

TEMA 1 - A empresa e o empresario. O papel da empresa na economía

As empresas non son axentes da economía moderna, xa existían, con outros nomes e funcións, nas culturas antigas. Coa Revolución Industrial iníciase o seu crecemento acelerado e alcanzan o seu máximo desenvolvemento na nosa época.

A visión do que é a empresa variou dende un mecanismo de asignación de recursos para obter bens finais, pasando polo empresario innovador de Schumpeter, ata as posicións sobre a responsabilidade social. O pensamento sobre empresa e empresario foi prolífico e relevante.

Este tema é un percorrido polas distintas visións ou teorías que se elaboraron sobre ambos os dous conceptos, empresa e empresario, e así ampliar a nosa percepción sobre este importante axente económico.

Ao final, faremos unha breve descrición dos subsistemas que integran a organización empresarial, que nos servirá como prólogo dos temas que se desenvolven posteriormente durante o curso.

1. Introducción á economía da empresa.

A **Economía da Empresa** é a rama da ciencia económica que ten por obxecto o estudo do que acontece na empresa e que trata de explicar dunha forma científica as súas actividades, as súas funcións e os criterios na toma de decisións que teñen lugar nela.

Sabemos que unha parte moi significativa da actividade económica ten lugar na empresa. Definiámola no curso pasado como un dos axentes que protagonizan a toma de decisións na actividade económica, para decidir que producir, como facelo e para quen facelo.

A empresa é, orixinalmente, un mecanismo de asignación de recursos que produce bens e servizos para outras empresas, para os cidadáns como consumidores e para a propia administración do estado. Ademais, sabemos que a toma de decisións vén condicionada polo sistema económico no que desenvolve a súa actividade. Recordemos brevemente que os sistemas económicos máis significativos son:

Sistema de libre mercado.

Propiedade privada dos **medios** de produción. Liberdade de contratación. A busca da máxima **eficiencia** é o obxectivo primordial. Todas as empresas se someten á competencia, toman as súas propias decisións. O Estado non intervéñen, salvo para marcar as regras de xogo. Neste sistema as empresas encárganse de organizar a produción segundo a tecnoloxía dispoñible para producir os bens e servizos que demanda o mercado. Unha vez producidos os bens e servizos, os distribúen entre os que poden compralos.

Sistema de economía centralizada.

Propiedade estatal dos medios de produción. Todas as empresas se atopan sometidas á autoridade do Estado, e este intervéñen en todas as súas decisións, e ten como único obxectivo cumprir o plan previsto polas autoridades estatais.

Sistemas de economía mixta.

A propiedade privada combínase cunha importante participación do Estado. Este, ademais de corrixir os fallos do mercado, e establecer as regras de xogo, actúa tamén como axente produtivo.

No noso país e na maioría das economías do noso ámbito participan dun sistema mixto, que será o punto de referencia para as nosas consideracións posteriores.

2. Concepto de empresa:

Procter & Gamble, Microsoft, Inditex, BBVA, un avogado, un comercio de roupa ou a cafetería do Fontexería 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 que se deron ao longo do tempo.

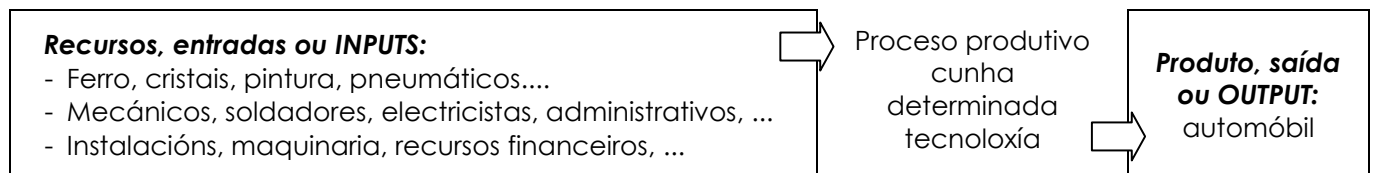
Os conceptos de empresa e empresario están moi relacionados : a empresa é un conxunto organizado de recursos orientados conseguir algún fin e o empresario é o que crea empresas (emprendedor) ou o que as xestiona (directivo profesional).

A medida que evolucionaron os sistemas económicos, a dimensión, estrutura e obxectivos das empresas tamén o fixeron. Porén os economistas elaboraron **teorías** que trataban de explicar o funcionamento deste axente económico. De todas elas eliximos as máis representativas.

2.1. A empresa como unidade de produción. Os factores de produción (inputs), produto (output) e valor engadido.

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**.

