
La empresa

PID_00278691

Jose Sande Edreira

Tiempo mínimo de dedicación recomendado: 3 horas



**Jose Sande Edreira**

Jose Sande es colaborador docente de la UOC desde el año 2000. Autor de diversos manuales y de la novela *La otra clase de Economía*. Su colección de seis cómics *Economía en media hora* ha sido traducida al inglés y al chino y recomendada por distintas instituciones financieras. Su blog josesande.com supera los cinco millones de visitas.

El encargo y la creación de este recurso de aprendizaje UOC han sido coordinados por la profesora: Amal Elasri

Primera edición: febrero 2021
© de esta edición, Fundació Universitat Oberta de Catalunya (FUOC)
Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona
Autoría: Jose Sande Edreira
Producción: FUOC
Todos los derechos reservados

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño general y la cubierta, puede ser copiada, reproducida, almacenada o transmitida de ninguna forma, ni por ningún medio, sea este eléctrico, mecánico, óptico, grabación, fotocopia, o cualquier otro, sin la previa autorización escrita del titular de los derechos.

Índice

Introducción.....	5
Objetivos.....	6
1. La empresa.....	7
1.1. La empresa social	8
1.2. Evolución del concepto de <i>empresa</i>	9
2. El empresario.....	11
2.1. Evolución del concepto de empresario	11
3. La teoría de la agencia.....	13
4. Funciones y objetivos de la empresa.....	14
4.1. La creación de valor	15
4.2. Empresa e innovación	16
4.3. El modelo de negocio	17
5. Localización y dimensión empresarial.....	22
5.1. Método de localización de los factores ponderados	23
6. Criterios para clasificar las empresas.....	25
7. La forma jurídica de la empresa.....	28
7.1. Empresario individual (autónomo)	29
7.2. Comunidad de bienes	30
7.3. Sociedad civil	30
7.4. Sociedad colectiva	31
7.5. Sociedad comanditaria simple	32
7.6. Sociedad de responsabilidad limitada (SL o SRL)	32
7.6.1. Sociedad limitada de formación sucesiva	33
7.6.2. Sociedad limitada nueva empresa (SLNE)	34
7.7. Sociedad anónima (SA)	34
7.8. Sociedades de interés social	36
7.8.1. Sociedad laboral	36
7.8.2. Sociedad cooperativa	37
Bibliografía.....	39

Introducción

Economía, empresa y empresario han existido siempre y son tres conceptos estrechamente relacionados (ver figura 1). En una primera aproximación podemos indicar:

- La **economía** es la administración de recursos escasos.
- La **empresa** es un conjunto organizado de recursos orientados a lograr algún fin.
- El **empresario** es el que crea empresas (emprendedor) o las gestiona (directivo profesional).

Figura 1. Relación economía, empresa y empresario



Fuente: elaboración propia.

Objetivos

Con la lectura de este módulo el estudiante logrará los objetivos siguientes:

- 1.** Analizar cómo una empresa crea valor.
- 2.** Valorar la vertiente social de la empresa.
- 3.** Examinar la evolución de los conceptos de empresa y empresario.
- 4.** Comprender los objetivos y conflictos de intereses en la empresa.
- 5.** Entender la relación entre la localización y la dimensión empresarial.
- 6.** Conocer los criterios de clasificación empresarial.
- 7.** Valorar las diferentes formas jurídicas que puede tener una empresa.

1. La empresa

La definición de *empresa* más extendida es la propuesta por la Real Academia Española (RAE, 2020):

Empresa

«Una empresa es una unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicio con fines lucrativos».

Enlace recomendado

Empresa. Definición en el *Diccionario de la lengua española*: <https://dle.rae.es/empresa>.

De esta definición podemos deducir las principales características de una empresa:

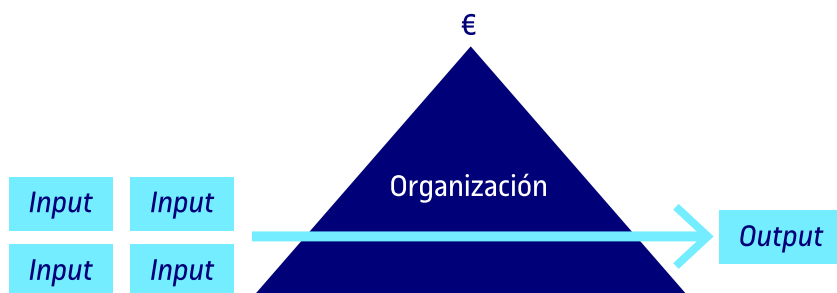
- Es una **organización**, «una asociación de personas regulada por un conjunto de normas en función de determinados fines» (RAE, 2020).
- Realiza **actividades productivas**.
- Tiene **ánimo de lucro**.

Enlace recomendado

Organización. Definición en el *Diccionario de la lengua española*: <https://dle.rae.es/organización>.

