



Proyecto/Guía docente de la asignatura EMPRESA Y SOCIEDAD

Asignatura	Empresa y sociedad		
Materia	Finanzas		
Módulo			
Titulación	Máster Universitario en Administración de Empresas (MBA)		
Plan	620	Código	54532
Periodo de impartición	2º Semestre 2021-2022	Tipo/Carácter	OP: optativa
Nivel/Ciclo	Máster	Curso	1º
Créditos ECTS	3		
Lengua en que se imparte	Español		
Profesor/es responsable/s	José Miguel RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ Carmen RODRÍGUEZ SUMAZA Angel Miguel VEGA SANTOS		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	jmrodrig@eco.uva.es ; sumaza@eco.uva.es ; angelmiguel.vega@uva.es		
Departamentos	Sociología y Trabajo Social - Economía Financiera y Contabilidad		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

La asignatura "Economía y Sociedad" está ubicada en el marco de una de las materias del Máster orientadas al análisis de las cuestiones que tienen que ver con el contexto de las empresas, concretamente la materia denominada 'Entorno financiero'. Se trata de ofrecer con esta asignatura un marco de reflexión y análisis crítico que permita entender a las empresas como sistemas abiertos que se ven afectados por las peculiaridades y cambios que existen en el medio social, demográfico, cultural, político, ambiental y económico en el que están ubicadas, a la vez que influyen con sus decisiones y actividades cotidianas en la transformación de su propio entorno. Con estas premisas, un aspecto importante de la relación empresa y sociedad es el ámbito de la responsabilidad social, en el cual se centrará la asignatura, habida cuenta de la importancia que ha adquirido en la actual práctica profesional y la relevancia que las organizaciones le otorgan incluso a la hora de diseñar y ofertar cargos directivos o puestos ejecutivos. Dado su carácter optativo, la asignatura se ofrece en el segundo cuatrimestre del curso.

1.2 Relación con otras materias

La presente asignatura 'Empresa y sociedad', recoge la base de lo que originalmente fue en la formación académica de las escuelas internacionales de negocios la materia denominada *Business and Society*, pero incorpora un enfoque más amplio, para incluir también la perspectiva ética y socialmente responsable en las relaciones y el comportamiento interno de las organizaciones empresariales. Así, por un lado completa la formación académica y profesional que proporcionan las otras asignaturas ubicadas en materias relacionadas con el análisis del entorno; y, por otro, aporta una nueva visión de la formación sobre los distintos aspectos técnicos, contables, financieros, comerciales, de dirección de personas, estratégicos, etc., de la actividad empresarial a los que se presta atención, haciéndolo desde una perspectiva nueva y hoy muy de actualidad hasta en los medios de comunicación o en las asociaciones o colegios profesionales.

1.3 Prerrequisitos

Ninguno

2. Competencias

2.1 Generales

- G1. Liderazgo.
- G2. Aprendizaje continuo.
- G3. Apreciación del entorno.
- G4. Capacidad de pensamiento holístico.
- G6. Habilidades interpersonales.
- G7. Capacidad de comunicación.

2.2 Específicas

- E1. Dominar los conceptos, procesos e instituciones en la producción y comercialización de productos o servicios y en la financiación de las empresas y otras formas organizativas.
- E3. Conocer la teoría de la organización, comportamiento organizativo, gestión de personas y comunicación interpersonal.
- E6. Valorar el impacto del entorno en las organizaciones. En particular, del sistema jurídico, así como los cambios éticos, económicos, tecnológicos, sociales y político-legales.
- E7. Poseer capacidad para responder y gestionar los cambios.
- E8. Estar familiarizado con la política y estrategia de la empresa.
- E9. Fomentar el liderazgo y espíritu emprendedor.
- E10. Adquirir una comprensión de la importancia de la creatividad, la innovación y los negocios en red para la dirección estratégica de las organizaciones.
- E11. Ser capaz de percibir las implicaciones de la globalización y la sostenibilidad para la dirección estratégica de las organizaciones.
- E12. Apreciar la dimensión internacional de los negocios, incluyendo aspectos como el riesgo político, la regionalización, los mercados emergentes o el gobierno global.