As empresas utilizan recursos ou factores produtivos (terra, traballo e capital) para producir bens e servizos, que posteriormente se distribúen (venden) no mercado para o seu consumo. Polo tanto, hai unhas entradas ou **inputs** ao proceso produtivo (os factores produtivos) e unha saída ou **output** (o produto obtido). Por exemplo, para a fabricación dun automóbil:



O aprovisionamento dos factores produtivos ou INPUTS: comprende todo o que a empresa debe dispoñer para poder participar na produción. Por exemplo, no caso dunha pastelería, os factores ou inputs serían as materias primas como a fariña e o azucre, os traballadores e o capital invertido nos fornos, o edificio e a maquinaria (recursos naturais, traballo e capital). Os prezos dos factores produtivos e dos bens e servizos virán determinados polo mercado e canto mellor os combine a empresa máis eficiente será e maiores **beneficios** obterá.

Transformación cunha tecnoloxía: o nivel de tecnoloxía permite a introdución de avances nos sistemas produtivos que melloran a proporción dos factores utilizados para obter unha determinada cantidade de produto. A transformación non sempre é física: tamén inclúe a comercialización e a prestación de servizos.

Os bens e servizos (OUTPUTS): é o resultado final e obxectivo último do proceso de produción.

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

2.2. A empresa como creadora de valor ou de utilidade.

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 valor. Unha cadea produtiva integra o conxunto de elos que conforma un proceso de produción, dende a materia prima á distribución dos produtos rematados entre os consumidores. **En cada parte do proceso engádese valor.**

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

2.3. A empresa como axente económico.

Na teoría económica neoclásica, a empresa é un dos axentes económicos (xunto coas empresas, economías domésticas, sector público e sector exterior). As funcións da empresa na actividade económica son as de coordinar os factores produtivos para producir bens e servizos e, ao cobrar os bens e servizos que produce, xerar rendas coas que retribuír aos factores produtivos que utilizou: as rendas aos traballadores e as rendas do capital.

As primeiras formulacións sobre a empresa realizáronse a mediados do século XIX ata comezos do século XX. As principais achegas fixéronas os economistas neoclásicos Jevons, Menger, Walras e Alfred Marshall. Máis que unha teoría sobre a empresa é un desenvolvemento da concepción tradicional do mercado, no que a empresa, como axente económico dentro do sistema capitalista, actúa.

Con posterioridade, na segunda metade do século XX, Ronald Coase formula a teoría dos **custes de transacción**. Coase xustifica a existencia das empresas porque o mercado ao ser imperfecto (por exemplo pola falta de información) dá lugar a unha serie de custes. As empresas aforran custes ao coordinar e mediar entre o resto de axentes económicos. É dicir, as empresas regulan o funcionamento do mercado aforrando certos custos de transacción.

2.4. A empresa como sistema.

Este xeito de enfocar a realidade empresarial vincúlase á teoría xeral de sistemas. A devandita visión foi utilizada polas ciencias físicas, biolóxicas e sociais. Facilita a unificación de moitos campos do coñecemento, sendo a base para o entendemento entre os distintos campos da ciencia.

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 que realizan distintas funcións pero que están **interrelacionados**.
- 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.

EXERCICIO: Fai un esquema dos distintos conceptos de empresa

CONCEPTO DA EMPRESA
1.
2.
3.
4.
5.

3. As funcións da empresa na economía de mercado.

Nunha sociedade como a nosa, a empresa é o motor da actividade económica e cumpre as seguintes importantes funcións, algunhas xa comentadas:

- **Proporciona os bens e servizos que a sociedade necesita.** A empresa detecta as necesidades dos consumidores e as cobre coa produción e distribución de bens e servizos.
- **As empresas dirixen e coordinan os factores de produción.** Un trazo fundamental da actividade económica actual é que ninguén produce todos os bens que necesita para satisfacer as súas necesidades. Todos nos especializamos (electricistas, enxeñeiros, agricultores, administrativos, comerciantes...). As empresas son necesarias debido á **especialización e división do traballo** e porque o **proceso produtivo necesita ser organizado e coordinado**. Nas sociedades primitivas a produción era realizada por artesáns. Nas sociedades actuais as empresas son as únicas capaces de obter vantaxes da produción en masa, xa que son as que poden dispoñer dos recursos financeiros e organizativos necesarios para iso. A especialización ten a vantaxe de aumentar a produtividade, pero require a coordinación do proceso. Por exemplo, na produción dun automóbil, hai que asegurarse de que os distintos compoñentes sexan adecuados e que, unha vez ensamblados, se obteña un automóbil completo e en tempo e lugar axeitados.
- **As empresas crean valor, é dicir, aumentan a utilidade dos bens.**
- **As empresas asumen riscos e distribúen ese valor que engaden.** Ao retribuír os factores de produción, as empresas pagan rendas por anticipado. As empresas contratan traballo e pagan salarios, adquiren materias primas e materiais que pagan,... e pagan antes de elaborar os produtos, vendelos e cobralos. Por iso, asumen o risco de que non se cumpran as expectativas que estableceron. 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 que producen e a investigación e a mellora tecnolóxica contribúen ao incremento da calidade de vida dunha sociedade

4. Elementos ou compoñentes da empresa.

A empresa para realizar a súa función, ademais dos inputs e o proceso de transformación, necesita outros **elementos** ou compoñentes.