Como observamos en la figura 2, la empresa, a partir de unos recursos productivos (*inputs*) y mediante un proceso de transformación, obtiene un producto (*output*). En este proceso de transformación **debe conseguir crear utilidad**, es decir, que el valor del *output* producido sea superior al de los *inputs* empleados. De otro modo no solo no logrará un beneficio (lucro), sino que no podrá sobrevivir en el mercado.

Figura 2. El funcionamiento de la empresa



Fuente: elaboración propia.

1.1. La empresa social

Aunque la RAE incluye fines lucrativos en su definición de empresa, en un sentido amplio se pueden incluir también como empresas las organizaciones sin ánimo de lucro o aquellas que aun buscando el beneficio económico priorizan su impacto social.

Así, en «La iniciativa de emprendimiento social de la Comisión Europea» (2019) podemos ver una definición de *empresa social*:

Empresa social

Una **empresa social** es una empresa:

- cuyo objetivo principal es tener un impacto social antes que generar beneficios para los propietarios y accionistas,
- que aprovecha sus superávits fundamentalmente para alcanzar esos objetivos sociales, y
- que es gestionada por empresarios sociales de manera responsable, transparente e innovadora, en especial mediante la implicación de los trabajadores, los clientes y todos aquellos a quienes afecta su actividad.

La **economía social** representa un 10 % del PIB europeo y emplea a más de once millones de trabajadores (4,5 % de la población activa en la Unión Europea).

La Comisión Europea destaca también los efectos positivos sobre los trabajadores:

«Los empleados se sienten bien en su trabajo y ello repercute en otras personas y en su entorno. La actitud del personal no solo contribuye a la fiabilidad y coherencia en el funcionamiento de la empresa, sino que es posible lograr un tremendo impacto sin disponer necesariamente de los recursos de una empresa “normal”. Las probabilidades de que los empleados se ausenten por enfermedad o abandonen definitivamente la empresa son dos veces más bajas, lo que ahorra costes. Además, los costes administrativos y de gestión son inferiores a los de muchas otras empresas y los salarios son más moderados que en otros tipos de negocio».

Lectura recomendada



«La iniciativa de emprendimiento social de la Comisión Europea» (2019): <https://ec.europa.eu/docs-room/documents/14583/attachments/3/translations/es/renditions/native>.

Lectura recomendada



En España, el sector de la economía social se desarrolló legalmente con la «Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social»: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2011-5708>.

Sociedades limitadas de bajo lucro

D. Pink (2010). *Drive*. Ediciones Gestión 2000.

«Las leyes de la mayoría de los países desarrollados permiten básicamente dos tipos de organizaciones empresariales: las lucrativas y las no lucrativas. Unas generan dinero, las otras hacen el bien. Y el socio prominente de la primera categoría es la sociedad anónima: propiedad de los accionistas y gestionada por directivos, supervisados a su vez por una junta directiva. Los gestores y directivos tienen una responsabilidad primordial: maximizar las ganancias de los accionistas. Existen también otros tipos de organizaciones empresariales que se rigen por las mismas normas.

En Estados Unidos, por ejemplo, las sociedades anónimas, las corporaciones S, las corporaciones C, las sociedades limitadas y otras configuraciones de negocios tienen todas la misma finalidad. El objetivo de los que las gestionan –práctica, legal e incluso moralmente– es maximizar los beneficios.

Permitidme dedicar una ovación entusiasta, sincera y agradecida a estas formas de negocio y a los países con visión de futuro que capacitan a sus ciudadanos para crearlas. Sin ellas, nuestras vidas serían infinitamente menos prósperas, menos saludables y menos felices. Pero en los últimos años ha habido unas cuantas iniciativas en todo el mundo para cambiar la receta y cocinar nuevas variedades de organizaciones empresariales.

Por ejemplo, en abril de 2008, Vermont fue el primer estado de Estados Unidos que permitió un nuevo tipo de negocio llamado “sociedad limitada de bajo lucro”. Conocida como L3C, esta entidad es una corporación, pero no a la manera tradicional. Como explicaba un informe, una L3C “opera como un negocio lucrativo que genera al menos unos beneficios modestos, pero su objetivo principal es ofrecer unos beneficios sociales significativos”. Hay tres estados más que han seguido el ejemplo de Vermont. Existe una L3C en Carolina del Norte, por ejemplo, que compra fábricas de muebles abandonadas y las actualiza con tecnología verde, para luego alquilarlas a bajo precio a fabricantes de muebles en apuros. Se supone que la operación generará dinero, pero su objetivo principal es ayudar a revitalizar una zona desfavorecida.

Mientras tanto, el Premio Nobel Muhammad Yunus ha empezado a crear lo que él llama “negocios sociales”. Son empresas que reúnen capital, desarrollan productos y los venden en un mercado abierto, pero al servicio de una misión social más amplia; o, como él dice, “con el principio de maximizar los beneficios sustituido por el principio del beneficio social”».

