

TEMA 1 - LA EMPRESA

Introducción: [Cuestiones previas a la introducción del concepto de empresa](#)
[De "Economía - 1º Bachillerato" a "Economía de la Empresa - 2º Bachillerato"](#)

1.1. [Concepto de empresa: factores de producción \(inputs\), producto \(output\) y valor añadido. La creación de valor.](#)

[Actividad propuesta: las empresas de tu entorno.](#)

1.2. Elementos, funciones y objetivos. Funcionamiento global de la empresa. La cadena de valor.

1.2.1. [Los elementos de la empresa](#)

1.2.2. [Las funciones de la empresa](#)

1.2.3. [Los objetivos de la empresa](#)

1.2.4. [Funcionamiento global de la empresa](#)

1.2.5. [La cadena de valor](#)

1.3. [Visiones del papel del empresario en el pensamiento económico: Adam Smith, Knight, Schumpeter y Galbraith.](#)

1.4. [Tipos de empresa y criterios de clasificación: participación del Estado en la propiedad, Tamaño, Actividad y Tipo de Mercado.](#)

1.5. El entorno de la empresa: general y específico. Esquema de las cinco fuerzas competitivas de PORTER. Análisis DAFO.

1.5.1. [El entorno general de la empresa](#)

1.5.2. [El entorno específico de la empresa](#)

1.5.3. [El análisis DAFO](#)

1.6. La responsabilidad social de la empresa (trabajadores, sociedad, consumidores y medioambiente). Externalidades: concepto y ejemplos de externalidades positivas y negativas.

1.6.1. [La responsabilidad social de la empresa \(trabajadores, sociedad, consumidores y medioambiente\).](#)

1.6.2. [Externalidades: concepto y ejemplos de externalidades positivas y negativas.](#)

1.7. Principales formas jurídicas de la empresa: Empresario individual, Sociedad Anónima, Sociedad de Responsabilidad Limitada, Sociedad Limitada Nueva Empresa, Sociedades Laborales, Sociedad Cooperativa.

1.7.1. [Tipos de empresa en función de su personalidad jurídica](#)

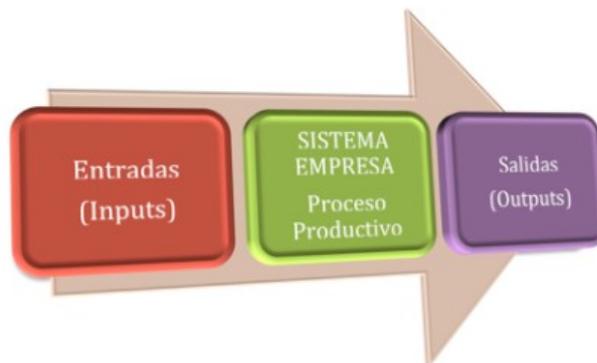
1.7.2. [El empresario individual](#)

1.7.3. [Sociedad de Responsabilidad Limitada y SLNE](#)

1.7.4. [Sociedad Anónima \(aquí\) y \(aquí\)](#)

1.7.5. [Sociedades Laborales](#)

1.7.6. [Sociedades Cooperativas](#)



Cuestiones previas para introducir el concepto de empresa

a) Cita tres ejemplos de empresas de tu entorno. ¿A qué se dedica cada una de ellas?

b) ¿Todas las empresas son grandes o las hay también pequeñas? ¿Serías capaz de nombrar una empresa pequeña?

c) ¿Por qué crees que son necesarias las empresas?

d) ¿De quién o quiénes son las empresas?

- e) ¿Qué diferencia hay entre el trabajo por cuenta propia y por cuenta ajena?
- f) ¿Por qué se dice que las empresas actúan bajo condiciones de riesgo?
- g) ¿Por qué crees que una persona crea una empresa?
- h) ¿Se puede considerar a un artesano que vive de la venta de sus productos como una empresa?
- i) ¿Los empresarios solo buscan obtener beneficios?
- j) ¿Qué diferencia hay entre una empresa privada y una pública?
- k) Las empresas privadas, ¿funcionan mejor que las públicas?

Se dice que las empresas son muy importantes por diferentes aspectos. Contesta las preguntas correspondientes:

- a) La necesidad de organizar los factores productivos. ¿Cuáles son los factores productivos básicos?
- b) Aprovechar las economías de escala. A medida que se producen más unidades de producto éstos tienen un coste unitario más bajo. ¿Por qué Inditex puede vender camisetas mucho más baratas que otras empresas?
- c) Reunir los enormes recursos que exigen algunos tipos de producción. Piensa en una empresa como Apple, ¿a cuántas personas pertenece? ¿por qué no pertenecerá a una sola persona?
- d) Producción de bienes y servicios para satisfacer las necesidades de los consumidores. Si no hubiera empresas, ¿cómo podrías disponer del teléfono móvil que tienes? Piensa en algunos bienes o servicios que sí podrías producir tú y otros que no.
- e) Crear puestos de trabajo. Las empresas crean puestos de trabajo, cuantas más empresas mejor. ¿Qué empresas crean más puestos de trabajo, las grandes o las PYMES?
- f) Innovar, crear nuevos productos y servicios. Las empresas están continuamente creando nuevos productos y servicios. Piensa en algún producto o servicio de reciente creación o especialmente novedoso.

Noticia relacionada: [Pescanova quiere convertir a Galicia en referente mundial en I+D en acuicultura](#)

¿Qué es una empresa?

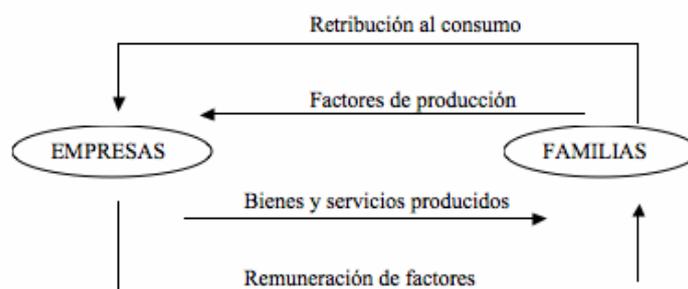


Introducción: De “Economía – 1º Bachillerato” a “Economía de la Empresa – 2º Bachillerato”

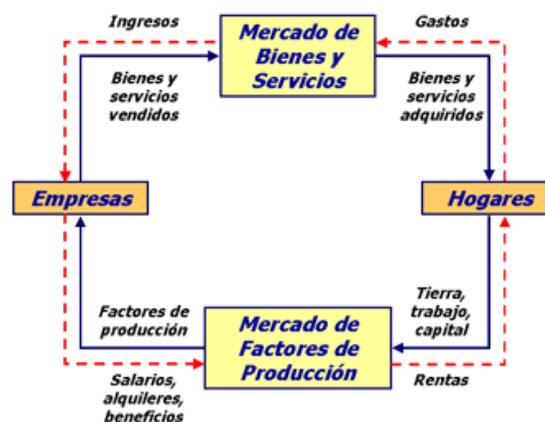
“La economía es la ciencia que estudia la satisfacción de las necesidades humanas (que son ilimitadas) a través de una serie de recursos escasos que son susceptibles de usos alternativos.”

La clave está en que las necesidades de las personas son ilimitadas mientras que los recursos existentes para satisfacerlas son escasos y limitados. Este es el punto de partida de la empresa como unidad de producción, ya que el objetivo de un proceso productivo es poner a disposición de los ciudadanos los bienes y servicios necesarios para satisfacer sus necesidades.

Para que la empresa consiga su objetivo de producción tienen que existir una serie de relaciones tanto dentro como fuera de ella: una de las relaciones más importantes es con las familias, que tienen básicamente la función de consumo, aunque también aportan factores de producción para la empresa. La relación puede definirse del siguiente modo:



Como veíamos, el flujo circular de la economía (aquí) nos muestra estas relaciones entre familias y empresas.