Elementos da empresa	Factores Humanos ou capital humano	Os traballadores ou empregados, os propietarios e os administradores ou directivos.
	Factores Materiais	– Capital físico: edificio, maquinaria, vehículos, ordenadores... – Capital financeiro: a tesouraría da empresa
	Organización	Coordinación de todos os factores integrantes entre si e co exterior.
	Contorno ou ámbito	Todos os factores externos que condicionan a actividade da 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.

EXERCICIO: Os elementos empresariais que se presentan a continuación, de que tipo son?

ELEMENTOS	TIPO
Os ordenadores	
O diñeiro depositado no banco	
O banco onde está depositado o diñeiro	
Os empregados da oficina	
O local comercial	
O procedemento de atención aos clientes	
O regulamento interno da empresa	
Un provedor	

5. Os obxectivos das empresas.

Como consecuencia de todo o explicado, a empresa debe constantemente tomar decisións que afecten aos distintos procesos que nela se desencadean. Pero tamén ten que, con anterioridade, establecer metas ou fins que a obriguen a reflexionar sobre o que quere ser dentro do sector ao que se incorpora.

Os obxectivos podemos definilos como as guías que permiten á empresa orientar as súas accións e comprobar se van na dirección axeitada pois permiten medir o grao en que a empresa se achega ao que pretendía.

Que obxectivos teñen as empresas?

Se partimos do concepto de empresa podemos dicir que o obxectivo básico da empresa é o de xerar valor económico. Tradicionalmente, na teoría económica clásica as empresas buscan maximizar o beneficio ou maximizar a rendibilidade sobre o capital investido. Aínda que incrementar a rendibilidade (maximizando beneficios ou minimizando custes) sexa un obxectivo é fundamental, non sempre é o único, aínda que soe estar presente.

Crece (producir máis, vender máis), incrementar a produtividade, aumentar a cota de mercado, abrir novos mercados... son outros dos obxectivos máis claros das empresas.

Ambos tratan de medir a eficiencia da empresa. A *rendibilidade* mide a relación entre beneficio e a inversión realizada (ou os fondos empregados). O *crecemento* mide o grao de presenza no mercado e a *produtividade* establece a relación entre o producido e o custo.

Tamén podemos citar obxectivos de estabilidade e adaptación ao contorno. Sendo o contorno cada vez máis hostil é un obxectivo frecuente: non se trata xa e crecer se non de manter a cota de mercado e manter os mercados actuais.

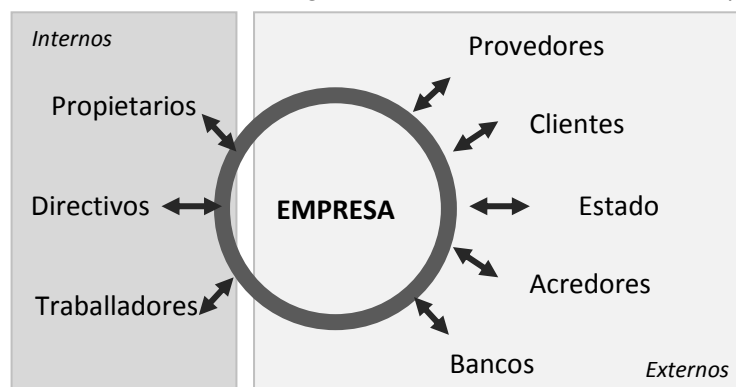
Outro dos obxectivos importantes son os de responsabilidade social e ética nos negocios, tanto cara os traballadores da empresa como cara aos provedores, clientes, a sociedade en xeral e o medio ambiente. Por exemplo: crear emprego, integrar discapacitados, fomentar a conciliación laboral, respecta o medio ambiente, reciclar residuos, A RSE a explicaremos con máis detalle despois neste tema.

EXERCICIO: Fai un esquema dos distintos tipos de obxectivos das empresas

OBXECTIVOS EMPRESARIAIS	
1.	
2.	
3.	
4.	

Por outro lado, tamén podemos distinguir entre obxectivos **estratéxicos** ou a longo prazo e os obxectivos **tácticos** ou a curto prazo que buscan accións concretas para acadar os obxectivos estratéxicos.