Muhammad Yunus



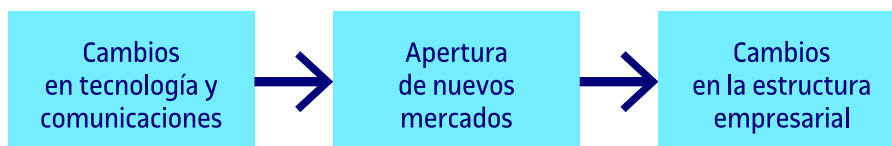
Fuente: Wikipedia.

Muhammad Yunus es un economista indio famoso por crear los microcréditos y el Banco Grameen («el banco de los pobres»).

1.2. Evolución del concepto de empresa

A lo largo de la historia se suele repetir el siguiente patrón (figura 3):

Figura 3. Cambios y estructura empresarial



Fuente: elaboración propia.

Así, se pueden distinguir cuatro momentos evolutivos principales en la naturaleza de la empresa (ver figura 4):

1) Empresa primitiva (hasta el s. xv)

Principalmente eran agrarias, tenían una base familiar y carácter de autoempleo. Producían a pequeña escala y debían limitarse a mercados locales debido al subdesarrollado sistema de transporte. Destacaba el papel comercial de las ciudades, donde se desarrollaban actividades artesanales agrupadas en gremios.

2) Empresa comercial (del s. XVI al XVIII)

Su estructura seguía siendo muy simple, pero empieza a desvincularse de la base familiar. La burguesía, una nueva y pujante clase social urbana, dinamiza el proceso. La mejora en los transportes y la apertura de rutas comerciales abre nuevos mercados. Para poder financiar el crecimiento se generaliza la figura del socio capitalista, que aporta a la empresa únicamente financiación. De este modo **comienza a separarse la propiedad de la empresa de su gestión**. La producción masiva favoreció la especialización de los trabajadores, lo que propició un aumento extraordinario de la productividad y la eficiencia.

3) Empresa capitalista (desde el s. XIX hasta finales del s. XX)

El gran desarrollo de los transportes y las comunicaciones (ferrocarril, teléfono, telégrafo, etc.), unido al desarrollo de nuevas tecnologías productivas, revoluciona la empresa. Su capacidad de producción se multiplica y es capaz de acceder a mercados cada vez más alejados. La empresa se vuelve mucho más compleja, organizada y con directivos profesionales. Nace la gran corporación. Las empresas crecen mediante adquisiciones o fusiones, y se integran verticalmente para lograr un mayor tamaño y explotar más las economías de escala. Muchos mercados se vuelven oligopolísticos.

La integración vertical

La integración vertical significa que la empresa se encarga de actividades que antes delegaba a terceros.

4) Empresa flexible (desde finales del s. XX hasta el s. XXI)

La nueva revolución tecnológica relacionada con la informática transforma la producción y las comunicaciones. Las pyme pueden acceder al mercado global y las grandes corporaciones intentan volverse más ágiles y flexibles, mediante procesos de desintegración vertical.

Figura 4. Evolución empresa



Fuente: elaboración propia.

2. El empresario

El término *empresario* proviene del francés *entrepreneur*, que a principios del siglo XVI hacía referencia a los aventureros que viajaban al Nuevo Mundo en busca de oportunidades, sin saber con certeza qué se encontrarían allí.

En la RAE (2020) nos encontramos la siguiente definición de **empresario**:

«Titular propietario o directivo de una industria, negocio o empresa».

Enlace recomendado

Empresario. Definición en el *Diccionario de la lengua española*: <https://dle.rae.es/empresario>.

Así, en la actualidad se suele identificar al empresario tanto con la figura del emprendedor que inicia un proyecto empresarial, como con el profesional de la dirección que toma decisiones empresariales. Al igual que tenemos empresas sociales, también hay emprendedores sociales. Ashoka (2020) los define así:

Emprendedores sociales

Los emprendedores sociales son individuos con soluciones innovadoras para los desafíos sociales, culturales y ambientales más acuciantes de la sociedad. Son ambiciosos y persistentes, abordan los principales problemas y ofrecen nuevas ideas para el cambio en el ámbito de los sistemas.

Ashoka



Ashoka es una organización sin ánimo de lucro pionera en el emprendimiento social.

2.1. Evolución del concepto de empresario

Desde el concepto inicial de *aventurero* (*entrepreneur*), diferentes autores han insistido en una u otra cualidad de la figura de empresario.

- **Empresario-riesgo de Cantillón (s. XVIII) y Knight (s. XX).** El empresario se caracteriza por afrontar una situación incierta, al desconocer con exactitud la demanda futura del bien que se arriesga a producir.
- **Empresario-capital de Smith (s. XVIII).** Es el propietario quien aporta la financiación necesaria para realizar el proyecto empresarial.
- **Empresario-cuarto factor de Marshall (s. XIX).** A los tres factores tradicionales (tierra, trabajo y capital) se suma el cuarto (empresario), que los coordina para lograr el producto final.

