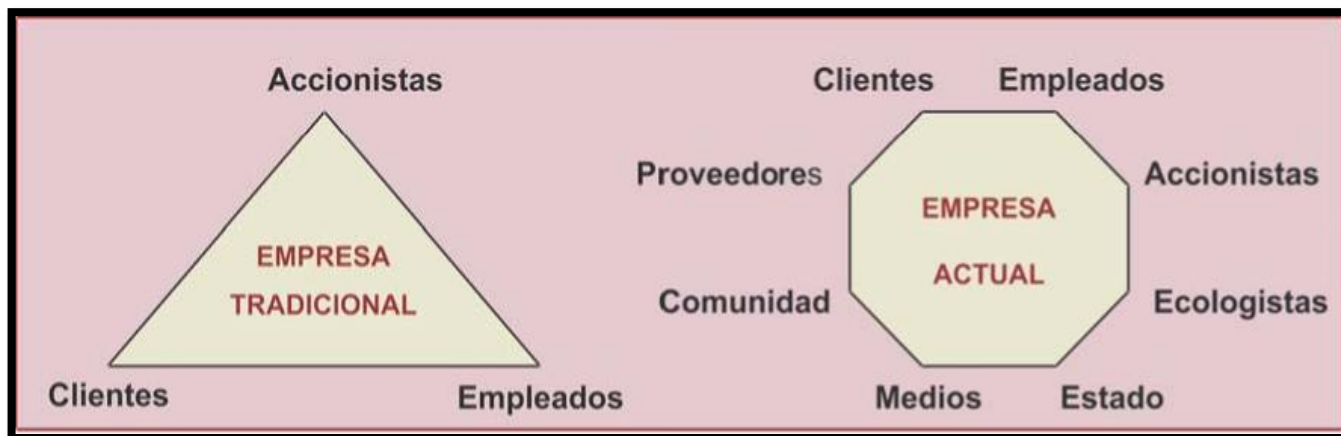
# Responsabilidade social da empresa

- **A visión clásica: os negocios son os negocios.**

*Os obxectivos sociais foron tradicionalmente pouco importantes.*

- **A visión da ética dos negocios ou da RSE: A falta de ética é ineficiente e aumenta os custos.**

*Para Porter, a empresa pode ser en ocasións máis eficiente que o Estado nas súas accións sociais, mellorando a estrutura social e económica dun territorio, o que repercute de forma positiva nos seus resultados.*



# Ética dos negocios e RSE

É O CUMPRIMENTO DUNHA XESTIÓN BAIXO UNS PRINCIPIOS MORAIS E ÉTICOS.

A EMPRESA NON É UN ENTE AILLADO, ESTABLECE RELACIÓNS CO CONTORNO.

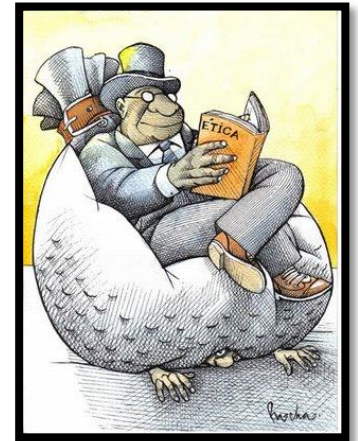


A madurez do mercado e da sociedade esixe formulacións a longo prazo.

O crecemento da competencia esixe fidelizar á clientela.

A complexidade da sociedade esixe integrar a todos os traballadores no sistema empresarial.

A sociedade e a opinión pública esixen que as empresas asuman a súa responsabilidade social.



ÉTICA

É **rendible** pois evita demandas e escándalos, motiva aos traballadores e clientes, crea unha boa imaxe,...

# Responsabilidade social da empresa



Clasfícanse en internas e externas

# Responsabilidades internas

Cara aos **traballadores**, como:

- Contratar a minorías
- Loitar contra a discriminación
- Formación permanente
- Conciliación familiar
- Prevención de riscos
- Respecto dos dereitos humanos
- ...



ÁREA SOCIAL

# Responsabilidades externas

- **Mercado:**

- Cara os **consumidores e clientes**: crear produtos útiles para a sociedade, con garantía e calidade, respecto aos dereitos dos consumidores,...
- Cara os **provedores**: boas prácticas comerciais cos socios comerciais,...