3. Objetivos

Se espera que el alumnado sea capaz de:

- Argumentar debidamente la importancia y la necesidad del compromiso ético en las organizaciones en el marco del contexto cultural, social, político y económico en que se ubican.
- Diseñar un proceso de elaboración de un código ético en una empresa a partir del conocimiento de sus elementos clave y las metodologías más habituales.
- Conocer y manejar los fundamentos del enfoque de género para el diseño e implementación de iniciativas de responsabilidad social empresarial.
- Entender la relación existente entre los distintos modelos de empresa y los diversos enfoques de la responsabilidad social empresarial.
- Manejar las principales herramientas aplicadas en la práctica actual para la gestión de esa responsabilidad social, siendo consciente de sus limitaciones.
- Justificar sólidamente las razones éticas, sociopolíticas y económicas para adoptar un modelo avanzado de empresa responsable, así como comprender sus principios básicos, mecanismos institucionales y formas de medir los resultados.



4. Contenidos y/o bloques temáticos

Bloque 1: ENTORNO Y CULTURA ORGANIZACIONAL

Carga de trabajo en créditos ECTS: 1,5

a. Contextualización y justificación

Los contenidos de la asignatura se articulan en torno a dos bloques temáticos. El primero de ellos, con enfoque predominantemente sociológico, se centra en el polémico debate sobre el tipo de organizaciones que actualmente existen y las que realmente se necesitan para que el sistema económico y social mundial sea viable a largo plazo y sostenible. En este contexto, se destacan las iniciativas que ponen en valor los criterios éticos y apuestan por el desarrollo y el compromiso humano y social en sus decisiones y conductas.

b. Objetivos de aprendizaje

Con las actividades formativas previstas para este primer bloque se espera que el alumnado sea capaz de analizar críticamente el lugar social de las organizaciones en el contexto cultural, social, político y económico en que se ubican. Asimismo, se reflexionará sobre la importancia del enfoque de género en el diseño e implementación de iniciativas de responsabilidad social empresarial.

c. Contenidos

- Las razones para la ética empresarial en el contexto de la sociedad global actual.
- Las empresas ante los grandes retos del mundo moderno: el cambio demográfico, la pobreza y la desigualdad, consumo y medio ambiente, etc.
- La responsabilidad social de género.

d. Métodos docentes

Los métodos docentes se especifican en el apartado 5 de este Proyecto / Guía Docente.

e. Plan de trabajo

A lo largo de las diferentes semanas del curso dedicadas a estos temas se combinarán las sesiones de carácter teórico -en las que trabajarán los aspectos teórico – conceptuales más relevantes de la materia- con actividades prácticas de carácter más participativo.

f. Evaluación

El alumnado deberá participar en las actividades formativas programadas, esforzándose en mostrar su capacidad crítica y sus aptitudes para el trabajo tanto individual como en grupo, así como su habilidad para comunicar los resultados. Para más información, consultar el apartado 7 de este Proyecto/Guía Docente.

g Material docente

g.1 Bibliografía básica

- Bauman, Z. (2000). *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. Madrid: Gedisa.