- **Empresario-innovador de Schumpeter (s. XX).** La principal característica es la innovación, que crea un vendaval de destrucción creadora que lleva a la sociedad al progreso.
- **Empresario-decisor de Simon (s. XX).** La toma de decisiones para lograr los objetivos es la característica esencial del empresario.
- **Empresario-estructura técnica de Galbraith (s. XX).** Las grandes empresas son tan complejas que no pueden ser dirigidas por una sola persona, sino que se requiere una gran cantidad de técnicos (economistas, ingenieros, abogados, etc.) para tomar decisiones, por lo que el poder decisorio (y la figura del empresario) se encuentra disperso en una estructura técnica (tecnestructura).
- **Empresario-líder de Bennis y Schein (s. XX).** Es un visionario que motiva y cohesiona a un grupo humano. Es capaz de crear y encontrar nuevos caminos, con lo que desarrolla una cultura para lograr con éxito los objetivos.

«La destrucción creadora»



Joseph Schumpeter
Fuente: Wikipedia.

En 1942 Schumpeter acuñó la expresión «La destrucción creadora» para explicar cómo la economía de mercado se revitaliza sin cesar desde dentro, eliminando empresas obsoletas para redistribuir los recursos hacia nuevas y más productivas estructuras.

Mary Paley: la economista borrada

J. Sande (2020). *La otra clase de Economía*. Editorial Compartiendo Conocimiento.

«Mary Paley (1850-1944) fue la mujer de Alfred Marshall, a quien debemos gran parte de lo que explicamos en las clases de economía: curvas de oferta y demanda, elasticidades, excedente del consumidor...

Sin duda, Alfred Marshall (1842-1924) es uno de los grandes economistas de la historia, pero también sin duda uno de los que tuvo un comportamiento más mezquino con su mujer. Paley era una joven y brillante profesora de Cambridge que tuvo la idea de escribir un libro de economía para explicar sus principios... Su marido Alfred se metió en el proyecto, y como resultado escribieron un manual que llevaba el nombre de los dos y fue un éxito de ventas durante años. Pero... ¡Alfred lo retocó y lo sacó con otro nombre, eliminando a su mujer de la autoría!».

Mary Paley



Fuente: <https://sheroesofhistory.wordpress.com/2016/10/20/mary-paley-marshall/>.

En 1874, Mary Paley se licenció en Cambridge con matrícula de honor y se convirtió en la primera mujer profesora en esa universidad.

En 1927, tres años después del fallecimiento de su marido, recibió con 77 años el doctorado honorífico por la Universidad de Bristol.

3. La teoría de la agencia

La separación de la propiedad y la gestión genera los denominados **problemas de agencia**: la no coincidencia de intereses entre los accionistas y los directivos. El propietario (empresario o accionista) ha puesto el capital, por lo que le interesa maximizar el valor de su empresa, mientras que los agentes (directivos profesionales) pueden tener otros intereses.

El problema fue planteado por primera vez por Berle y Means (1932), al describir que, en las grandes empresas, el capital está repartido entre un gran número de accionistas, que no tienen capacidad para controlar el trabajo de los directivos profesionales que las gestionan. Pero no sería hasta la década de los setenta cuando empezó a desarrollarse (Ross, 1973; Jensen y Meckling, 1976), al establecerse la terminología actual y definir el problema en el sentido de que una relación de agencia supone un contrato explícito en el que una parte, el agente, toma decisiones en nombre del principal.

En 2016, el Premio Nobel de Economía se otorgó a Bengt Holmstrom y Oliver Hart por su teoría de contratos, que entre otras aplicaciones estudia cómo fijar las retribuciones de los directivos de una empresa, de modo que se beneficie a los accionistas y se consiga un mayor valor a largo plazo.

Un Nobel para la teoría de contratos: Hart y Holmstrom

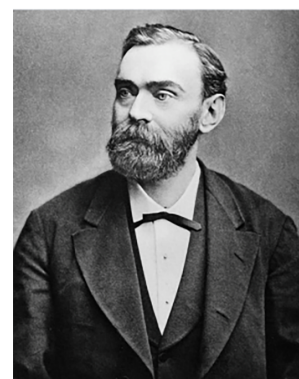
D. García (2016). *Nada es gratis*. «Un Nobel para la Teoría de Contratos: Hart y Holmstrom».

«Holmstrom y Hart han realizado contribuciones esenciales al estudio del diseño de contratos en situaciones en las que una de las partes tiene la capacidad o el deber de actuar en beneficio de la otra (contratos de agencia). Algunos ejemplos clásicos son el trabajador que produce para su empleador, el directivo que representa los intereses de sus accionistas o el político que toma decisiones para su electorado. El trabajo de Holmstrom se centra en aquellas situaciones en las que las partes tienen la capacidad de firmar contratos completos, describiendo los pagos que hay que realizar en cada contingencia futura, mientras que Hart se especializó en situaciones en las que los contratos son incompletos y una de las partes posee el derecho a decidir en caso de que hubiera una contingencia imprevista.