- **Sociedade e comunidades locais**: patrocinio de actividades deportivas ou culturais, doazóns para obras de beneficencia, compromiso co desenvolvemento económico e social, xeración de emprego, creación de riqueza, cooperar con outras institucións para mellorar o ben común, respecto aos dereitos humanos,... CADEA DE VALOR SOCIAL

- **Medio ambiente**: xestión do impacto ambiental e dos recursos naturais (desenvolvemento sostible, garantir a continuidade) como o tratamento de emisións contaminantes, aforro enerxético, facilitar o reciclaxe,...



# RSC, gasto ou investimento? Xera ganancias, de forma inmediata ou a medio e longo prazo?



Nos Países Baixos, o valor no mercado de ITT Nokia para televisores de 24 polgadas incrementouse de 57% e o seu ingreso bruto de 73% un mes despois de que unha revista de consumidores os cualificase como os mellores produtos, baseándose en parte, no consumo de enerxía, a reciclaxe e a utilización reducida de materiais dubidosos.

**Responsabilidade social corporativa  
¿publicidade empresarial ou evolución  
cultural?**

# RSE

Algúns exemplos

En 1971 Ford lanza o modelo Pinto. Ten un enorme éxito no mercado.

O problema é que se detecta un defecto moi grave de deseño no tanque de combustible.

Ford realiza unha análise custo-beneficio das opcións:

A) Arranxar o depósito. \$ 11 por auto= \$ 137 millóns

B) Non arranxar os depósitos e asumir as indemnizacións por morte, queimaduras, danos,... Estimado \$49,5 millóns.

O cálculo de B incluía mesmo o envío de ramos de flores aos funerais das vítimas...

E... Ford decantouse pola opción B.



*Lee Iacocca, el CEO de Ford neses momentos*

## RSE: o caso Ford Pinto

## RESPONSABILIDAD SOCIAL

Nestlé entiende que su responsabilidad empresarial consiste en gestionar los negocios de manera que generen valor para el accionista y, al mismo tiempo, para la sociedad, a largo plazo y de forma sostenible. Es lo que denomina Creación de Valor Compartido. Esta forma de actuar de Nestlé, desde su implantación en España hace más de cien años, la ha hecho merecedora del respeto y la confianza de los consumidores.

La Creación de Valor Compartido (Creating Shared Value) es un planteamiento muy distinto de responsabilidad social corporativa (Corporate Social Responsibility -CSR-), porque no se centra en cumplir una serie de criterios externos, ni objetivos filantrópicos. La idea de ganadores y perdedores no encaja en este modelo de responsabilidad social corporativa”.

Lea más acerca de la perspectiva de Nestlé sobre la [responsabilidad social corporativa](#). *Mark Kramer, Universidad de Harvard.*

Los [preceptos](#) que rigen la gestión responsable en Nestlé están contemplados en sus [Principios Corporativos Empresariales](#), de obligado cumplimiento para cuantos trabajan en Nestlé en cualquier país del mundo, y que abarcan los diferentes ámbitos de actuación de la empresa.

Puede ver un ejemplo de cómo Nestlé aplica la Creación de Valor Compartido en el mundo del café, en la web de [Nescafé Desarrollo Sostenible \(www.nescafe.com/desarrollo-sostenible-es\)](#).

Nestlé ha creado una web, [www.creatingsharedvalue.org](http://www.creatingsharedvalue.org), en la que todas las personas interesadas en la Creación de Valor Compartido pueden dialogar e interactuar entre sí. Le invitamos a participar.

Acceda al primer informe de sostenibilidad de Nestlé en España 2010 haz click [aquí](#).



# Nestlé

## Good Food, Good Life

Banco de alimentos

Nutrición, salud y bienestar

Equipo humano

Medio Ambiente

Acción social

### Donaciones solidarias de producto



Además de nuestro esfuerzo por poner a tu disposición productos sabrosos y nutricionalmente equilibrados, nuestra empresa está comprometida con la sociedad por su capacidad de crear valor compartido, tanto con quienes pueden comprar nuestros productos como con los que transitoriamente no pueden hacerlo. Por eso, tenemos una política establecida para la donación de productos a los grupos más desfavorecidos.

Nestlé realiza donaciones regulares de producto a los bancos de alimentos que, a su vez, los redistribuyen a entidades benéficas. Los **bancos de alimentos** son organizaciones sin ánimo de lucro basadas en el voluntariado, cuyo objetivo es la obtención y distribución de alimentos a centros asistenciales que se ocupan de la manutención de personas necesitadas.