Iso si, non podemos esquecer que na empresa se encontran unha multiplicidade de elementos, cada un deles cos seus propios obxectivos. Por exemplo, o empresario pretenderá obter o maior número de beneficios, os traballadores traballar o mínimo posible a cambio da maior retribución..., dando lugar á chamada **multiplicidade ou conflitos de obxectivos**, pretendendo a empresa satisfacer o maior número deles. Un grupo de interese (*stakeholder*) é un grupo de persoas que pode influír nos obxectivos da empresa ou verse afectado por ela. Poden ser internos ou externos. Segundo varias teorías a empresa debe xestionarse en beneficio de todos os grupos que interactúan con ela (os grupos de interese).



6. Teorías e evolución do concepto de empresario: (Adam Smith-Knight-Schumpeter-Galbraith) e a visión actual. A figura do emprendedor.

O concepto de empresario é un dos máis controvertidos na historia do pensamento económico. En ocasións, empresario é sinónimo de capitalista, home ou muller de negocios, industrial, etc. En xeral, é bastante frecuente confundir o termo empresario e o de empresa e moitos das análises mesturan ambos os dous conceptos.

Na historia do pensamento económico adóitase sinalar a Richard Cantillón (1680?-1734) como o primeiro que utiliza a palabra empresario (*entrepreneur* – pioneiro,) e o define como “a persoa que paga un prezo certo para revender un produto a un prezo incerto”. Despois utilizouse a mesma palabra para designar aqueles que realizaban contratos de bens e servizos para o goberno. En ambos os dous casos o termo asimíllase a alguén que asume riscos no exercicio da súa actividade mercantil.

Diferentes concepcións do termo empresario:

O empresario no pensamento económico clásico: Adam Smith. O empresario capitalista

Os economistas clásicos puxeron pouca atención nos conceptos de empresa e empresario. Adam Smith, David Ricardo e John Stuart Mill identificaron o empresario co capitalista ou propietario único do negocio, que o dirixe e controla persoalmente e asume o risco da súa actividade.

Empresario como factor produtivo de Alfred Marshall

Para este autor o papel de empresario é máis importante e considera que o seu labor de organizar e coordinar os factores é moi valioso. De feito Marshall considera o empresario como un factor produtivo en si mesmo. Dende logo o empresario non é factor capital, nin factor recurso natural e nin tampouco estritamente é factor traballo. Marshall considéao como cuarto factor produtivo debido ás características especiais que debe reunir un empresario: capacidade de liderado, coordinar traballadores, relacións con provedores, clientes...

Hai que esperar ao século XX para que se fagan achegas relevantes sobre a función empresarial:

O empresario risco de Frank Hyneman Knight (1885-1972).

Para Knight o beneficio empresarial é a recompensa do empresario por asumir riscos. O empresario contrata os factores produtivos a uns prezos determinados, certos, que son os custos para a empresa. Os factores participan na produción antes de coñecer os resultados da actividade económica emprendida. Así, o empresario arrisca o seu capital nun momento de incerteza no que non sabe o que vai a ocorrer: pode obter perdas ou beneficios. O que obtén o empresario é un beneficio residual, incerto. A incerteza é inherente á actividade empresarial.

Desde o seu punto de vista existe un problema económico non só porque os medios sexan escasos, senón tamén porque o mundo é incerto e a vida consiste en tomar decisións o resultado das cales se desexa óptimo, pero pode quebrarse de forma inesperada.

O empresario innovador de Joseph Alois Schumpeter (1883-1950).

Para Schumpeter a principal función do empresario é innovar, aplicar as invencións tecnolóxicas á industria ou o comercio. Ao innovar, o empresario altera o equilibrio do sistema, consegue unha situación de "monopolio temporal" que lle permite obter un beneficio extraordinario, un beneficio por enriba das demais empresas do sector. Co paso do tempo, os demais empresarios, atraídos por estes beneficios extraordinarios, introdúcense no mercado, imitando ó 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 en que o beneficio se sitúa nun límite que non incentiva novos imitadores.

O proceso de cambio schumpeteriano comprende varias fases:

Na fase de **invención** creáranse novas tecnoloxías ou novos produtos.

Na segunda fase as **innovacións** aplicáranse aos procesos produtivo ou comercial. Os empresarios innovadores obterían unha situación de monopolio temporal que lles permitiría a acumulación de beneficios extraordinarios. Poden consistir nun novo produto, un novo sistema de produción, nun novo mercado, en novas materias primas ou nunha nova organización.

Na última, o proceso de **imitación** doutros empresarios acaba por diluír o proceso e vólvese a unha situación de equilibrio.