En su artículo “Moral Hazard and Observability” (1979), Holmstrom analiza la relación entre un trabajador, que es averso al riesgo, y su empleador, cuando este último no puede observar directamente el esfuerzo del primero, pero sí tiene acceso a varias medidas de su productividad. Por ejemplo, el propietario de un concesionario de coches no puede observar el esfuerzo que ponen sus vendedores pero sí sabe cuántos coches venden, a qué precio, etc. El problema fundamental es el conflicto entre el riesgo que sufre el trabajador, si su compensación es variable, y sus incentivos para esforzarse, si su compensación es fija. Holmstrom muestra que los vendedores deben ser retribuidos de acuerdo con sus resultados, pero el contrato solo debe incluir aquellas variables en las que el trabajador pueda influir directamente y cada variable debe pesar de acuerdo con su nivel de correlación con el esfuerzo».

[En línea]. [Fecha de consulta: 7 de julio de 2020]. <https://nadaesgratis.es/admin/un-nobel-para-la-teoria-de-contratos-hart-y-holmstrom>

El Premio Nobel de Economía no es un Premio Nobel



Alfred Nobel
Fuente: Wikipedia.

Alfred Nobel no lo estableció en su testamento en 1895, por lo que técnicamente no es un Premio Nobel. Su nombre oficial es: «Premio del Banco de Suecia en Ciencias Económicas en memoria de Alfred Nobel».

4. Funciones y objetivos de la empresa

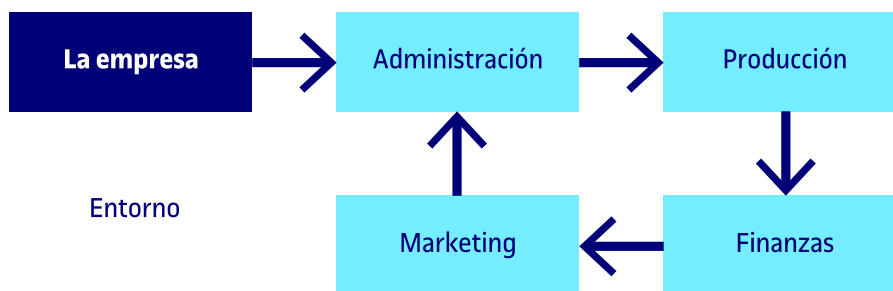
En una economía de mercado, la empresa cumple con las siguientes funciones generales:

- Organiza y dirige el proceso de producción.
- Asume riesgos técnico-económicos inherentes a la anterior función.

El desarrollo de la actividad empresarial supone el desempeño de numerosas tareas, muchas de las cuales se han convertido en áreas de trabajo a las que se les suele denominar *funciones empresariales*.

Existen distintos modos de agrupar estas tareas; nosotros vamos a dividir las en cuatro bloques principales (figura 5):

Figura 5. Funciones empresariales



Fuente: elaboración propia.

1) Administración

Coordina y optimiza los recursos de la empresa con el fin de lograr los objetivos de una manera eficiente. Las principales etapas del proceso administrativo son: planificación, organización, dirección y control.

2) Producción

Es la transformación mediante tecnología de factores de producción (*inputs*) en bienes y servicios (*outputs*). Incluimos también la función logística de aprovisionamiento y distribución.

3) Marketing

Es la función empresarial que se ocupa del cliente; busca satisfacer sus necesidades y crear relaciones con él.

4) Finanzas

La función financiera se ocupa de la captación y aplicación de los fondos necesarios para desarrollar la actividad productiva.

Estas **funciones** cada empresa las define y las lleva a cabo de una manera determinada. Así, en una empresa pequeña, puede que una persona absorba varias funciones, por ejemplo, el directivo puede asumir las funciones de administración y finanzas. Respecto a los **objetivos empresariales**, tradicionalmente se consideraba que **el objetivo principal de la empresa era lograr el máximo beneficio**, y se añadían otros objetivos secundarios, como la rentabilidad o el crecimiento en el mercado. Bajo esta concepción el fin era muy claro: lograr vender el producto al máximo precio posible, reduciendo al mínimo los costes.

Pero esta visión implica que el valor se crea en el interior de la fábrica, y no tiene nada que ver el cliente. Estuvo principalmente vigente durante la primera mitad del siglo xx (taylorismo), en un momento en el que la demanda de bienes era muy superior a la oferta, por lo que el principal desafío empresarial era el aumento continuo de la productividad. Sin embargo, actualmente el objetivo principal de las empresas se define como **la creación de valor**.

4.1. La creación de valor

Aunque es cierto que una empresa sin beneficios no puede sobrevivir en el mercado, la obtención del beneficio es una consecuencia de **crear valor para el cliente**. No hay que olvidar que el cliente es quien define en última instancia si un producto tiene calidad o no (figura 6).

Figura 6. La creación de valor



Fuente: elaboración propia.