- Balza, V. y Cardona, D.A. (2015). "La responsabilidad social empresarial y la lucha contra la pobreza". *Saber, Ciencia y Libertad*, Vol. 10, nº 1:115-122.
- Chang, H.-J. (2012). *23 cosas que no te cuentan sobre el capitalismo*. Barcelona: Debate.
- García Ferrando, M. (Coord.) (2021) *Pensar nuestra sociedad digital y global. Una invitación a la Sociología*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Gil Calvo, E. (coord.) (2016). *Sociólogos contra el economicismo*. Madrid: Los libros de la Catarata.
- Guilluy, Ch. (2019). *No society. El fin de la clase media occidental*. Barcelona: Taurus.
- Instituto de la Mujer (2011). *Manual para elaborar un plan de igualdad en la empresa. Aspectos básicos*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Kahneman, D. (2012). *Pensar rápido, pensar despacio*. Barcelona: Debate.
- Lucas García, Jezabel; Rodríguez Sumaza, Carmen; Jiménez Aboitiz, Ricardo y Bayón Calvo, Siro (2018) "Escáner socrático violeta. Apuntes para el diagnóstico y la promoción de un cambio organizacional sensible al género". En Rodríguez Sumaza, Carmen y Gómez González, Javier (Coords.) *Tejiendo el futuro de las organizaciones con enfoque de desarrollo organizacional*. Valladolid. Ediciones Universidad de Valladolid, págs. 75-96.
- Minguijón, J. y Pac, D. (Coords.) (2021) *Incertidumbres en tiempos de pandemia. Una mirada hacia el futuro*. Delta Publicaciones.
- Orden, E. y Jiménez, A. (2018). "La empresa ante el reto del envejecimiento". *Harvard Business Review*, nº 277: 24-30.
- Romero, Miguel y Ramiro, Pedro (2012). *Pobreza 2.0: Empresas, estados y ONGD ante la privatización de la cooperación al desarrollo*. Barcelona: Icaria Editorial.
- Sandel, M.J. (2013). *Lo que el dinero no puede comprar. Los límites morales del mercado*. Barcelona: Debate.
- Singer, Peter (2012). "Ética y pobreza". En VVAA. *Valores y ética para el siglo XXI*. Madrid: Fundación BBVA: 275-298.
- Thaler, R. (2016). *Todo lo que he aprendido con la Psicología Económica*. Barcelona: Deusto.
- Valor, Carmen y Merino, Amparo (2008). "Empresa y pobreza. El papel de la responsabilidad social corporativa". En Pindado García, Julio y Payne, Gregory (Coords.). *Estableciendo puentes en una economía global*, Actas del Congreso Nacional de la Asociación Europea de Dirección y Economía de Empresa, Vol. 1, Salamanca.
- Vázquez, Ángel; Urbiola, Alejandra (2014). "El género como una perspectiva para el análisis de las organizaciones". *Iztapalapa, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, nº 77: 159-189.
- Velasco, E. et al. (2015). *La perspectiva de género en las iniciativas de responsabilidad social: la responsabilidad social de género*. Madrid: Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad: Colec. Estudios nº 118.

g.2 Bibliografía complementaria

- Camacho, I.; Fernández, J.L.; González, R. y Miralles, J. (2013). *Ética y responsabilidad empresarial*. Bilbao: Ed. Desclée De Brouwer.
- Cortina Orts, A. (2005). Ética de la empresa, no sólo responsabilidad social. *Revista de empresa: la fuente de ideas del ejecutivo*, Nº 11: 40-49.
- Cortina Orts, A. (Dtora) (1997). *Rentabilidad de la ética para la empresa*. Madrid. Fundación Argentaria.
- Etkin, J. (1997). *La doble moral de las organizaciones. Los sistemas perversos y la corrupción institucional*. Madrid: McGraw Hill.
- Etkin, J. (2009). Bases conceptuales de la gestión socialmente responsable. la superación ética de los criterios pragmáticos y utilitarios en la función directiva. *SaberEs*. Nº 1: 5-21.
- Hartman, L. P.; Desjardins, J. y Espinoza, F.A. (2014). *Ética en los negocios*. México: McGraw-Hill.
- Kumar, Rakhi (2019). "Invested in gender diversity". *Finance & Development*, March: 18-19
- Lozano, J. F. (2011). *Qué es la ética de la empresa*. Barcelona: Ed. Proteus.
- Painter-Morland, Mollie (2012). "Género, liderazgo y organización". En VVAA. *Valores y ética para el siglo XXI*. Madrid: Fundación BBVA. Págs. 475-503.
- Ruggiero, V. (2018). *Los crímenes de la economía. Un análisis criminológico del pensamiento económico*. Madrid: Marcial Pons.
- Sanchez Barricarte, J. J. (2008) *El crecimiento de la población mundial. Implicaciones socioeconómicas, ecológicas y éticas*. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- VVAA (2018) *¿Cómo la Demografía cambiará el mundo?, Nº monográfico de La Vanguardia, Dossier nº 69, Julio-Dic.*



- Walker, A. (2012) *Combating Age Barriers in Employment* - European Research Report. European Foundation for the Improving of Working and Living Conditions.
- Zubero Beascochea, I. (2015). "Superpoblación o sobreconsumo? Malthusianismo práctico, exclusión global y población sobrante". *Scripta Nova*, Vol. XIX, núm. 506.

g.3 Otros recursos telemáticos (píldoras de conocimiento, blogs, videos, revistas digitales, cursos masivos (MOOC), ...)