En 2008 Nestlé entregó a estas organizaciones **700 toneladas de producto Nestlé, equivalentes a 14**

### Los diez principios de actividad empresarial

Consumidores

- 1 Nutrición, Salud y Bienestar
- 2 Garantía de calidad y seguridad de los productos
- 3 Comunicación con el consumidor

Derechos humanos y prácticas laborales

- 4 Derechos humanos en nuestra actividad empresarial

Nuestro personal

- 5 Liderazgo y responsabilidad personal
- 6 Seguridad y salud en el trabajo

Proveedores y clientes

- 7 Relaciones con proveedores y clientes
- 8 Agricultura y desarrollo rural

El medio ambiente

- 9 Sostenibilidad medioambiental
- 10 El agua



## *Consumo Interno y Proveedores*

### **Consumo Interno**

#### *Objetivos 2008- 2010*

	<i>2007</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>Reducción consumo 2010</i>
Electricidad	313.042	281.422	262.449	252.963	20%
Agua (m3)	182.225	154.475	137.825	129.500	30%
Papel (páginas)	111.188.199	94.255.986	84.096.658	79.016.994	30%

La racionalización del consumo interno es un elemento clave para alcanzar nuestros objetivos de sostenibilidad; tanto desde el punto de vista de nuestra eficiencia interna como su impacto en la lucha contra el cambio climático.



## Responsabilidad Corporativa

Modelo de sostenibilidad

Dimensión social

**Código de Conducta**

Dimensión medioambiental

Dimensión económica

Inicio > Responsabilidad Corporativa > Dimensión social > Código de Conducta

## ◦ Código de Conducta

- [Código de Conducta Interno](#)
- [Código de Conducta de Fabricantes y Talleres Externos de Inditex](#)
- [Directriz Interna de Prácticas Responsables](#)



*Telefónica*

# Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad

## Bienvenidos

[La sostenibilidad en Telefónica](#)

[Cultura de responsabilidad](#)

[Cómo usar las TIC](#)

[Innovación social](#)

[Energía y cambio climático](#)

[Medio ambiente y salud](#)

[Transparencia y diálogo](#)

## Telefónica Ability Awards 2012

*Telefónica* ability awards  
crecemos con la inclusión

Participa en la nueva edición de los Premios

Ampliar

## Si quieres, hablamos...

[RConversa: próximo debate](#)



Redes sociales y empresa

Participar

[Blog RCySost](#)


31 Octubre 2011

Seis factores de éxito para proyectos de innovación social

Suscribirse RSS

[Twitter @RCySost](#)


Hace 7 horas (05 Noviembre 2011)



SEARCH

- COMPANY OVERVIEW
- CAREERS
- INVESTORS
- MEDIA
- NIKE RESPONSIBILITY
  - CONSIDERED DESIGN & THE ENVIRONMENT
  - WORKERS & FACTORIES
  - OUR COMMUNITY INVESTMENT
  - REPORTING
  - RESPONSIBILITY GOVERNANCE
  - NIKE GIVING GUIDELINES
  - NIKE FOUNDATION
- DOING BUSINESS WITH NIKE
- SHOP & CUSTOMER SERVICE
- CONTACT US

NIKEBIZ : NIKE RESPONSIBILITY



**NIKE FURTHERS ITS COMMITMENT TO OPEN INNOVATION AND SUSTAINABILITY**

In an effort to further industry sustainability efforts, NIKE, Inc. released its Environmental Apparel Design Tool. Based on Nike's Considered Design Index, the release of the tool aims to accelerate collaboration between companies, fast-track sustainable innovation and decrease the use of natural resources like oil

ABOUT TEXT SIZE

**Nike Sustainable Business + Innovation**

Nike sees Sustainable Business and Innovation as an integral part of how we can use the power of our brand, the energy and passion of our people, and the scale of our business to create meaningful change.

The opportunity is greater than ever for sustainability principles and practices to deliver business returns and become a driver of growth, to build deeper consumer and community connections and to create positive social and environmental impact in the world.

To download the Environmental Apparel Design Tool Webisode, please visit [www.nikemedia.com](http://www.nikemedia.com).

FEATURES

**FY07-09 CR Report**







# Nuestros retos más importantes

Pobreza, malnutrición, cambio climático y escasez de agua: estos son algunos de los retos más importantes que debemos afrontar. Conoce como lo hacemos y otros aspectos relacionados con la sostenibilidad.



Tenemos la responsabilidad de producir productos sostenibles pero también de educar al consumidor en su uso.