Así, cuando la oferta de productos comienza a superar la demanda, las reglas del juego cambian. Una fecha crítica es 1954, con la publicación del libro de Peter Drucker *La práctica de la administración*, que supone un giro total en la visión de la creación de valor. Con esta obra se pone de manifiesto que maximizar el beneficio es una visión empresarial interna y muy limitada, orientada únicamente al proceso productivo, mientras que **crear valor implica orientar la empresa al exterior de la fábrica, a la satisfacción de los clientes**. Antes, el precio de venta se fijaba a partir del coste de producción, mientras que

El taylorismo

El **taylorismo** o administración científica del trabajo tiene su origen a principios del siglo xx y sus principios se orientan básicamente a la mejora de la eficiencia de los procesos internos de la organización.

Peter Drucker



Fuente: Wikipedia.

Peter Drucker está considerado el padre de la administración de empresas (*management*).

«La gerencia es una práctica, antes que una ciencia o una profesión, aunque contiene elementos de ambas». *La práctica de la administración* (1954).

ahora el punto de partida es el valor que percibe el cliente, que determina su disposición a pagar. En la figura 7 se resume cómo ha evolucionado el objetivo de creación de valor en la empresa.

Figura 7. El enfoque del marketing



Fuente: elaboración propia.

4.2. Empresa e innovación

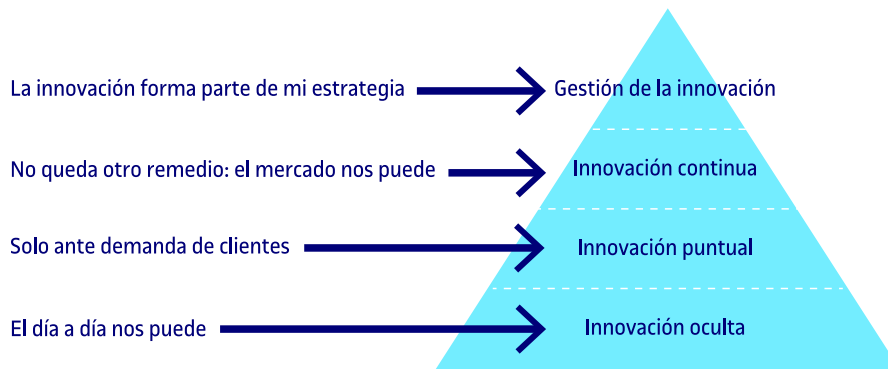
Todas las empresas –de un modo u otro– innovan, ya que su competitividad y supervivencia dependen de ello (ver figura 8). La Cámara de Comercio de España (2020) distingue entre:

- La innovación como **proceso** por el que se transforma una idea en un producto o servicio novedoso en el mercado, o por el que se incorpora un novedoso proceso de fabricación o nuevos métodos de organización o de comercialización en la empresa (capacidad de innovación de la empresa).
- La innovación como la **actividad** por la cual resultados derivados de la investigación y el desarrollo (conocimientos, prototipos) son lanzados hacia el mercado en forma de nuevos productos o servicios, o bien son transformados en nuevos procesos en la empresa (I+D+i).

Lectura recomendada

Ministerio de Industria. *La innovación empresarial en España*: <http://www.ipyme.org/Publicaciones/innovacion2005.pdf>.

Figura 8. Empresa e innovación



Fuente: Cámara de Comercio de España (2020).

4.3. El modelo de negocio

Un modelo es una representación simplificada de algo real y un modelo de negocio se solía definir como el modo en que la empresa ganaba dinero, era la lógica que subyacía en el sustento económico de las organizaciones. Alex Osterwalder e Yves Pigneur, en *Generación de modelos de negocio* (2011), redefinieron el concepto:

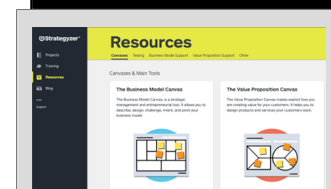
Modelo de negocio

«Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor».

Su libro popularizó el lienzo de modelos de negocio (*business model canvas*), una herramienta que facilita comprender y trabajar con el modelo de negocio desde un punto de vista integrado, que entiende la empresa como un todo. El lienzo se compone de nueve bloques, que representan las áreas clave de una empresa y que debemos estudiar en nuestro modelo de negocio: propuesta de valor, segmentos de clientes, canales, relaciones con los clientes, flujo de ingresos, recursos clave, actividades clave, socios clave y estructura de costes.

Osterwalder comparte en su web [strategyzer.com](https://www.strategyzer.com) un modelo de *canvas* para descargar y usar libremente (figura 9).