Por tanto, el consumo y la producción son dos actividades claves en las relaciones de intercambio del sistema económico. La mayoría de los bienes y servicios que consumimos han sido producidos por una empresa (bien sea pública o privada), por ello consideramos a la empresa como la unidad de producción que organiza los factores y posibilita que los bienes y servicios lleguen al consumidor.

Para acabar de enlazar los contenidos de “Economía” con los de “Economía de la Empresa”, recordemos en qué sentido hablábamos de empresa al impartir los contenidos de "Economía" ...

La organización de la producción. La empresa

Las empresas son necesarias fundamentalmente por:

- a) La necesidad de organizar los factores productivos.
- b) Aprovechar las economías de escala y la especialización. Existen economías de escala cuando el coste de producción por unidad de producto disminuye a medida que aumenta el volumen de producción.
- c) Reunir los enormes recursos que exigen algunos tipos de producción.

Podemos también recordar el vídeo propuesto para introducir el concepto de empresa:

Ikea, ¿cómo lo hacen?



1.1. Concepto de empresa: factores de producción (inputs), producto (output) y valor añadido. La creación de valor.

Podríamos definir el concepto de empresa desde diferentes puntos de vista. Ahí os dejo algunas de las definiciones que he encontrado:

“Conjunto de elementos organizados y coordinados por la dirección, orientados a la obtención de una serie de objetivos, actuando siempre bajo condiciones de riesgo.”



“Una empresa es una unidad productiva dedicada y agrupada para desarrollar una actividad económica y tienen ánimo de lucro”

“Se considerará empresa toda entidad, independientemente de su forma jurídica, que ejerza una actividad económica. En particular, se considerarán empresas las entidades que ejerzan una actividad artesanal u otras actividades a título individual o familiar, las sociedades de personas y las asociaciones que ejerzan una actividad económica de forma regular.”

“Una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital).”

Cada una de las anteriores definiciones hace hincapié en diferentes aspectos, lo que da idea de la diferencia que puede haber entre distintas empresas. ¿Cuál crees que podríamos destacar de cada una de ellas?

Pasemos a analizar ahora diferentes aspectos característicos de las empresas que nos ayudarán a profundizar un poco más en su conceptualización.

Factores productivos: inputs y outputs

La empresa para poder desarrollar su actividad necesita de una serie de factores productivos que, una vez sometidos al proceso productivo, aumentan de valor obteniendo el producto (o servicio) final destinado a la venta.

A los factores productivos necesarios para poder desarrollar el proceso productivo se les denomina **inputs**, mientras que al producto obtenido se le denomina **output**. Uno de los objetivos básicos de la empresa es organizar el proceso productivo de manera que el incremento del valor de los inputs sea el mayor posible, para ello debemos fijarnos en el concepto de valor añadido.

El valor añadido

El Valor Añadido es la diferencia entre el valor de las ventas de una empresa (outputs) y los factores productivos necesarios para su obtención (inputs). Veremos al estudiar los elementos de la empresa los diferentes inputs de la empresa.

La creación de valor

Uno de los objetivos de la empresa es crear valor añadido, es decir, a través de la organización de la actividad empresarial, a medida que se va desarrollando el proceso productivo, a los inputs de la empresa se le va añadiendo valor y, a través de la venta de los productos (o servicios) terminados, poder recuperar el dinero suficiente para poder pagar los inputs, además de obtener un beneficio.

Por tanto, uno de los objetivos básicos de la empresa es la optimización de la cadena de valor, es decir, aumentar al máximo el valor añadido a los inputs y, para ello, el empresario debe desagregar toda su actividad global en diferentes partes o áreas.

Actividad propuesta: Las empresas de tu entorno ([enlace](#))

Utilizando algún buscador online, localiza las empresas más importantes de tu localidad. Para ello podemos indicar en el buscador: “empresas tulocalidad”, probablemente nos saldrán los resultados de “guiaempresas.universia” y “einforma”. Por ejemplo, si estamos buscando empresas de O Grove (Pontevedra), podríamos utilizar los siguientes:



[Listado de empresas en Grove \(O\) – Universia](#)

[Listado de empresas en O Grove – einforma](#)

SE

PIDE:

1. Selecciona una de las anteriores empresas y aporta la mayor cantidad de información posible de la misma:

- Nombre
- Objeto social
- Dirección
- Otra información relevante: en este caso debes buscar la máxima información posible y presentarla de forma ordenada.

Elabora toda la información en un documento que servirá para presentar en clase (duración máxima de la presentación: 2 minutos). Es necesario aportar imágenes, la web en caso de tenerla, etc. Podrás utilizar todos los medios audiovisuales que precises (vídeo, eslogan publicitario, ...).

2. En el mismo documento, que será entregado, debes indicar al menos las cinco empresas más cercanas a tu domicilio. Indica: nombre de la empresa, actividad a la que se dedica y dirección.

1.2. Elementos, funciones y objetivos. Funcionamiento global y áreas de actividad. La cadena de valor.

1.2.1. Los elementos de la empresa

La empresa, para poder desarrollar su actividad, necesita multitud de elementos que, organizados y coordinados debidamente, permite alcanza el objetivo para el cual ha sido creada. Podemos encontrarnos con los siguientes elementos o inputs necesarios.

ELEMENTOS DE LA EMPRESA

- 1.- Humanos
- 2.- Materiales (fijo y circulante) – (tangible e intangible)
- 3.- Financieros (D-M-D)
- 4.- Organizativos
- 5.- Entorno (general y específico)

Elementos Humanos

Incluye desde los propietarios de la empresa, empresarios o directivos y trabajadores. Además también es necesaria la existencia de otros factores humanos como son los proveedores, los clientes, asesores legales y financieros, etc.

Elementos

Materiales

Elementos materiales o bienes económicos de la empresa. La empresa necesita materias primas, maquinaria, determinadas instalaciones, elementos de transporte, tecnología, etc. Ya que son muy

diferentes estos elementos vamos a realizar una clasificación entre elementos materiales de capital fijo y circulante, así como elementos materiales tangibles e intangibles:

Los elementos materiales **de capital fijo** son aquellos que van a permanecer en la empresa más de un ejercicio económico (generalmente un año), y por lo tanto va a tardarse más tiempo en recuperar la inversión realizada en su adquisición. Los **de capital circulante** (que están entrando y saliendo continuamente, de ahí el nombre de circulante, porque circulan continuamente) serán aquellos que se renuevan varias veces en cada ejercicio o, por lo menos, permanecen en la empresa menos de un ejercicio económico, es decir, el capital invertido en los mismos se recupera dentro del ejercicio económico.

Pregunta 1: Pon dos ejemplos de elementos de materiales de capital fijo y dos de capital circulante e indica cuanto tiempo crees que se tarda en recuperar la inversión realizada en cada uno de ellos.

Elementos materiales **tangibles**, es decir, aquellos que se pueden tocar y ver como un ordenador, una máquina, etc. y los **intangibles**, como los programas del ordenador, el “know how”, la tecnología, etc.

Pregunta 2: Identifica como tangible o intangible en hardware y el software. Pon un ejemplo de aplicación del “know how” y una industria en la que sea muy importante el factor tecnológico.

Elementos Financieros

El dinero necesario para adquirir los diferentes inputs, que serán transformados en mercancías (o servicios), y éstos a su vez, en dinero. Es el ciclo denominado DINERO-MERCANCÍA-DINERO. Estos fondos pueden proceder de financiación propia y ajena, como veremos en posteriores unidades.

Pregunta 3: Una empresa, en el momento de su constitución, ¿cómo puede reunir el dinero necesario para comenzar su actividad?, ¿para qué quiere el dinero?, ¿en qué se gastará o invertirá en primer lugar estos fondos?