[Lee más sobre un buen uso del agua](#)



## El agua, un bien de todos

El agua es un recurso limitado. Estamos investigando alternativas para reducir su consumo y para ayudar a los consumidores a ahorrar en el suyo.

### Sostenibilidad

- ▶ Presentación del CEO
- ▶ Nuestro enfoque

- ▶ Nuestro negocio y su impacto
- ▶ Salud y bienestar

- ▶ Calidad de vida
- ▶ Sostenibilidad ambiental



## Nos gusta el futuro

Personas	Diseño	Tecnología	Rentabilidad
Objetivo	Objetivo	Objetivo	Objetivo
→ Mejorar como empresa	→ Conseguir la función óptima	→ Anticiparnos a los cambios	→ Crecer ordenadamente
Valores	Valores	Valores	Valores
→ compañerismo	→ facilidad	→ investigación	→ planificación
→ profesionalidad	→ usabilidad	→ desarrollo	→ optimización
→ flexibilidad	→ atemporalidad	→ innovación	→ reinversión

Visual Microsystems,S.A.: C.I.F. A 36333706. Domicilio social en Polígono Industrial A Granxa, Rúa D Esquina Paralela 3 Edif. vCenter. 36400 Poriño (Pontevedra) España. Telf: 902 575 392 Fax: 902 020 261 visualms@visualms.com Inscrita en el Registro Mercantil de Pontevedra, al folio 1, libro 2310, hoja nº23.469, inscripción 1ª



©2011 Visual MS Todos los derechos reservados



## RANKING

# El grupo vigués Visual MS, elegido mejor empresa gallega para trabajar

M. S. D. Vigo / La Voz | 13/4/2011

★★★★★ Valoración

Twitter 26

Me néame

Me gusta 84

Por tercer año consecutivo, la firma de Vigo Visual MS vuelve a estar a la cabeza de las empresas mejor valoradas en el ranking de los Best Workplaces España 2011, en la categoría de entre 50 y 100 empleados, y sigue siendo la única compañía gallega reconocida entre las mejores empresas para trabajar.

Visual MS es un grupo empresarial del sector tecnológico con sede en Vigo, creado en 1999 por 4 programadores de software veinteañeros. Entusiastas del software empresarial, venden en más de 15 países y organizan eventos como el próximo Life is soft 2011 en Gijón. Sus empleados entre otras ventajas, pueden plantear qué formación y a qué puestos quieren

optar, trabajan desde casa cuando quieren, cuentan con un psicólogo de equipos (coach), tienen ping pong, billar o catering, y reciben masajes en el centro de trabajo.

Además cada 6 meses se reúnen por departamentos para decirse lo que piensan unos de otros y esas valoraciones influyen en un porcentaje de sus sueldos. «Tenemos un absentismo de 0,16%, cuando lo normal en España es de 15%. Y nuestra rotación es de 5% cuando en Galicia ronda el 20%», afirma Visual MS.

Las mejores empresas para trabajar en España en el ranking recién publicado correspondiente al 2011, por número de empleados, son Atento (más de 1.000), Microsoft (de 500 a 1.000), Cisco (de 250 a 500), Softonic.com (de 100 a 250) y Bain & Company Ibérica (de 50 a 100).

# Dow Jones Sustainability Indexes

## In Collaboration With SAM

"Entre as 2.500 maiores companhias de todo o mundo, o Índice de Sustentabilidade de Dow Jones selecciona as más comprometidas co contorno. Son 317 firmas, das cales 19 son españolas".

### Country Allocation

Germany	34.57%
France	25.39%
Spain	17.47%
Netherlands	10.66%
Italy	8.24%
Finland	1.92%
Portugal	0.77%
Ireland	0.74%
Greece	0.23%

Data calculated in USD as of August 31, 2011.

## Dow Jones Sustainability Eurozone Index<sup>SM</sup>

### Top Components

Company	Country	ISIN/Ticker	Industry	Supersector	Float Factor	Adjusted Weight (%)
Total S.A.	France	FR0000120271	Oil & Gas	Oil & Gas	0.95	6.26%
Siemens AG	Germany	DE0007236101	Industrials	Industrial Goods & Services	0.94	5.14%
Telefonica S.A.	Spain	ES0178430E18	Telecommunications	Telecommunications	0.87	4.79%
Banco Santander S.A.	Spain	ES0113900J37	Financials	Banks	1.00	4.49%
BASF SE	Germany	DE000BASF111	Basic Materials	Chemicals	1.00	3.78%
Bayer AG	Germany	DE000BAY0017	Basic Materials	Chemicals	1.00	3.08%
ENI S.p.A.	Italy	IT0003132476	Oil & Gas	Oil & Gas	0.66	3.07%
Unilever N.V. CVA	Netherlands	NL0000009355	Consumer Goods	Food & Beverage	0.91	3.03%
SAP AG	Germany	DE0007164600	Technology	Technology	0.75	2.91%
Allianz SE	Germany	DE0008404005	Financials	Insurance	1.00	2.69%

© CME Group Index Services LLC. 2011 Data calculated in USD as of August 31, 2011.