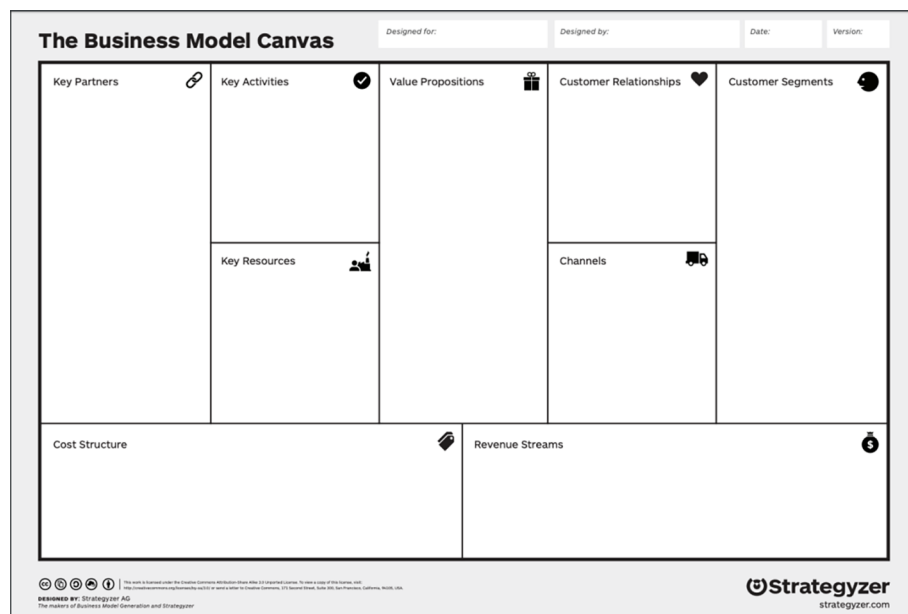
Web recomendada



Fuente: [strategyzer.com](https://www.strategyzer.com).

Web de Alex Osterwalder, en la que se pueden descargar gratuitamente muchos recursos relacionados con el lienzo de negocios: <https://www.strategyzer.com/>.

Figura 9. Canvas



Fuente: Alex Osterwalder (2020).

Las cuatro áreas críticas del *canvas*

J. Jiménez Criado (2019). *Cultura Emprendedora y Empresarial*. Editorial Compartiendo Conocimiento.

«El lienzo de modelo de negocio (*business model canvas*) es una herramienta imprescindible para tu “caja” que te permite entender y elaborar un modelo de negocio teniendo una imagen del proyecto (sea empresa o no) como un todo.

¿Qué te vas a encontrar en el lienzo (hoja)?

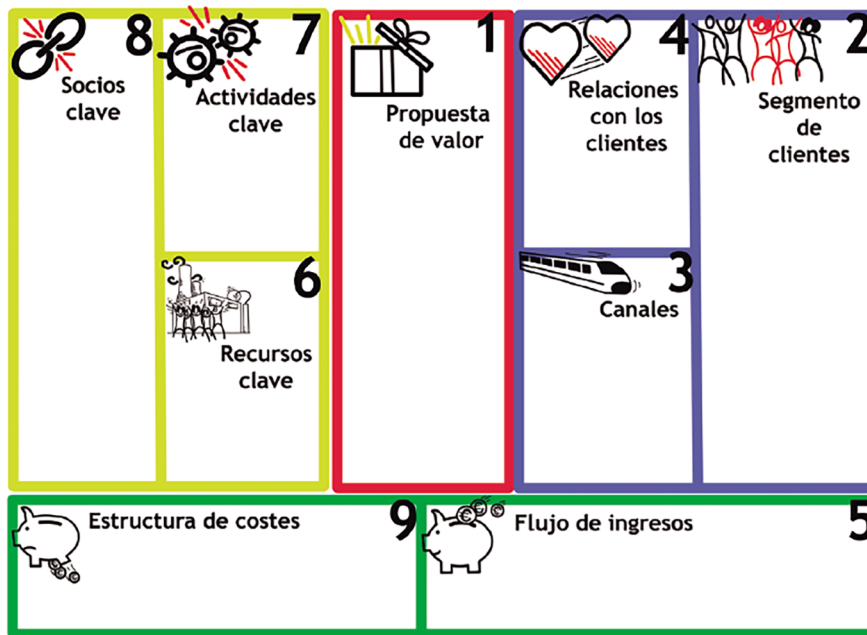
Cuatro áreas críticas (ver figura 10) que cubren todo proyecto y se traducen en nueve módulos (piezas del puzzle-lienzo). Es decir:

1) Lo que ofrecemos (bien o servicio). Le dedicaremos una «pieza» (1), que será la propuesta de valor (en color rojo en el gráfico).

2) A quién lo ofrecemos (nuestros clientes). Requerirá tres piezas: (2) segmentos de clientes, (3) canales y (4) relaciones con los clientes (en color azul en el gráfico).