Para Schumpeter o empresario é o protagonista do capitalismo pois a innovación é o factor de crecemento da economía. O papel do empresario é o de detectar e poñer en marcha unha nova oportunidade de negocio, aproveitando unha invención ou unha idea aínda non explotada. O beneficio é a recompensa que recibe pola innovación.

O empresario como tecnoestructura de John Kenneth Galbraith

As teorías anteriores fundaméntanse na idea dun empresario individual, non así a de Galbraith.

Os sistemas capitalistas están compostos por un número relativamente pequeno de grandes empresas e un grande número de empresas pequenas. Nas grandes corporacións, o capital pertence a numerosos socios cunha participación mínima na empresa e que apenas teñen poder de decisión.

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 mercadotecnia, ...) que actúen conxuntamente aportando un coñecemento especializado e que Galbraith denomina tecnoestructura. A función empresarial é realizada nas grandes empresas por un grupo de persoas, son os que deteñen o poder na empresa, pero non son os seus propietarios.

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 para o mercado. Non obstante, dende o punto de vista económico a definición é un pouco máis complicada. A definición non debía ser pechada, senón, pola contra, o suficientemente aberta como para permitir que nela se integren os distintos tipos de empresarios.

Dende o punto de vista económico a definición é un pouco máis complicada, é o que toma as decisións para acadar os obxectivos: é o que administra, xestiona, representa,... o directivo.

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 innovador ou co **profesional da dirección** que xestiona, toma decisións para situar á empresa do mellor xeito posible no mercado, deberá planificar, organizar, motivar, decidir, coordinar, informar e orzamentar

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

EXERCICIO: Fai un esquema da evolución do concepto de empresario

ÉPOCA	AUTOR	CONCEPTO DE EMPRESARIO
Sec. XVIII		
Sec. XIX		
Sec. XX		
Actualidade		

COMENTARIO: Segundo un *ranking* publicado na Revista Fortune, entre os empresarios máis grandes de tódolos tempos están Steve Jobs (Apple), Bill Gates (Microsoft), Fred Smith (Fedex) e Larry Page e Sergey Brin (Google). Teñen algo en común? Poderías engadir un nome de similares características?

7. Áreas funcionais ou áreas de actividade (producción, comercialización, financiamento e dirección ou organización).

Ao definir a empresa como sistema, vimos como todos os elementos integrantes están interrelacionados entre si. Pois ben, 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 dunha ou outro xeito.

Áreas funcionais da empresa:

Función de aprovisionamento. Encárgase da previsión das necesidades de materiais; contactar con provedores, estudando e elixindo as ofertas máis axeitadas de acordo co seu prezo e calidade; 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, organizando de xeito axeitado o traballo. Inclúe a I+D.

Función de comercialización. Consiste en que os usuarios potenciais coñezan o produto ou servizo da empresa, facilitando a súa distribución. As actividades ligadas á comercialización inclúen: o estudo 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. O financiamento pode ser propio ou alleo.

Función de persoal ou 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 ámbito empresarial.

As empresas non atopan illadas do que sucede ao seu arredor. Un dos elementos da empresa é o seu marco externo, ámbito ou contorno, no que desenvolve a súa actividade. Existe un conxunto de factores exteriores que van poder influenciarlas en maior ou menor medida.

Pode acontecer, por exemplo que os clientes dunha empresa cambian de gustos ou de formas de comprar e deixan de adquirir os seus produtos, outras veces os provedores soben os prezos, o que implica maiores custos, os competidores poden iniciar unha guerra de prezos na que a empresa se vexa prexudicada, a situación da economía das familias pode entrar en crise e contraer a demanda, o estado pode diminuír os impostos que pagan as empresas e favorecer as súas disponibilidades.

O **contorno** ou **ámbito** da empresa encóntrase formado por todas aquelas institucións, persoas, grupos ou factores que inciden sobre a organización **condicionándoa no seu funcionamento** e sobre os que **a dirección da empresa non ten unha completa capacidade de dominio**.

Pero o contorno **cambia continuamente** e, en xeral, **cada vez máis á presa**. Po iso é esencial a análise do contorno para a supervivencia da empresa. Os xestores intentarán **predicir** estes cambios e **avaliar a repercusión** dos mesmos.

Estas forzas que actúan sobre a empresa poden influírlle dun xeito moi directo o que se denomina contorno **específico** ou próximo, ou ben condiciónanlle o seu funcionamento dun xeito menos directo denominándose contorno **xeral**:

A estabilidade política do país ou o seu nivel de desenvolvemento inflúen de xeito xenérico sobre as empresas e constitúen o contorno xeral.

Os prazos de pagamento dos provedores, afectan de xeito particular cada empresa e forman o seu contorno próximo ou específico.