Elementos Organizativos

Compuestos por una serie de relaciones de jerarquía, coordinación y comunicación, que debe permitir desarrollar la actividad global de la empresa de manera óptima. Es decir, la organización de la empresa.

El Entorno

El entorno o marco externo que rodea a la empresa. La empresa se ve influenciada por multitud de factores que, en principio parece que no son propios. Debemos diferenciar el entorno general del específico.

- **Entorno general:** formado por aquellas circunstancias que afectan a todas las empresas en general, como son aspectos culturales, tecnológicos, políticos, legales, demográficos, económicos, etc.

- **Entorno específico:** aquel que afecta de manera más directa a una empresa concreta, como son los proveedores, clientes, competencia, legislación particular sobre su actividad, etc.

1.2.2. Las funciones de la empresa

Como veíamos, las empresas son necesarias para organizar los factores de producción (inputs) que, tras el proceso productivo y como consecuencia de crear o aumentar el valor de los mismos, se obtiene un output. Además, decíamos que la empresa asume riesgos y, finalmente, podríamos destacar la función de la empresa como generadora de riqueza y creadora de empleo.

FUNCIONES DE LA EMPRESA

Dirigir y coordinar factores de producción
Crear o aumentar la utilidad de los bienes
Asumir riesgos
Crear riqueza y generar empleo

Las empresas desarrollan principalmente las siguientes funciones en la sociedad:

Dirigir y coordinar los factores de producción

La empresa para poder desarrollar su actividad necesita de una serie de factores productivos o inputs que, una vez organizados y coordinados, obtiene el producto final (output).

Crean o aumentan la utilidad de los bienes

Decíamos que los ciudadanos tienen unas determinadas necesidades, entonces las empresas crean o aumentan utilidad de los bienes al transformarlos. Una plantación de algodón no tendría ninguna utilidad sin llevar a cabo el proceso productivo: desmotado (separar la fibra de la vaina), hilado y tejido.

Ejemplo: vídeo del proceso productivo del aceite de oliva



Asumen riesgos

Las empresas asumen unos riesgos que otros agentes de la economía no están dispuestos a asumir. La empresa, para poder desarrollar su actividad, debe realizar una serie de inversiones que espera recuperar a través de la venta de sus productos o servicios, entonces está incurriendo en un riesgo ya que puede no vender los productos elaborados o tener que venderlos a un precio inferior a su coste, con la consiguiente pérdida.

Crean riqueza y generan empleo

Dado que la empresa aumenta el valor de los inputs, este aumento del valor lo distribuye generando riqueza, que es repartida de forma diferente dependiendo del tipo de empresa, pero en general remunerando a sus propietarios, retribuyendo a sus trabajadores y pagando impuestos. Las empresas también generan empleo, constituyendo esta una de las principales funciones.

1.2..3. Los objetivos de la empresa

En función del tipo de empresa, ésta tendrá diferentes objetivos, entre los cuales podemos destacar:



Maximización del beneficio

Uno de los objetivos tradicionales de las empresas es la maximización del beneficio, aunque éste no tiene por que ser siempre económico, sino que puede ser social. Tampoco tiene por que ser un beneficio a corto plazo sino que la empresa puede marcarse como objetivo la maximización del beneficio a largo plazo.

La maximización del beneficio económico, entendido este como la búsqueda de la máxima rentabilidad sobre el capital invertido, podemos calcularlo como:

$$\text{Rentabilidad} = \text{Beneficio} / \text{Capital Invertido}$$

Si bien, este puede ser para muchas empresas el objetivo básico, dependiendo de la coyuntura, de la situación económica, de la evolución del sector donde se encuentra la empresa, podemos citar otros posibles objetivos de la empresa:

Crecimiento y poder en el mercado

Para así asegurar futuros y mayores beneficios. Las empresas en el momento de su creación, buscan hacerse un sitio en el mercado para así lograr reducir costes, asegurarse unas ventas, adquirir ventajas competitivas, para así asegurar su futuro.

Estabilidad y adaptabilidad al entorno

Frente a situaciones económicas o sectoriales cambiantes, las empresas pueden marcarse como objetivo simplemente mantenerse en el mercado, o bien, adaptarse a las condiciones cambiantes del entorno para conseguir supervivir en el futuro. Esto lo puede hacer hasta renunciando a un beneficio a corto plazo.

Responsabilidad social y ambiental

Cada vez está más presente en las empresas una conciencia de responsabilidad social y ética hacia los colectivos que la integran (empleados, clientes, proveedores) y hacia la sociedad y el medio ambiente en el que desarrollan su actividad.

Ejemplo: La estrategia de Mercadona. El siguiente artículo, pone de manifiesto todos y cada uno de los objetivos indicados anteriormente. Identifica cada uno de ellos en el mismo:

[“Una mancha de aceite llamada Mercadona”](#) – Cinco Días (4/01/2013)



1.2.4. Funcionamiento global de la empresa

Para hablar del funcionamiento global de la empresa, debemos considerar la empresa como un sistema, es decir, como un conjunto de elementos relacionados entre si y con el sistema económico global.

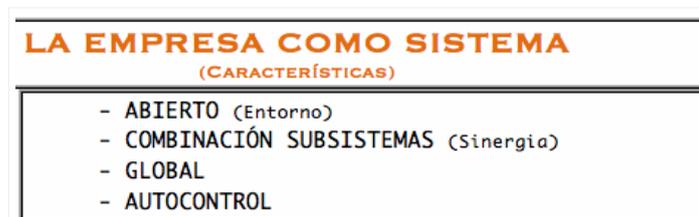
Se suele representar la empresa como sistema, de la siguiente manera:



En este caso el **valor añadido** consiste en calcular la diferencia entre el precio de venta de los outputs y el coste de los mismos (valor de los inputs). Por ello cuanto mejor sea el sistema u organización de la empresa, mayor será el valor añadido conseguido.

Características de la empresa como sistema

La empresa como sistema tiene las siguientes características:



1. Es un sistema abierto

Cualquier elemento externo, tanto tecnológico como sociológico, político, etc., afecta al funcionamiento y a la toma de decisiones de la empresa.

2. Combinación de subsistemas

La empresa esta formada por la combinación de elementos o subsistemas diferentes

Al actuar todos los subsistemas conjuntamente se obtiene un rendimiento mayor, que si cada uno actuase por separado. A este fenómeno se le conoce como SINERGIA.

3. Sistema global

Cualquier variación producida en uno de sus elementos o subsistemas, repercute sobre los otros y sobre el conjunto de la empresa.

4. Se autocontrola

Se adapta a cualquier cambio coyuntural. Ej: cambio en la demanda.

Para analizar el funcionamiento global de la empresa como sistema, debemos fijarnos en los subsistemas que la componen o áreas de actividad de la misma. Aunque los desarrollaremos más adelante, una aproximación a los mismos:



1.2.5. La cadena de valor

Uno de los objetivos de la empresa es generar el mayor valor añadido posible en el desarrollo de su actividad. Para ello debemos analizar la cadena de valor, constituyendo esta una de las principales herramientas dentro de la planificación estratégica de la empresa.

La **cadena de valor**, es una forma de análisis de la actividad empresarial mediante la cual una empresa desagrega su actividad global en diferentes partes, con el objetivo de identificar fuentes de ventaja competitiva en las actividades que generan valor.



Mediante este análisis se concreta un conjunto de funciones que añaden valor a los productos y servicios de una empresa (materias primas, producción, marketing, distribución...) y se intenta, en cada una de esas funciones, obtener la máxima rentabilidad posible, reduciendo todo lo que sea superfluo; de esta forma, si la empresa lo logra, consigue desarrollar e integrar las actividades de su cadena de valor de forma menos costosa y mejor diferenciada que sus rivales.