El profesorado informará para cada tema del empleo de otros posibles recursos telemáticos.

h. Recursos necesarios

- Aula preparada con cañón de proyección y conexión a internet.
- Pizarra.
- Plataforma Moodle del Campus Virtual de la UVa.
- Más todos los recursos tecnológicos necesarios para impartir, en su caso, docencia virtual según el escenario considerado.

i. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
1,5	Ver calendario del Master

Bloque 2: RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Carga de trabajo en créditos ECTS: 1,5

a. Contextualización y justificación

Este segundo bloque intenta abordar con rigor una materia muy de actualidad, la responsabilidad social corporativa, en el marco de sus interrelaciones con los modelos de empresa y de su gobierno. En consecuencia, se va más allá de una exposición puramente descriptiva y limitada al discurso habitual estratégico-instrumental presente en los medios de comunicación, o en las declaraciones de los consabidos líderes de opinión promotores de "modas" para fomentar una buena imagen comercial y potenciar la reputación de las compañías. El propósito es perfilar unos fundamentos sólidos para entender el núcleo conceptual, el contenido básico y de desarrollo de esas materias en una organización. Y hacerlo desde un enfoque avanzado o intrínseco, en gran medida derivado del propio análisis económico y la teoría del *management*. Así el aprendizaje será más útil a largo plazo para la trayectoria profesional de un economista de empresa, a la vez que puede proporcionar unas mejores pautas de reflexión crítica para cualquier ciudadano.

b. Objetivos de aprendizaje

Con las actividades formativas previstas para este segundo bloque se espera, ante todo, que el alumnado sea capaz de entender la relación existente entre los distintos modelos de empresa y los diversos enfoques de la responsabilidad social empresarial. Dentro de estos últimos, el enfoque más habitual en la práctica actual es el denominado estratégico-instrumental, de modo que ha de aprenderse a manejar sus principales herramientas de gestión, resaltando a la vez sus limitaciones. Finalmente, debe comprenderse y saber justificar sólidamente las razones éticas, sociopolíticas y económicas para adoptar un modelo avanzado de empresa responsable, así como conocer sus principios básicos, mecanismos institucionales y formas de medir los resultados.



c. Contenidos

- Modelos de economía, de empresa y de gobierno corporativo: interrelaciones.
- Responsabilidad social empresarial: los diversos enfoques y sus limitaciones.
- Responsabilidad social estratégica o instrumental: análisis y reflexión crítica.
- Herramientas habituales para la gestión de la responsabilidad social empresarial.
- Gestión de la responsabilidad social en las algunas áreas especializadas.
- Hacia un modelo avanzado de responsabilidad social empresarial: argumentos, articulación de un gobierno corporativo global o ampliado y nuevas formas de evaluación de los resultados.

d. Métodos docentes

Los métodos docentes se especifican en el apartado 5 de este Proyecto / Guía Docente.

e. Plan de trabajo

A lo largo de las diferentes semanas del curso dedicadas a estos temas se combinarán las sesiones de carácter teórico -en las que trabajarán los aspectos teórico – conceptuales más relevantes de la materia- con actividades prácticas de carácter más participativo.

f. Evaluación

El alumnado deberá participar en las actividades formativas programadas, esforzándose en mostrar su capacidad crítica y sus aptitudes para el trabajo tanto individual como en grupo, así como su habilidad para comunicar los resultados. Para más información, consultar el apartado 7 de este Proyecto/Guía Docente.