8.1. Contorno xeral: factores económicos, socioculturais, político-legais, tecnolóxicos. Contorno específico: o sector. Liderado, cota de mercado.

O **contorno xeral** está constituído polos factores relacionados co sistema socio-económico como os factores políticos, os tecnolóxicos, etc. que **inflúen en todas as empresas**. Por exemplo:

a) Os factores económicos

- O nivel de desenvolvemento (rede de comunicacións, aeroportos, capacidade adquisitiva dos consumidores, etc.).
- A dispoñibilidade de materias primas.
- A dispoñibilidade de man de obra axeitada (formación).
- O nivel de impostos.
- A lexislación en determinadas áreas (dereitos dos traballadores. ...).

b) Os factores políticos-legais

- As tendencias ideolóxicas do goberno.
- A estabilidade política do país.
- As políticas adoptadas por outros países (exportación dos bens ou servizos e importación de materias primas, ...).
- A educación

c) Os factores tecnolóxicos

- O nivel de tecnoloxía.
- A investigación, desenvolvemento e innovación. A formación profesional.
- Creación de parques tecnolóxicos nos que é posible o desenvolvemento de actividades de produción e investigación nun contorno alcanzable e rico en recursos.

d) Os factores sociais e culturais

- As crenzas relixiosas.
- O sistema educativo.
- Os sistemas de organización da produción.
- A actitude fronte ao gasto e ao aforro (sociedades consumistas).

O **contorno específico** ou próximo o forman os factores que *máis directamente* inciden na actividade da empresa. Afectan **só a unha empresa** ou ás empresas dun **mesmo sector**. Entre eles, os seguintes:

- a) Os clientes. Os compradores dos bens ou servizos que produce a empresa.
- b) Os provedores e subministradores. Proporcionan as materias primas e subministracións diversas.
- c) Os competidores. As empresas que están presentes no mercado cos mesmos produtos.
- d) Produtos substitutivos, que satisfan unha mesma necesidade.

- e) O Estado ou Administracións Públicas. Regula o funcionamento da empresa ao marcar a lexislación a cumprir e grava a súa produción con impostos e taxas. Tamén pon a disposición da empresa recursos e infraestruturas.
- f) As entidades financeiras. Facilitan préstamos e créditos para poder financiar investimentos.
- g) Os grupos de presión, entidades relacionadas coa empresa e que intentan influír nela (organizacions de consumidores, grupos homoxéneos).

Un **sector de actividade** está formado por tódalas empresas que producen produtos similares que buscan satisfacer as mesmas necesidades dos consumidores. As empresas dun sector compiten entre elas. O **líder de mercado** é a empresa do sector que ten unha maior cota de mercado. A **cota de mercado** é a participación dunha empresa no seu sector.

8.2. A empresa e o seu contorno: a responsabilidade social da empresa (traballadores, sociedade, consumidores, medio ambiente).

Aínda que as preocupacións polas implicacións que tiñan as prácticas empresariais foi un tema de debate nos ámbitos económicos durante a década dos setenta, os obxectivos sociais foron tradicionalmente pouco relevantes (a non ser que a empresa fose de capital público). Para os economista máis liberais como Friedman ou Hayek a única responsabilidade da empresa é car os seus propietarios e o respecto ás leis e a busca de eficiencia son suficientes.

Pero ultimamente cobra importancia a chamada "Responsabilidade Social Corporativa (RSC) ou empresarial (RSE)", impulsada dende a administración e adoptada por algunhas empresas. A globalización así como os escándalos financeiros ligados a prácticas irregulares, reabren a polémica.

Foron moitas as causas que obrigan ás empresas a unha conduta ética nas relacións co seu contorno:

- As novas inquietudes e expectativas dos cidadáns, consumidores, poderes públicos e investidores no contexto da globalización.
- Os criterios sociais inflúen cada vez máis nas decisións de inversión das persoas ou as institucións tanto en calidade de consumidores coma de investidores.
- A preocupación cada vez maior sobre a deterioración ambiental provocada pola actividade económica.
- A transparencia das actividades empresariais propiciada polos medios de comunicación e as modernas tecnoloxías de información e comunicación.

Unha empresa terá un comportamento socialmente responsable cando permita o desenvolvemento das persoas que a compoñen e coas que se relaciona. Contará con directivos que marcan o ton moral da empresa, preocuparase pola formación do persoal, por ofrecerlle participación, ofrecerlle un salario xusto, valorará e atenderá debidamente aos clientes e provedores, ofrecerá produtos responsables, evitará gastos superfluos, terá interese en todo o que acontece no seu arredor, preocuparase polo medio ambiente ou adoptará unha actitude de diálogo permanente.

A responsabilidade social da empresa segundo a Comisión Europea, é a 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**.