Podemos diferenciar **tres elementos básicos** de la cadena de valor:

a) **Las actividades básicas primarias**, es decir, aquellas que tienen que ver con el desarrollo del bien o servicio que ofrece la empresa, como su producción, distribución, comercialización y servicios post-venta.

b) **Las actividades de soporte** a las actividades primarias, como la administración, organización de los recursos humanos (teniendo en cuenta sus ideas y, en general, el potencial humano de la empresa), desarrollo tecnológico, finanzas, contabilidad, control de calidad, etc.

c) **El margen** o diferencia entre el valor total y los costes totales que la empresa ha tenido para generar ese valor. Según cómo sea este margen, la empresa puede ver qué actividades son rentables y cuáles no, de forma que si alguna no lo es, puede plantearse la opción de subcontratarla a una empresa externa (outsourcing).



1.3. Visiones del papel del empresario en el pensamiento económico: Adam Smith, Knight, Schumpeter y Galbraith.

A lo largo de la historia el concepto ha evolucionado. En este caso vamos a estudiar las diferentes visiones del papel del empresario en el pensamiento económico.



Pensamiento económico clásico: Adam Smith

Adam Smith consideraba al empresario como el que aportaba el capital, es decir, el empresario-capitalista, que dirigía el propio negocio y el beneficio era recompensa por aportar su capital y su trabajo. (s.XVIII).

Hasta mediados del siglo XIX los economistas no empezaron a diferenciar la figura del empresario de la del capitalista. Marshall (1890) asigna al empresario el papel de coordinador del proceso productivo, elevando la función empresarial a la categoría de cuarto factor de la producción.

El empresario-riesgo de Knight

KNIGHT (1921) consideraba que el riesgo es lo que define realmente al empresario. La esencia de la actividad empresarial es la incertidumbre o ausencia de conocimiento sobre las consecuencias futuras de sus decisiones. El beneficio, por tanto, es el premio o recompensa por asumir ese riesgo.

El empresario innovador de Schumpeter

SCHUMPETER (1942) propuso la concepción más original del empresario. Ser empresario es ser innovador, es decir, ser capaz de lanzar un nuevo producto al mercado, iniciar un proceso industrial. Esta situación le concede una situación de monopolio temporal que le dará opción a recibir unos beneficios extraordinarios. A medida que otras empresas imiten esta innovación en el mercado, esos beneficios disminuirán.

El beneficio se justifica como el premio o recompensa que percibe el empresario por haber sido capaz de aplicar una invención tecnológica a usos comerciales o industriales.

Tecnoestructura de Galbraith

Para John Galbraith (1967), las grandes corporaciones empresariales que existen en la actualidad son tan complejas que ya no pueden ser dirigidas por una sola persona, sino que requieren una forma de dirección colegiada que integre a profesionales expertos en las distintas áreas: economistas, ingenieros, abogados, etc. A este grupo dirigente es a lo que Galbraith llama Tecnoestructura, que viene a constituir dentro de la empresa un nuevo centro de poder.

Según esta concepción en estas grandes empresas, quien realiza el papel del empresario no es el propietario, sino este grupo de profesionales.

Más visiones de empresario, incluido el empresario en la actualidad:

[La evolución histórica del empresario](#) – El Blog Salmón

1.4. Tipos de empresa y criterios de clasificación: participación del Estado en la propiedad, Tamaño, Actividad y Tipo de Mercado.

Existen diferentes tipos de empresas, que se dedican a diferentes actividades o cuyas características permiten clasificarlas en diferentes grupos, algunas de estas posibles clasificaciones son las siguientes:



Según la titularidad del capital

Según la participación del Estado en la propiedad o de la titularidad del capital: las empresas pueden ser **privadas**, cuando la propiedad y el control se encuentra en manos de particulares; **públicas**, cuando el capital y el control están en manos del Estado; y **mixtas**, cuando la propiedad es compartida.

Según su tamaño

Hay diferentes criterios para medir la dimensión, si atendemos al número de trabajadores, podemos denominar **microempresa** a aquella que tiene menos de 10 trabajadores; **pequeña** empresa a la que tiene menos de 50 trabajadores; mediana empresa si tiene menos de 250 trabajadores y **gran empresa** a las que tienen más de 250 trabajadores.

Según su actividad

Empresas del **sector primario**, que crean utilidad al obtener los recursos de la naturaleza (empresas agrícolas, mineras, ganaderas, pesqueras, etc.); empresas del **sector secundario**, que desarrollan su actividad productiva al transformar físicamente unos bienes en otros más útiles para su uso (empresas industriales y de construcción); y empresas del **sector terciario o servicios**, formado por las empresas cuya actividad es la prestación de servicios, ya sean comerciales, de hostelería, sanitarios, financieros, de transportes, comunicaciones, educativos, recreativos u otros.

Según el tipo de mercado

Podríamos realizar clasificaciones de los diferentes tipos de mercados atendiendo a diferentes criterios, en este caso lo haremos en función del número de demandantes y oferentes y, así, tendríamos las empresas **monopolísticas**, cuando la empresa es la única que ofrece un bien o servicio a numerosos clientes; **oligopolistas**, cuando son pocas las empresas que ofrecen un mismo producto y con características similares, siendo muchos los demandantes; empresas de **competencia monopolística**, en la que existen numerosas empresas que ofrecen un producto similar a una multitud de demandantes; y las empresas en **competencia perfecta**, donde muchas empresas ofrecen un mismo producto a todos los demandantes y tienen poco poder de decisión en el mercado.

Según su forma jurídica

Empresa individual, cuando el propietario es una única persona; y **empresa social o sociedad**, cuando son varios los propietarios de la misma.

Según su ámbito de actuación

Podríamos clasificar las empresas en **locales**, **provinciales**, **regionales**, **nacionales** e **internacionales**.

Actividad propuesta: busca empresas conocidas de tu entorno según las anteriores clasificaciones de empresas.

NOTA: estas clasificaciones constituyen una primera aproximación a los diferentes tipos de empresas. Más adelante iremos desarrollando contenidos que profundizarán en las características de muchas de ellas y otros que completarán ampliamente las anteriores tipologías.

1.5. El entorno de la empresa: general y específico. Esquema de las cinco fuerzas competitivas de PORTER. Análisis DAFO.

1.5.1. El entorno general y específico de la empresa

Tal y como veíamos al hablar de los elementos de la empresa, el entorno es uno de sus elementos básicos ya que el éxito o fracaso de la empresa depende en gran medida del mismo. Podemos diferenciar el entorno general y el entorno específico. El entorno es cambiante, por lo que la empresa debe vigilar el mismo y adaptarse a él.

El entorno general

Formado por aquellas circunstancias o factores que afectan a todas las empresas en general, como son aspectos socioculturales, tecnológicos, políticos, legales, demográficos, económicos, etc.

a) **Factores socioculturales:** valores y creencias de la sociedad que influyen en el comportamiento de los consumidores. Por ejemplo, el consumo de carne de cerdo en comunidades musulmanas, el arraigo taurino en determinados colectivos, etc.



Hugo Sáez
@Hugo_saez

Una pequeña historia sobre diferencias culturales, biología y marketing que empieza con una pregunta:
¿Es fácil vender desodorante en Asia?