g Material docente

g.1 Bibliografía básica

- García, J.; Palacios, B. y Espasandín, B. (2014). *Manual práctico de responsabilidad social corporativa*. Madrid: Pirámide.
- Moreno, A.; Uriarte, L.M. y Topa, G. (2010). *La responsabilidad social empresarial: oportunidades estratégicas, organizativas y de recursos humanos*. Madrid: Pirámide.
- Navarro García, F. (2012). *Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica*. Madrid: Esic.
- Olcese, A.; Rodríguez, M.A. y Alfaro, J. (2008). *Manual de la empresa responsable y sostenible*. Madrid: McGraw-Hill.
- Raufflet, E.; Lozano, J.L.; Barrera, E. y García, C. (2012). *Responsabilidad social empresarial*. México: Pearson.
- Rivera Lirio, J.M. (coord.) (2010). *Gestión de la RSC*. La Coruña: Netbiblo.
- Rodríguez Fernández, J.M. (2003). *El gobierno de la empresa: un enfoque alternativo*. Madrid: Akal.
- Rodríguez Fernández, J.M., Melle Hernández, M. y Sastre Centeno, J.M. (2007). *Gobierno y responsabilidad social de la empresa*. Madrid: AECA, Colección Documentos. Disponible en: <http://www.aeca.es/tienda/rs4>
- Rodríguez Fernández, J.M. (coord.) (2019): "Repensar la empresa", número semimonográfico, *Revista de Economía Crítica*, núm. 28. Disponible en: <https://n9.cl/b7rui>
- Salas Fumás, V. (2002). *El gobierno de la empresa*. Barcelona: La Caixa.
- Ruggiero, V. (2018). *Los crímenes de la economía. Un análisis criminológico del pensamiento económico*. Madrid: Marcial Pons.
- Velasco, E. et al. (2015). *La perspectiva de género en las iniciativas de responsabilidad social: la responsabilidad social de género*. Madrid: Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad: Colec. Estudios nº 118.
- Tirole, J. (2017). *La economía del bien común*. Barcelona: Taurus.



g.2 Bibliografía complementaria

- Ancos, H. (coord.) (2011): *Negocios inclusivos y empleo en la base de la pirámide*, Madrid: Editorial Complutense.
- Belz, F.M.; Peattie, K. y Galí, G.M. (2013): *Marketing de sostenibilidad: una perspectiva global*. Barcelona: Profit.
- Bengoechea Morancho, A. (coord.) (2010): *Dimensión medioambiental de la RSC*. La Coruña: Netbiblo.
- Bommier, S. y Renouard, C. (2018): *L'entreprise comme commun: au-delà de la RSE*. París: Éditions Charles Léopold Mayer.
- Epstein, M.J. (2014): *Making sustainability work*. Sheffield: Greenleaf, Sheffield, 2ª ed.
- Fernández de Tejada Muñoz, V. (2010): *Derechos humanos y relaciones laborales*. La Coruña: Netbiblo.
- Fernández Izquierdo, M.A. (coord.) (2010): *Finanzas sostenibles*. La Coruña: Netbiblo.
- Fleming, P. y Jones, M. (2013): *The end of corporate social responsibility*. London: Sage.
- Freeman, R.E., Harrison, J.S. y Wicks, A.C. (2007): *Managing for stakeholders*. New Haven: Yale University Press.
- Freeman, R.E; Harrison, J.; Wicks, A.; Parmar, B. y Colle, S. de (2010): *Stakeholder theory: The state of the art*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gardetti, M.A. (comp.) (2009): *Textos sobre la base de la pirámide: hacia la co-creación de valor y desarrollo*. Buenos Aires: Dunken.
- Guibert Ucin, J.M. (coord.) (2009): *Competitividad y casos de buenas prácticas en pymes*. San Sebastián: Universidad de Deusto.
- Hopkins, M. (2016): *CSR and sustainability: from the margins to the mainstream*. Sheffield: Greenleaf.
- Moreno, J.A. (ed.) (2014): *RSC: para superar la retórica*. Madrid: Economistas sin Fronteras, dossier nº 14. <http://www.ecosfron.org/portfolio/dossier-no14-rsc-para-superar-la-retorica>
- Narrillos Roux, H. (2012): *Economía social: valoración y medición de la inversión social (método SROI)*. Madrid: Ecobook.
- Posner, E. y Weyl, E. (2018): *Radical markets: uprooting capitalism and democracy for a just society*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Pucheta Martínez, M.C. (coord.) (2010): *Información y comunicación de la RSC*. La Coruña: Netbiblo.
- Roger, B. (ed.) (2019): *L'entreprise, formes de la propriété et responsabilités sociales*. París: Parole et Silence, 2ª ed.
- Saavedra Robledo, I. (coord.) (2010): *Introducción a la sostenibilidad y la RSC*. La Coruña: Netbiblo.
- Segrestin, B y Hatchuel, A. (2012): *Refonder l'entreprise*. París: Seuil.
- Valdés Alonso, A. (2013): *Responsabilidad social de la empresa y relaciones laborales*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Valor Martínez, C. (2010): *Relaciones con la sociedad*. La Coruña: Netbiblo.
- Velasco, R. (2013): *Las cloacas de la economía*. Madrid: La Catarata, 2ª ed.
- Turker, D. (2018): *Managing social responsibility: functional strategies, decisions and practices*. Cham (Suiza): Springer International.
- Tirole, J. (2017): *La economía del bien común*. Barcelona: Taurus.