Cabe preguntarse se as empresas **deben limitarse a respectar a lei** ou se, ademais, **deben adoptar unha postura ética e responsable**. A postura clásica é que as empresas deben preocuparse só polo beneficio. Pero a visión da ética dos negocios ou da RSE mostra a ineficiencia e aumento de custes cando hai falta de ética.

A empresa do século pasado debía explicar aos accionistas, clientes e empregados os seus criterios de actuación, as súas prácticas. A actual empresa é moito máis complexa, por iso os criterios deben facerse explícitos tamén aos provedores, as asociacións ecoloxistas, os medios de comunicación, o Estado, etc.; en definitiva, a todos os membros da colectividade na que se insire a empresa.



Os ámbitos de responsabilidade social

- a) **A dimensión interna.** Dentro da empresa, as prácticas responsables no social afectan en primeiro lugar os traballadores e refírense a cuestións como a inversión en recursos humanos, a saúde e a seguridade, e a xestión do cambio.
- b) **A dimensión externa.** Nun mundo caracterizado polos investimentos multinacionais e as cadeas de produción planetarias, a responsabilidade social das empresas debe superar o ámbito interno, estendéndose e inclúe, ademais de aos traballadores e accionistas un amplo abano de interlocutores:
- **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,...

A pesar das observacións anteriores a xeneralización destas prácticas está moi lonxe de ser unha realidade en todos os países e empresas.

"A obriga do empresario é facer diñeiro". Esta famosa frase de Milton Friedman (1912) é utilizada polos economistas liberais para opoñerse ás prácticas próximas á RSE. Defenden a voluntariedade da RSE argumentando que os empresarios só realizarán este tipo de medidas se consideran que pode achegar diñeiro ao seu negocio. De non ser así, son incrementos de custos e perda de competitividade. Dende este punto de vista a RSE depende do estado: é o que ten que delimitar as normas que se aplican e a empresa debe limitarse a respectar esas normas.

LECTURA: A XESTIÓN DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EN INDITEX

Datos de partida: Inditex crea no ano 2001 o departamento de Responsabilidade Social Corporativa, cuxa actividade se centra nas áreas de responsabilidade social e ambiental. Poucos meses despois creouse o Código de Conduta interno. Este Código proxéctase sobre os seguintes ámbitos:

- **Empregados.** Establécese a prohibición de empregar persoas que non contasen coa idade legal de traballar. Prohibiuse toda discriminación por razón de raza, minusvalía, sexo, relixión, idade ou nacionalidade. Garantíronse os dereitos individuais e colectivos en materia de salario, condicións de traballo e sindicación.
- **Socios.** Inditex asegurou que todos os seus socios de negocio cumprían os requisitos anteriores.
- **Provedores.** Os fabricantes e talleres externos a Inditex están obrigados a cumprir as condicións antes expostas, poñendo especial énfase nas políticas retributivas e de contratación, saúde, menores e medioambiente. Así mesmo se comprometen a permitir a Inditex, ou a terceiros autorizados, realizar calquera comprobación para verificar o seu cumprimento.
- **Sociedade.** Inditex comprométese a colaborar coas comunidades locais, nacionais e internacionais nas que teñen o seu negocio.

8.3. O balance social: concepto, obxectivo e indicadores.

Cada vez hai maior conciencia da importancia da relación da empresa co seu contorno. O balance social da empresa é **un 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.).

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

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

8.4. Externalidades da produción: concepto, distinción entre custo privado e social, exemplos de externalidades positivas e negativas.

Unha externalidade prodúcese sempre que un axente económico (consumidor ou empresa) realice unha actividade que afecta ao benestar doutros que non participan nesta, sen pagar nin recibir compensación por iso.

Cando o consumo ou a produción teñen efectos máis alá do que esa persoa consume ou produce, xera **externalidades**. A existencia de externalidades impide que a asignación que proporcionan os mercados sexa eficiente dende o punto de vista da sociedade considerada como un todo: por iso as externalidades son un **fallo do mercado**.

Clases de externalidades, hai catro posibles tipos de externalidades

- ⇒ Segundo a actividade que as produza:
 - De consumo
 - De produción
- ⇒ Segundo o signo do efecto:
 - Positiva: Os individuos ou a sociedade gozan de utilidades ou beneficios adicionais.
 - Negativa: Os individuos ou a sociedade sofren duns custos adicionais.

Exemplos de clases de externalidades

	Positiva	Negativa
De consumo	Vacinación: se eu me vacino contra a gripe, todos cos que me relaciono se benefician.	Botellón: a sucidade e o ruído molestan aos demais.
De produción	Apicultor que produce mel e as súas abellas axudan a polinizar as árbores froiteiras do veciño.	Ríos e lagos contaminados polos residuos das fábricas contaminantes.