12:32 - 24 ago. 2018

b) **Factores tecnológicos:** el desarrollo tecnológico supone nuevas oportunidades de negocio y de eficiencias productivas pero pueden suponer una amenaza en caso de no conseguir adaptarse a estos avances. Ejemplos claros son todas aquellas empresas que no se están adaptando al mundo digital, que facilita el acceso a un número mucho mayor de consumidores pero en el caso de no adaptarse, fracasarán. Ejemplo: Amazon

Las grandes tecnológicas son un gran problema

c) **Factores políticos:** el régimen político o la ideología del partido del gobierno, la estabilidad política puede afectar en gran medida a muchas empresas. Ejemplo:

[Trump amenaza ahora a Toyota: "O construye una planta en EEUU o pagará más aranceles"](#)



d) **Factores legales:** las normas que afectan a la actividad de las empresas pueden variar, condicionando en mayor o menor medida a éstas. Ejemplos:

[¿Cómo afecta la nueva ley de protección de datos a las empresas?](#)

[La patronal avisa de que subir los impuestos a las empresas "puede hacer fracasar el aumento salarial"](#)

e) **Factores demográficos:** la evolución demográfica supone un cambio sustancial en los potenciales clientes de las empresas, cambios en la población y su composición por edad, sexo, natalidad, mortalidad y migraciones, modifican las estrategias de las empresas. Ejemplos:

['Millennials', los consumidores más poderosos del mundo](#)

f) **Factores económicos:** la evolución de la actividad económica influye en la actividad de las empresas, en sus expectativas y decisiones a corto, medio y largo plazo. Ejemplo:

[¿Cómo ha afectado la crisis a las empresas españolas?](#)

1.5.2. El entorno específico de la empresa

Aquel que afecta de manera más directa a una empresa concreta, como son los proveedores, clientes, competencia, legislación particular sobre su actividad, etc.

Para estudiar cómo afecta el entorno específico vamos a utilizar el Esquema de las cinco fuerzas competitivas de Porter. Michael Porter, profesor de la Escuela de Negocios de Harvard, en el año 1979 establece un modelo para analizar el entorno que afecta a la empresa dentro de su sector de actividad, el entorno específico.



Según Porter existen cinco fuerzas que determinan el grado de competencia existente en un sector, tras su análisis nos permite formular las estrategias destinadas a aprovechar las oportunidades y/o hacer frente a las amenazas detectadas. Son las siguientes:

a) **Amenaza de entrada de nuevos competidores:** cuanto más fácil sea para los competidores acceder a un mercado, más aumentará la competencia. En el caso de que entren competidores, la rentabilidad de la empresa podría bajar ya que los precios probablemente bajen. Uno de los factores que determinan esta amenaza es la existencia de barreras de entrada.

[Las grandes tecnológicas quieren ser los nuevos bancos](#)

b) **Amenaza de posibles productos sustitutos:** un producto sustitutivo es aquel que satisface las mismas necesidades que nuestro producto, por lo que, en caso de que entren nuevos productos sustitutos al nuestro, la rentabilidad de éste bajará como consecuencia de una mayor gama de productos a elegir por parte del cliente.

[Marcas líderes vs. marcas blancas: así es la piratería en el supermercado](#)

c) **Poder de negociación de los proveedores:** cuanto mayor concentración de empresas proveedoras, cuanto mayor sea su tamaño y menor número haya, mayor poder tendrán para imponernos sus condiciones de venta y disminuirá nuestro margen de maniobra a la hora de elegir nuestros inputs, afectando a los costes de producción y a la calidad de los productos o servicios prestados.

[Así presiona Mercadona a sus proveedores](#)

d) **Poder de negociación de los clientes:** un sector será menos atractivo cuanto mejor organizados estén los clientes ya que en este caso tendrán un gran poder de negociación y reducirán nuestros ingresos forzándonos a reducir nuestra rentabilidad. Se puede dar el caso de tener un solo cliente para asegurar las ventas pero el problema en este caso es que la empresa está a expensas de las decisiones de este cliente, con el riesgo que ello supone.

[Competencia investiga a las empresas del sector lácteo por fijar precios a los ganaderos](#)

e) **Rivalidad entre competidores existentes:** hay sectores donde la rivalidad entre sus competidores es elevada, lo que conlleva a utilizar estrategias de precios, publicidad, etc. que reducen la rentabilidad. Las propias empresas de un sector intentan llegar a pactos de no agresión porque saben que en el caso de entrar en una competencia feroz, todas van a resultar perdedoras, ahora bien, están prohibidas estas tácticas o acuerdos que reduzcan o eliminen la competencia en un determinado sector (es lo que se denomina cártel).



[8 históricas rivalidades entre grandes marcas ¿quién ganará?](#)

1.5.3. Análisis DAFO

Una de las herramientas más utilizadas para el estudio de la situación de una empresa, teniendo en cuenta sus propias características (análisis interno) y la manera en que le puede afectar su entorno (análisis externo) es el análisis DAFO.

El DAFO (iniciales de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) es una herramienta que permite al empresario analizar la realidad de su empresa, marca o producto para poder tomar decisiones de futuro.

El DAFO puede ser un buen comienzo cuando nos planteamos un nuevo proyecto empresarial ya que ayuda a establecer las estrategias para que éste sea viable.

Además se puede convertir en una herramienta de reflexión sobre la situación de una empresa ya creada.



El análisis DAFO se divide en dos partes:

1. Análisis interno: (Fortalezas y Debilidades)

En esta fase se realiza una fotografía de la situación de la empresa o proyecto empresarial considerando sus Fortalezas y sus Debilidades.

2. Análisis externo: (Amenazas y Oportunidades)

Tanto las Amenazas como las Oportunidades pertenecen al mundo exterior a la empresa pero deberían ser tenidas en cuenta bien para superarlas, en el caso de las amenazas, o bien para aprovechar las oportunidades que brinda el mercado exterior.

Una vez realizado el análisis, es necesario definir una estrategia que lleve a potenciar las fortalezas, superar las debilidades, controlar las amenazas y beneficiarse de las oportunidades.

Fuente, caso práctico y acceso a herramienta en ipyme.org

Un caso real: [El turismo, sector estratégico para España](#)

También es útil para analizar nuestra situación personal y laboral, últimamente se utiliza mucho el denominado DAFO personal, aquí un ejemplo:



1.6. La responsabilidad social de la empresa (trabajadores, sociedad, consumidores y medioambiente). Externalidades: concepto y ejemplos de externalidades positivas y negativas.

En la actualidad, la empresa debe considerar, además de los aspectos puramente económicos, los aspectos sociales y, como consecuencia, los efectos que las decisiones de la empresa puedan tener en la sociedad en general.

Estos aspectos sociales se trasladan a la sociedad en forma de los llamados costes sociales. Los costes sociales negativos (o externalidades negativas) son gastos directos (o en algún caso indirectos) soportados sin compensación por personas ajenas a la empresa, como consecuencia de la actividad de ésta. Por ejemplo, el humo de la chimenea de una empresa afecta directamente a las personas que viven cerca, o los efectos medioambientales derivados de la fabricación de aerosoles. La empresa debe intentar no provocar estos costes negativos o, en su caso, privatizarlos, es decir, asumirlos con la intención de que repercutan mínimamente en la sociedad.

1.6.1. La responsabilidad social de la empresa

Podemos definir la responsabilidad social de la empresa como el conjunto de obligaciones y compromisos legales y éticos que la empresa asume para cuidar y mejorar los impactos de sus actividades sobre los ámbitos social, laboral y medioambiental.

Los ámbitos de la responsabilidad social

Sociedad: compromiso con el desarrollo económico, social y cultural de la zona donde actúan, manteniendo y generando empleo.

Trabajadores: cooperación, motivación y participación de los trabajadores, mejora de las condiciones laborales.

Clientes y consumidores: respeto a los derechos de los consumidores, claridad y fiabilidad en la información de los productos que venden.

Medio ambiente: adopción de medidas que reduzcan los impactos negativos que su actividad genera en el entorno natural.

La responsabilidad medioambiental supone que las empresas reduzcan los efectos no deseados de su actividad: emisiones contaminantes, residuos, agotamiento de recursos, ruido.

6.2. Externalidades: concepto y ejemplos de externalidades positivas y negativas

Las externalidades, desde el punto de vista de la actividad de la empresa, son los efectos indirectos causados por los agentes productivos. Estos efectos se dicen que son indirectos ya que afectan a personas que no están directamente relacionados con la actividad de los mismos.

Las externalidades pueden tener un efecto positivo o negativo, por tanto podemos clasificar las externalidades en positivas o negativas.