# ***BALANCE SOCIAL***

---



# Balance social

## CONCEPTO

Documento que avalía a responsabilidade que xera a actividade empresarial en relación a tres aspectos: **económica** (xerar riqueza), **social** (prácticas responsables de contratación, non discriminatorias) e **ambiental** (coidado do ámbito físico reducindo a contaminación, eliminando os residuos, etc.).

## OBJECTIVO

Mide os custes e beneficios que xera a actividade da empresa con respecto a eses tres criterios mencionados.

## INDICADORES

Xornada laboral e horario, condicións de traballo (seguridade, protección), formación do persoal, gastos en I+D, bolsas, custos externos das empresas,...

# ***EXTERNALIDADES***



# EXTERNALIDADES

## Introducción

¿Que sucede cando unha persoa compra un **automóbil** que emite grande cantidade de gases?

A adquisición deste auto **xerará un custo para outras** persoas, porque vai xerar unha contaminación extra que causará posibles problemas ou enfermidades aos demais habitantes.



# EXTERNALIDADES

## Introducción



Pola contra se unha persoa decide comprar un terreo e dedicarse ao negocio da **reforestación** de certas árbores.

As persoas que viven preto deste lugar van **beneficiarse** non só porque o aire vai estar máis puro senón tamén porque embelecerá a zona.





# EXTERNALIDADES

## Introducción



A estes *efectos extras* coñéceselles como **externalidades**, que *Ronald Coase* prefire chamar "**efecto externo**".



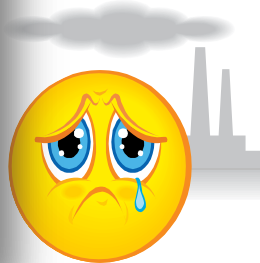
**Ronald H. Coase (1910-)**

Economista británico, obtivo o Premio Nobel de Economía en 1991

# EXTERNALIDADES

## Introducción

Unha externalidade prodúcese sempre que un axente económico (**consumidor** ou **empresa**) realice unha actividade **que afecta a outros**, sen pagar nin recibir compensación por iso.



# EXTERNALIDADES

## Concepto

Unha externalidade é un **custo** ou un **beneficio** que xorde da **produción** ou do **consumo** e recae nalgún outro que non sexa o produtor nin o consumidor.



# EXTERNALIDADES

## Clases

Hai catro posibles tipos :

▶ Segundo a actividade que as produza:

- De consumo
- De produción

▶ Segundo o signo do efecto:

- Positivas
- Negativas



# EXTERNALIDADES

## Exemplos

	Positivas	Negativas
De consumo	<p>Vacunación: se eu me vacino contra a gripe, todos cos que me relaciono se benefician.</p> <p>Edificios históricos, todos gozan observándoos.</p> <p>Perfumes.</p>	<p>Tabaco: fumar en área reducidas expón a saúde dos demais a un risco.</p> <p>Botellón sucidade e ruído molestan aos demais.</p> <p>Consumidor de música tecno a 140 decibelios .</p> <p>Contaminación de vehículos particulares.</p>
De producción	<p>Seguridade dun edificio público próximo.</p> <p>Apicultor que produce mel e as súas abellas axudan a polinizar as árbores froiteiras do veciño.</p> <p>Investigación científica resultado do I+D.</p>	<p>Ríos e lagos contaminados polos residuos das fábricas contaminantes.</p> <p>Ruído de avións e camións.</p> <p>Destrución do hábitat dos animais.</p> <p>Autoestradas: contaminación visual, segregación de vivendas.</p>



# Coloca as seguintes situacións na columna que lle corresponda:

1. Ruído do tráfico de camións.
2. Botellón (sucidade e ruído).
3. Apicultor e as árbores froiteiras do veciño.
4. Unha fábrica que contamina o río.
5. Autoestradas: segregación de vivendas.
6. Contaminación visual dun parque eólico.
7. Tabaco: fumadores pasivos.
8. Unha ONG que rehabilita persoas alcohólicas
9. Veciño que pon música tecno a 140 decibelios.
10. Un xardín privado moi ben coidado
11. Vacinación contra a gripe.
12. Edificios históricos.
13. Un vertedoiro de lixo.
14. Seguridade dun edificio público próximo.