Consecuencias das externalidades. Custo privado e custo social

Cando unha empresa produce un ben ou presta un servizo usa factores produtivos que lle supoñen uns custos, chamados *custos internos* ou **custos privados**. Por exemplo, materias primas, traballo, capital,...

En ocasións 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 e non recaen sobre a empresa senón sobre toda a sociedade. Son exemplos a contaminación da auga, a acústica, ...

¿Que significa "social" neste contexto? Significa que é un custe que asume toda a sociedade e non recae sobre a empresa nin sobre o consumidor do ben.

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

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

Solucións ás externalidades. Algúns exemplos:

- ✓ Un agricultor de árbores froiteiros e un apicultor únense nunha empresa conxunta.
- ✓ As leis de defensa da competencia permiten que as asociacións de consumidores comparezan como parte implicada nun conflito de consumo.
- ✓ Fixación do máximo de CO₂ que unha empresa pode emitir.
- ✓ Cotas de pesca.
- ✓ Impostos Pigouvianos. Imposto que fai que o custo privado se iguale ao custo social. Dobre vantaxe: redución da contaminación (ou, en xeral a externalidade) e recadación impositiva. O imposto sobre a gasolina ou o imposto sobre as bolsas de plástico.
- ✓ Ofrécese unha subvención ao causante do dano para que cubra os custos de adoptar unha tecnoloxía (ou un comportamento) menos contaminante. Subvención de enerxías renovables.
- ✓ Dereitos de emisión de CO₂ na UE e España. Determinouse a máxima cantidade de CO₂ por país de acordo con Kioto. Logo cada país distribúe a súa cota e as empresas poden negociar a súa venda e compra.

9. Tipos de empresa e criterios de clasificación: participación do Estado na propiedade, Tamaño, Actividade, Tipo de mercado, sector de actividade.

Polas características en que nos fixemos, as empresas pódense clasificar de distintas formas:

Segundo o seu tamaño ou dimensión:

Ao non existir un criterio único que clasifique a dimensión ou o tamaño das empresas, se utilizan os seguintes indicadores: o *volumen de vendas*, o *tamaño do capital* e o *número de traballadores*.

Por exemplo, segundo o criterio do número de traballadores, distínguese entre:

- Empresas **pequenas** con menos de 50 traballadores. (De 0 a 9 traballadores é microempresa).
- Empresas **medianas** entre 50 e 250 traballadores.
- Empresas **grandes** con máis de 250 traballadores.

Segundo o sector de actividade

Segundo o sector de actividade que desempeñan, as empresas poden pertencer a un dos tres sectores produtivos seguintes:

Empresas do sector **primario**. Son as que extraen as materias primas que nos ofrece a natureza: empresas agrícolas, gandeiras, pesqueiras, mineiras e forestais.

Empresas do sector **secundario**. Son as que transforman as materias primas en produtos elaborados: Produtoras de enerxía, construtoras e industriais (técnico, naval, siderometalúrxica, etc.).

Empresas do sector **terciario**. Son as empresas de servizos: comerciais (compravenda de bens), de transporte, ensino, sanidade, espectáculos, comunicación, ... e as financeiras (bancos, aseguradoras...).

Segundo a propiedade do capital.

En función dos que sexan os propietarios as empresas poden ser:

Privadas, cando a propiedade e control atopan en mans de particulares, por exemplo, Inditex

Públicas, o capital e o control pertence ás institucións da Administración pública, por exemplo, Correos.

Mixta, caracterízanse por que a súa propiedade está compartida, o capital procede tanto de achegas públicas como privadas, por exemplo, Turgalicia.

Segundo o ámbito xeográfico.

Locais: realizan a súa actividade dentro dunha localidade.

Rexionais: o seu marco de actuación circunscríbese á rexión ou comunidade autónoma.

Nacionais: operan dentro do ámbito estatal.

Multinacional: superan os límites xeográficos xurisdicionais dunha nación e estenden as súas actividades en dous ou máis países.

Segundo a súa forma xurídica

Empresa individual, cando ten un solo propietario, é dicir, o dono da empresa é unha **persoa física**, por exemplo unha pastelería onde o empresario é a mesma persoa que puxo o capital.

Empresa societaria ou sociedade, cando ten diversos propietarios que, mediante un contrato, se obrigan a poñer en común capital ou traballo, ou ambas as dúas cousas, para realizar unha actividade empresarial. O contrato dá lugar ao nacemento dunha **persoa xurídica** nova e distinta das persoas físicas que compoñen a sociedade, por exemplo, Iberia, BBVA.

Esta clasificación detallarase máis no tema seguinte.