A) Externalidades negativas

Efectos indirectos negativos causados a terceros por agentes productivos.

En muchas ocasiones, la actividad productiva genera unos costes sociales que no son asumidos en su totalidad por la empresa que la desarrolla y terceras personas se ven afectadas por su actividad. Para minimizar estos efectos suele ser necesaria la intervención de los gobiernos a través de la regulación de este tipo de actividades.

Los ejemplos más típicos son los de industrias contaminantes. Los costes totales de la actividad productiva son superiores a los costes privados. Cuando la empresa calcula sus costes, estos provienen de todos los inputs que precisa para desarrollar su actividad productiva, pero hay efectos

sobre el entorno que no son asumidos por nadie sino que recaen en la sociedad en su conjunto, sin tener que ver ésta nada con la actividad productiva.

Ejemplos de externalidades negativas:

1. Externalidades negativas procedentes de la actividad industrial

[El ranking de las cien empresas más contaminantes del mundo](#)

[¿Cuáles han sido las empresas más contaminantes en España en 2017?](#)

2. Externalidades negativas procedentes de la actividad comercial

Los efectos que sufren vecinos de centros comerciales, grandes centros de distribución, áreas comerciales, zonas de ocio nocturnas, etc. como consecuencia de la aglomeración de clientes, tráfico, ruido que genera la propia actividad, suponen quejas continuas de los vecinos que ven afectada su calidad de vida.

3. Otras externalidades negativas

Como pueden ser los aerogeneradores de energía eólica que, si bien podemos hablar de energía renovable, supone un impacto paisajístico muchas veces criticado.

Actividad propuesta: visualiza los siguientes vídeos y enumera las diferentes externalidades que ves. ([Papel higiénico: alternativas de producción](#)).



Ver más aquí: [Externalidades negativas](#)

B) Externalidades positivas

Las externalidades positivas son los efectos indirectos positivos que una actividad industrial (o comercial) causan sobre terceros.

Los efectos positivos los reciben agentes económicos sin tener que pagar por ello, al contrario que las externalidades negativas donde hay un coste social claro pero difícil de determinar y trasladar a los causantes del mismo.

Ejemplos de externalidades positivas

1. Externalidades positivas de empresas industriales

La instalación de empresas suele requerir la mejora de las comunicaciones, algo que puede beneficiar a los vecinos del entorno. Ejemplo: vías de acceso, salidas directas de la autopista, aumento de vuelos, etc.

2. Externalidades positivas de empresas comerciales

La vigilancia de la zona, el alumbrado y decoración del entorno pueden ser algunos de los efectos positivos de los que pueden disfrutar terceros ajenos a la actividad de estas empresas.

Más ejemplos: [Externalidades positivas](#)

1.7. Principales formas jurídicas de la empresa: Empresario individual, Sociedad Anónima, Sociedad de Responsabilidad Limitada, Sociedad Limitada Nueva Empresa, Sociedades Laborales, Sociedad Cooperativa.



1.7.1. Tipos de empresa en función de su personalidad jurídica

El criterio más utilizado para diferenciar unas empresas de otras es el que atiende a la forma jurídica en la que estas se han constituido. El ordenamiento jurídico permite una gran variedad de maneras distintas que pueden adoptar la persona o personas que quieren crear una empresa, lo que permite responder a todas las necesidades particulares. Aunque las características que definen a cada una de ellas es extensa, vamos a centrarnos en los siguientes elementos diferenciadores: número de socios, capital a aportar, responsabilidad de los socios y pago de impuestos.

a) **Número de socios:** para constituir una empresa basta con una persona, es el caso del empresario individual; pero también puede constituirse una sociedad, compuesta por más de un socio.

Como veremos, también existen sociedades constituidas por un solo socio, el motivo es facilitar que inversores individuales puedan crear una empresa con las ventajas que supone este tipo de sociedades.

b) **Capital mínimo:** dependiendo de la forma jurídica de la empresa puede ser obligatorio aportar una cantidad mínima para su constitución, en otros casos no se exige un capital mínimo.

c) **Responsabilidad de los socios:** puede ser limitada o ilimitada.

- Ilimitada: los socios responden con sus propios bienes frente a las deudas de la empresa. Esto significa que podrían embargar sus bienes para pagar las deudas contraídas por la sociedad.

- Limitada: los socios solo responden frente a las deudas de la empresa por el importe del capital que aportaron para crear la compañía. De esta forma, sus bienes permanecen al margen.

d) **Características de los socios:** pueden ser personalistas o capitalistas.

Existen empresas que podemos calificar de **capitalistas** en las cuales lo más importante es el capital que aportan sus socios y no tanto los socios en si.

Por ejemplo, las Sociedades Anónimas, en las que muchas veces hasta resulta difícil saber con exactitud cuales son los propietarios de las mismas ya que lo principal es el capital que hayan aportado.

Por otro lado, tenemos las empresas **personalistas**, en las cuales las características de los socios son determinantes para su constitución y posterior desarrollo.

e) **Pago de impuestos:** hay empresas que están obligadas a tributar por IRPF y otras por el Impuesto de Sociedades, cuyos tipos impositivos son diferentes y condicionan la forma jurídica más interesante para sus propietarios.

PRINCIPALES FORMAS JURÍDICAS DE LAS EMPRESAS

FORMA JURÍDICA	RESPONSABILIDAD	CAPITAL SOCIAL	Nº SOCIOS
EMPRESARIO INDIVIDUAL	Ilimitada	No se exige capital mínimo	1 socios
SOCIEDAD LIMITADA (S.L.)	Limitada al capital aportado	Mínimo: 3.000 €	Mínimo: 1
SLNE	Limitada al capital aportado	Mínimo : 3.000 € Máx: 120.000 €	Mínimo: 1 Máximo: 5
S. ANONIMA (S.A.)	Limitada	Mínimo: 60.000 €	Mínimo: 1
SOC. LIMITADA LABORAL	Limitada	Mínimo: 3.000 €	3 socios, al menos 2 serán socios trabajadores.
SOC. ANONIMA LABORAL	Limitada	Mínimo: 60.000 €	3 socios, de los cuales al menos 2 serán socios trabajadores.
COOPERATIVA (S. COOP)	Limitada al capital aportado	Depende de los estatutos	3 socios

1.7.2. El empresario individual

El empresario individual o autónomo es la persona física que ejerce de forma habitual y por cuenta propia una actividad mercantil. Como dueño de la empresa, responde con todo su patrimonio a las deudas que pueda

contraer su negocio. Su responsabilidad es, por tanto, ilimitada. Tanto el gobierno o gestión de la empresa como la representación corresponden a su titular, aunque este puede nombrar apoderados que actúen en su nombre.



El empresario individual tributa por IRPF.

Es una figura clásica en el mundo empresarial y constituye una de las formas más frecuentes de creación de empresa. Generalmente se asocia con el autoempleo, dado que el propietario de la empresa es a su vez trabajador en la misma, independientemente de la actividad que desarrolle y del tipo de trabajo que realice.

A la hora de crear una empresa, esta figura suele ser elegida fundamentalmente por los comercios al por menor (tiendas de ropa, alimentos, papelerías, artículos de regalo, joyerías, quioscos de prensa, etc.), y por profesionales como fontaneros, electricistas, pintores, decoradores, etc.

VENTAJAS

- Es una forma empresarial idónea para el funcionamiento de empresas de muy reducido tamaño.
- Es la forma que menos gestiones y trámites exige para la realización de su actividad, puesto que no hay que realizar ningún trámite de adquisición de la personalidad jurídica.
- Puede resultar más económica, dado que no se crea persona jurídica distinta del propio empresario.