g.3 Otros recursos telemáticos (píldoras de conocimiento, blogs, videos, revistas digitales, cursos masivos (MOOC), ...)

El profesorado informará para cada tema del empleo de otros posibles recursos telemáticos.

h. Recursos necesarios

- Aula preparada con cañón de proyección y conexión a internet.
- Pizarra.
- Plataforma Moodle del Campus Virtual de la UVa.
- Más todos los recursos tecnológicos necesarios para impartir, en su caso, docencia virtual según el escenario considerado.

i. Temporalización

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
1,5	Ver calendario del Master

5. Métodos docentes y principios metodológicos

Se emplearán principalmente los siguientes **métodos docentes**:

- Clases magistrales sobre contenidos teóricos.
- Actividades prácticas a partir de lecturas, textos, bases de datos, vídeos, etc.
- Trabajo individual y trabajo en grupo dentro y fuera del aula; exposiciones orales por parte de los/as estudiantes.

Los principales **principios metodológicos** considerados para orientar el proceso de enseñanza aprendizaje de esta asignatura son los siguientes:

- Adquisición de aprendizajes significativos
- Perspectiva crítica
- Enfoque globalizador
- Potenciación de la metodología investigadora
- Combinación del aprendizaje teórico con el abordaje de análisis prácticos
- Fomento del trabajo individual y del trabajo colaborativo
- Fomento de la implicación del alumnado en el proceso de aprendizaje

6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES o PRESENCIALES A DISTANCIA ⁽¹⁾	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teóricas	15	Estudio o trabajo autónomo individual	15
Clases prácticas	15	Estudio o trabajo autónomo grupal	30
Total presencial (40%)	30	Total no presencial (60%)	45
TOTAL presencial + no presencial			75

(1) Actividad presencial a distancia es cuando un grupo sigue una videoconferencia de forma síncrona a la clase impartida por el profesor.

7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Evaluación continua basada en la participación activa en las actividades presenciales programadas individuales y/o grupales (discusión de casos, resolución de problemas, análisis de textos, etc.)	10%	El alumnado deberá haber estado presente en al menos el 75% de las clases impartidas.
Pruebas escritas individuales	30%	Habrà una prueba escrita al final de cada bloque temático
Trabajo final individual o en pequeño grupo	60%	



CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria:**
 - el sistema de evaluación de la asignatura contempla la participación activa y continuada de los estudiantes en las actividades que se planteen en el aula y la realización de trabajos individuales y/o en pequeño grupo dentro y fuera del aula, así como la realización de una prueba final escrita sobre los contenidos teórico-prácticos del programa.
- **Convocatoria extraordinaria:**
 - examen final (100% de la calificación).

8. Consideraciones finales

La modalidad de docencia –presencial o bimodal- dependerá de la situación sanitaria vigente.