Externalidade sobre o consumo		Externalidade sobre a produción	
Positiva	Negativa	Positiva	Negativa

# Coloca as seguintes situacións na columna que lle corresponda:

Externalidade sobre o consumo		Externalidade sobre a produción	
Positiva	Negativa	Positiva	Negativa
10. Un xardín privado moi ben coidado	2. Botellón	3. Apicultor	1. Ruído do tráfico de camións
11. Vacinación contra a gripe	7. Fumadores pasivos	8. ONG que rehabilita persoas alcohólicas	4. Fábrica que contamina o río
12. Edificios históricos	9. Veciño que pon música tecno a 140 decibelios	14. Seguridade dun edificio público próximo	5. Autoestradas: segregación de vivendas
			6. Contaminación visual dun parque eólico
			13. Vertedoiro de lixo

# EXTERNALIDADES

## Consecuencias

**Unha externalidade negativa impón un custo social e unha externalidade positiva crea un beneficio social.**

Se a actividade produtiva ten *externalidades negativas*, que xera custos que non están incluídos na estrutura de custos da empresa. Trátase de *custos externos* ou *custos sociais* da produción, **non recaen sobre a empresa senón sobre toda a sociedade.**

*As externalidades negativas levan aos mercados a producir cantidades superiores ás socialmente desexables porque o custo privado das empresas é inferior ao seu custo social.*

*As externalidades positivas levan aos mercados a producir cantidades inferiores ás socialmente desexables.*





# EXTERNALIDADES

## Soluciones privadas

### Algunhas solucións privadas:

- A integración de diferentes tipos de negocios. Por exemplo, unha empresa de árbores froiteiros e un apicultor únense nunha grande empresa.
- Negociación entre as partes. O teorema de coase se os custos de transacción (custos para poñerse de acordo, da negociación, por exemplo, se hai un grande número de axentes) son baixos, os axentes negociarán e chegarán a unha asignación eficiente.

### Problemas das solucións privadas

Problemas dos bens públicos (o polizón)

Problemas de información: non se coñecen cál deben ser as compensacións que se deben pagar e os axentes teñen incentivos a mentir.

**Custos de transacción.** Pero se os custos de transacción son elevados o mercado non será eficiente.

Problemas dos litixios: resultados incertos, diferenza de acceso á xustiza, etc.

**As solucións privadas non sempre son operativas.**



# EXTERNALIDADES

## Soluciones públicas O estado intervén

- Regulación. Exemplos:

Código Civil: quen cause dano a un terceiro terá que indemnizarlle.

Leis de defensa da competencia que permiten que as asociacións de consumidores comparezan como parte implicada.

As leis de patentes proporcionan ao innovador un dereito de propiedade sobre a súa invención.

- Prohibición. Exemplos:

Fixación do máximo de CO2 que unha empresa pode emitir.

Cotas de pesca.

- Impostos Pigouvianos, que fan que o custo privado se iguale ao custo social. Dobre vantaxe: redución da contaminación (ou, en xeral a externalidade) e recadación impositiva.

Exemplos: Ecotaxa, imposto sobre a gasolina, imposto sobre as bolsas de plástico, impostos ambientais.

# EXTERNALIDADES

## Soluciones públicas: O estado intervén

- Subvencions. Ofrécese unha subvención ao causante do dano para que cubra os custos de adoptar unha tecnoloxía (ou un comportamento) menos contaminante.

Exemplo: Subvención de enerxías verdes nas empresas.

- Xerar cuasi-mercados privados. Normalmente trátase de permisos transferibles de contaminación. Estes permisos son transferibles, poden venderse no mercado, de forma que as empresas terán incentivos a non contaminar (terán que comprar menos dereitos a contaminar para producir).

Exemplo: Dereitos de emisión de CO<sub>2</sub> na UE e España. Determinouse a máxima cantidade de CO<sub>2</sub> por país de acordo con Kioto. Logo cada país distribúe a súa cota (subástao, asígnao en función algún criterio como cota de mercado, etc.) e as empresas poden negociar a súa venda e compra.