INCONVENIENTES

- La responsabilidad del empresario/a es ilimitada.
- Responde con su patrimonio personal de las deudas generadas en su actividad.
- El titular de la empresa ha de hacer frente en solitario a los gastos y a las inversiones, así como a la gestión y administración.
- Si su volumen de beneficio es importante, puede estar sometido a tipos impositivos elevados ya que la persona física tributa por tipos crecientes cuanto mayor es su volumen de renta, mientras que el tipo general del impuesto sobre sociedades es del 25%.

1.7.3. Sociedad de Responsabilidad Limitada y SLNE

Sociedad de carácter mercantil en la que el capital social, que estará dividido en participaciones sociales, indivisibles y acumulables, se integrará por las aportaciones de todos los socios, quienes no responderán personalmente de las deudas sociales.

Número de socios
Mínimo 1
Responsabilidad
Limitada al capital aportado
Capital
Mínimo 3.000 €
Fiscalidad
Impuesto sobre Sociedades

CARACTERÍSTICAS

- Carácter mercantil, cualquiera que sea la naturaleza de su objeto y personalidad jurídica propia.
- El capital social, constituido por las aportaciones de los socios, no podrá ser inferior a 3.000 euros. Deberá estar íntegramente suscrito y desembolsado en el momento de la constitución.
- Sólo podrán ser objeto de aportación social los bienes o derechos patrimoniales susceptibles de valoración económica, pero en ningún caso trabajo o servicios.

Denominación social

Libre, debiendo figurar necesariamente la indicación 'Sociedad de Responsabilidad Limitada', 'Sociedad Limitada' o sus abreviaturas 'S.R.L.' o 'S.L.'

Órganos sociales

Junta General de socios

Órgano deliberante que expresa en sus acuerdos la voluntad social y cuya competencia se extiende fundamentalmente a los siguientes asuntos:

- Censura de la gestión social, aprobación de cuentas anuales y aplicación del resultado.
- Nombramiento y separación de los administradores, liquidadores, y, en su caso, de auditores de cuentas.
- Modificación de los estatutos sociales
- Aumento o reducción del capital social.
- Transformación, fusión y escisión de la sociedad.
- Disolución de la sociedad.

Los administradores

Órgano ejecutivo y representativo a la vez, que lleva a cabo la gestión administrativa diaria de la empresa social y la representación de la entidad en sus relaciones con terceros. La competencia para el nombramiento de los administradores corresponde exclusivamente a la Junta General.

Derechos de los socios

- Participar en el reparto de beneficios y en el patrimonio resultante de la liquidación de la sociedad.
- Participar en las decisiones sociales y ser elegidos como administradores.

Transmisión voluntaria de las participaciones sociales por actos inter-vivos

Es libre entre socios, así como la realizada en favor del cónyuge, ascendiente o descendiente del socio, o en favor de sociedades pertenecientes al mismo grupo que la transmitente.

Se regirá por las siguientes reglas:

- Se debe comunicar por escrito a los administradores, haciendo constar el número y características de las participaciones que se pretenden transmitir, la identidad del adquirente, precio y demás condiciones de la transmisión.
- Queda sometida al consentimiento de la sociedad, y se expresará mediante acuerdo de la Junta General.
- La sociedad sólo podrá denegar el consentimiento si comunica al transmitente, a través de notario,

la identidad de uno o varios socios o terceros que adquieran la totalidad de las participaciones.

- No es necesaria esta comunicación si el transmitente concurrió a la Junta General donde se adoptaron dichos acuerdos.

- Los socios concurrentes a la Junta General tendrán preferencia para la adquisición.

- El precio de las participaciones, la forma de pago y las demás condiciones de la operación, serán convenidas y comunicadas a la sociedad por el socio transmisor.

Caso particular: la Sociedad Unipersonal de responsabilidad limitada

Surge como respuesta a la aspiración del empresario individual a ejercitar su industria o comercio con responsabilidad limitada frente a sus acreedores.

Pueden darse dos tipos de sociedades unipersonales:

- La constituida por un único socio, sea persona natural o jurídica.

- La constituida por dos o más socios cuando todas las participaciones hayan pasado a ser propiedad de un único socio.

1.7.3.1. La Sociedad Limitada Nueva Empresa

Es una especialidad de la Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL).

- El objeto social es genérico para permitir una mayor flexibilidad en el desarrollo de las actividades empresariales sin necesidad de modificar los estatutos de la sociedad.

- La denominación social se compone de los apellidos y el nombre de uno de los socios más un código alfanumérico único (ID-CIRCE) seguido de las palabras “Sociedad Limitada Nueva Empresa” o la abreviación “SLNE”.

- Se podrán utilizar unos estatutos sociales orientativos que reducen los tiempos de notarios y registradores a un máximo de 24 horas cada uno.

- Dos formas de constitución: telemática y presencial.

- Los órganos sociales son una Junta General de socios y un Órgano de administración unipersonal o pluripersonal.

- Pueden continuar sus operaciones en forma de SRL por acuerdo de la Junta General y adaptación de los estatutos.



1.7.4. Sociedad Anónima

Es la sociedad capitalista por excelencia, las condiciones personales de los socios no tienen ninguna relevancia, lo único importante es el capital que se aporta. Es el tipo de sociedad que se adapta mejor a las grandes empresas.

Características principales:

- Número mínimo de socios 1 (unipersonales), pueden ser personas físicas o jurídicas.
- Constitución formalizada mediante escritura pública y posterior inscripción en el Registro Mercantil.
- Personalidad jurídica.
- Responsabilidad de los socios limitada al capital aportado.
- Capital social mínimo de constitución es de 60.000 euros. Este capital está dividido en acciones nominativas o al portador. Las acciones son partes alícuotas del capital social, acumulables e indivisibles, además de iguales por serie. En el momento de constitución de la sociedad el capital social debe de estar totalmente suscrito y desembolsado al menos en un 25% (las cantidades pendientes de pago se llaman dividendos pasivos y se van satisfaciendo según lo acordado, es la fundación sucesiva).
- La constitución de la sociedad puede ser de forma simultánea (se desembolsan todas las acciones en el momento de constitución) o de forma sucesiva (se van desembolsando progresivamente).
- Razón social: cualquier nombre seguido de “Sociedad Anónima” o “S.A.”
- Libre transmisión de acciones. Esta es una de las características más importantes de este tipo de sociedad, y su principal diferencia con otras sociedades.

Órganos de la sociedad:

A – **Junta General:** reunión de los socios donde se decide por mayoría las cuestiones más importantes de la sociedad. Existen 2 tipos de Juntas:

- **Junta General Ordinaria:** se reúne dentro de los 6 primeros meses de cada ejercicio y sus funciones serán:

- Censurar la gestión social.
- Aprobar las cuentas del ejercicio anterior.
- Decidir la aplicación de resultados.

Esta Junta debe ser convocada por los administradores.

- **Junta Extraordinaria:** debe estar igualmente convocada por los administradores, y es toda aquella que no reúna los requisitos de la anterior, pueden existir varias al año.

Aunque por la forma en que se convoca también se puede hablar de junta universal y de junta judicial:

- Junta Universal: se entenderá convocada y quedará válidamente constituida para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital social y los asistentes acepten por mayoría su celebración.

- Junta Judicial: los socios que representen al menos el 5% del capital social de la empresa, podrán solicitar al administrador la realización de una Junta Extraordinaria, cuando consideren que existe un motivo oportuno. Si el administrador no acepta y ellos lo consideran podrán solicitar a un juez la convocatoria de dicha junta.

B - Administradores: encargados de la gestión social. Esta gestión se podrá encargar a un único administrador o a un grupo de personas, es decir, a un Consejo de Administración (en este caso las decisiones se toman por mayoría absoluta).

LOS ACCIONISTAS

Los accionistas son los propietarios de una o más acciones de la empresa y por tanto son los socios de la misma, es decir, son los propietarios de la empresa.

LAS ACCIONES

IBEX 35®								
Nombre	Anterior	Último	% Dif.	Máximo	Mínimo	Fecha	Hora	% Dif. Año 2014
▲ IBEX 35®	10.500,20	10.690,10	1,81	10.695,70	10.563,60	25/08/2014	17:38	7,80

Nombre	Últ.	% Dif.	Máx.	Mín.	Volumen	Efectivo (miles €)	Fecha	Hora
▲ ABENGOA B	4,1260	4,19	4,1490	4,0200	8.189.537	33.442,73	25/08/2014	Cierre
▲ ABERTIS SE.A	15,8900	0,57	15,9700	15,7850	1.136.029	18.023,25	25/08/2014	Cierre
▲ ACCIONA	61,4100	1,17	61,8700	60,7000	77.409	4.732,71	25/08/2014	Cierre
▲ ACS	32,0650	1,38	32,1600	31,6650	578.506	18.458,25	25/08/2014	Cierre
▲ AMADEUS	28,6250	1,69	28,6750	28,2700	577.680	16.475,88	25/08/2014	Cierre
▲ ARCELORMIT.	10,6450	1,04	10,6600	10,5700	594.011	6.302,99	25/08/2014	Cierre
▲ BA.POPULAR	4,6700	2,08	4,6750	4,5880	9.793.267	45.484,31	25/08/2014	Cierre
▲ BA.SABADELL	2,4020	1,82	2,4030	2,3620	12.501.512	29.886,30	25/08/2014	Cierre
▲ BA.SANTANDER	7,5780	2,49	7,5850	7,4510	70.446.247	529.297,90	25/08/2014	Cierre
▲ BANKIA	1,4750	2,15	1,4770	1,4470	23.562.684	34.596,31	25/08/2014	Cierre
▲ BANKINTER	6,2700	1,72	6,2800	6,1920	1.802.149	11.253,33	25/08/2014	Cierre
▲ BBVA	9,2120	2,71	9,2240	9,0530	17.048.449	156.148,44	25/08/2014	Cierre

El capital de una S.A. se divide en partes iguales, y cada una de ellas se denomina acción: las aportaciones de capital de una empresa se representan mediante títulos o por medio de anotaciones en cuenta (los títulos son documentos físicos), en caso de que las acciones coticen en bolsa es obligatorio que estén anotadas en cuenta (entre otras cosas, para anotar las posibles transmisiones futuras).

1.7.5. Sociedades Laborales

Son sociedades anónimas (SAL) o de responsabilidad limitada (SLL) en las que la mayoría del capital social, al menos el 51%, es propiedad de los trabajadores que prestan en ellas su servicio a través de un contrato indefinido y jornada completa.

Características principales y diferentes de las propias sociedades de capital (SA y SL):

Sociedad laboral (SLL - SAL)

- Ningún socio puede poseer acciones o participaciones que representen más de 1/3 del capital social, excepto las entidades públicas cuya participación puede llegar a ser del 50%. Número mínimo de socios 3, de los cuales necesariamente 3 han de ser trabajadores.
- La responsabilidad de los socios está limitada al capital aportado (mínimo 3.000 € en SLL y 60.000 € en la SAL).
- Los socios tienen la obligación de constituir un Fondo Especial de Reserva, que se dotará con el 10% del beneficio líquido de cada ejercicio.
- Los socios trabajadores y no trabajadores (por este orden) tienen preferencia para adquirir acciones que quiera vender alguno de ellos: esto limita la transmisión de los títulos (es una de las principales diferencias con la S.A.)

1.7.6. Sociedades Cooperativas

Sociedades con capital variable y gestión democrática, que asocian a varias personas que tienen intereses comunes.

Son asociaciones de personas físicas o jurídicas con intereses y necesidades comunes, que desarrollan una actividad empresarial, repartiéndose los excedentes económicos a los socios una vez atendidos los fondos comunitarios. Estas sociedades crean un patrimonio común con limitaciones en la transmisibilidad y sin ánimo de lucro personal.

Ejemplo: una cooperativa de viviendas: los socios se unen para construir viviendas.

Características generales

- Su mayor ventaja: surge de la unión de personas que se asocian para realizar una actividad económica beneficiosa para todas ellas.
- Las cooperativas pueden ser de primer grado y de segundo grado:
 - Primer grado: número mínimo de socios 3 que son personas físicas.
 - Segundo grado: número mínimo de socios 2, que son otras cooperativas.
- La incorporación y la baja de socios es voluntaria y libre.
- La responsabilidad de los socios por las deudas sociales estará limitada a las aportaciones al capital social suscrito, estén o no desembolsadas en su totalidad.

- El capital social mínimo de cada cooperativa se fija en los estatutos y es variable en función de los socios que se incorporen o se den de baja. Ningún socio puede poseer más de 1/3 del capital en las cooperativas de primer grado. Debe de estar totalmente suscrito en el momento de su constitución y desembolsado al menos en un 25%.

- Razón social: cualquier nombre seguido de “Sociedad Cooperativa”, “S.Coop”.

- Una parte de los excedentes (se establecerá en los estatutos) obtenidos se deben destinar al Fondo de Reserva Obligatorio y al Fondo de Educación y Promoción.

Las 20 mayores cooperativas a nivel mundial				
RANK	NAME	COUNTRY	SECTOR	REVENUE (\$BN)
1	Crédit Agricole Group	France	Banking / Credit Unions	103.58
2	Groupe Caisse D'Epargne	France	Banking / Credit Unions	58.54
3	Zen-Noh (National Federation of Agricultural Co-operatives)	Japan	Agriculture / Forestry	56.99
4	Confédération Nationale du Crédit Mutuel	France	Banking / Credit Unions	56.69
5	Zenkyoren	Japan	Agriculture / Forestry	52.33
6	ReWe Group (Zentral-Aktiengesellschaft)	Germany	Consumer / Retail	49.60
7	E. Leclerc (S.C. Galec)	France	Consumer / Retail	48.30
8	Rabobank Group	Netherlands	Banking / Credit Unions	43.00
9	National Agricultural Cooperative Federation (NACF)	Korea	Agriculture / Forestry	32.39
10	CHS Inc	United States	Agriculture / Forestry	32.17
11	DZ Bank Group	Germany	Banking / Credit Unions	30.76
12	Groupe Banques Populaires	France	Banking / Credit Unions	29.39
13	Eureko	Netherlands	Insurance	28.39
14	Nationwide Mutual Insurance Company	United States	Insurance	26.42
15	Système U	France	Consumer / Retail	24.95
16	Migros	Switzerland	Consumer / Retail	24.12
17	Mondragon Corporation	Spain	Workers / Industrial	23.34
18	Edeka Zentrale AG	Germany	Consumer / Retail	22.21
19	Groupama	France	Insurance	21.72
20	Covea	France	Agriculture / Forestry	17.74

FUENTE: View the top 300 co-operatives around the World (www.thenews.coop) - Feb14

- Tienen una serie de ventajas frente a otras sociedades: menor tributación en el Impuesto de Sociedades, ayudas laborales, etc.

ÓRGANOS DE LA SOCIEDAD

Asamblea General: reunión de los socios y en su caso de los asociados, para deliberar y tomar acuerdos.

Consejo Rector: órgano de gobierno, gestión y representación. Debe tener como mínimo 3 miembros que sean socios.

Comité de recursos: tramita y resuelve los recursos contra las sanciones impuestas a los socios por el Consejo Rector y en otros supuestos que se establezcan legal o estatutariamente.

Interventores: su función es la censura de las cuentas anuales y del informe de gestión, antes de ser presentados para su aprobación a la Asamblea General.

TIPOS DE COOPERATIVAS

- De trabajo asociado (los socios prestan conjuntamente su trabajo asociado a terceros), de consumo, de vivienda (constituidas por personas físicas con el objeto de conseguir viviendas para sus socios), agrarias (para aprovechar mejor las explotaciones de sus miembros), de explotación comunitaria de la tierra, de servicios, del mar, etc.