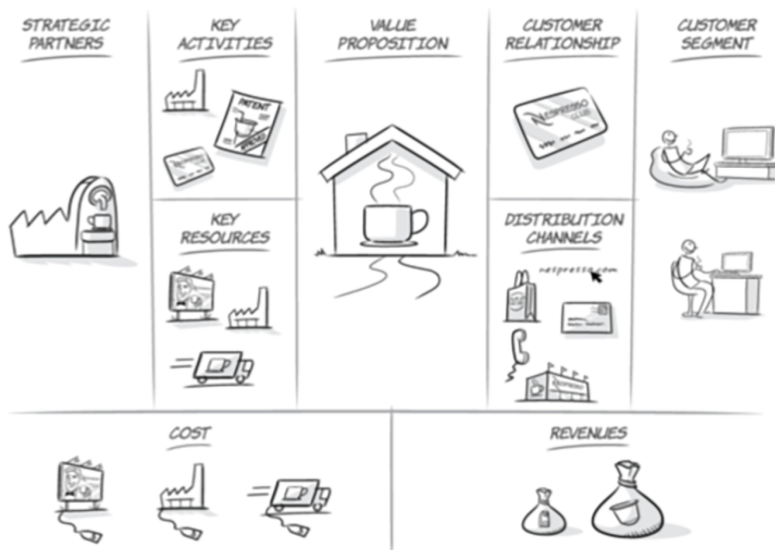
3) Tu tinglado (soporte del proyecto). Requerirá otras tres piezas: (6) recursos clave, (7) actividades clave y (8) socios clave (en color amarillo en el gráfico).

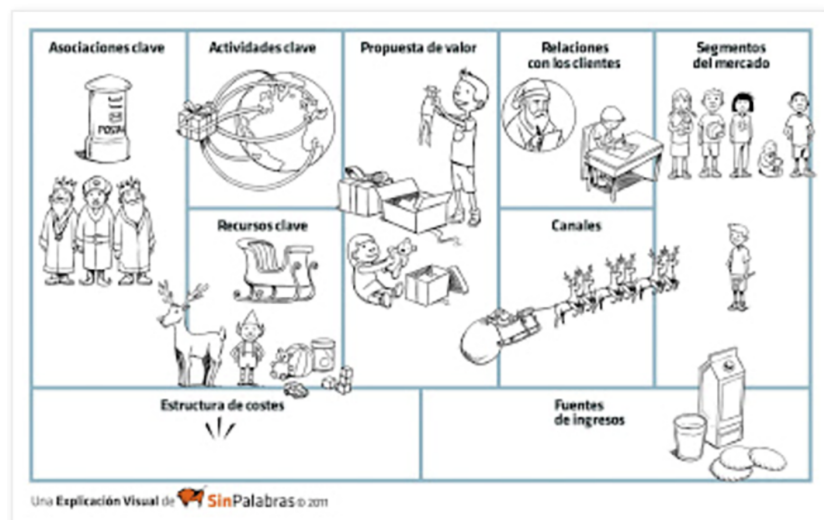
4) Tus números (viabilidad). Aquí necesitamos las dos últimas piezas: (5) flujo de ingresos y (9) estructura de costes (en color verde en el gráfico)».

Figura 10. *Canvas*

Fuente: Jiménez Criado (2019).

Ejemplos de aplicaciones del modelo de *canvas*

Ejemplo de aplicación del *canvas* a NESPRESSOFuente: <https://javiermegias.com/blog/2011/11/herramientas-el-lienzo-de-modelos-de-negocio-business-model-canvas/>.

Ejemplo de aplicación del *canvas* a Santa Claus y los Reyes Magos

Fuente: <http://sinpalabras-wordless.blogspot.com/2011/12/dos-modelos-de-negocio-con-exito-en.html>.

A continuación, vamos a describir cada una de las piezas del *canvas*:

1) Propuesta de valor

La propuesta de valor se centra en el problema que pretendemos solucionar al cliente y cómo le damos respuesta con los productos o servicios de nuestra empresa.

2) Segmento de clientes

Los clientes son la base del modelo de negocio. Hay que definir si nos dirigimos a un nicho concreto del mercado o al público en general.

3) Canales

Los canales son las vías por la que pretendemos llevar nuestra propuesta de valor a cada segmento de cliente elegido.

4) Relaciones con los clientes

Describe la naturaleza de la relación que establecemos con ellos, especificando cómo vamos a adquirir, retener y hacer crecer nuestra cartera de clientes.

5) Flujo de ingresos

Es el efectivo que generamos de un determinado segmento de clientes.

6) Recursos clave

Para llevar nuestra propuesta al mercado debemos emplear una serie de recursos de diferente naturaleza.

7) Actividades clave

Son las actividades internas de la empresa que permiten entregar a nuestro cliente la propuesta de valor por una serie de canales y con un tipo concreto de relaciones.

8) Socios clave

Debemos definir las alianzas necesarias con empresas o profesionales para ejecutar nuestro modelo de negocio con garantías.

9) Estructura de costes

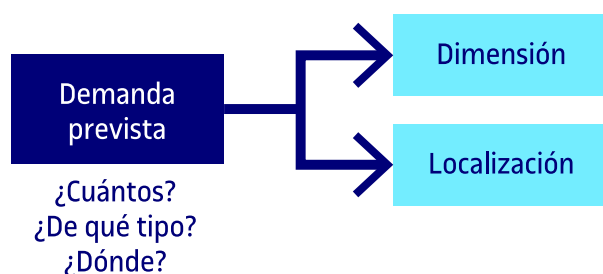
Consiste en identificar y ordenar todos los costes que se originan de los recursos y actividades clave para dar forma a una estructura.

5. Localización y dimensión empresarial

La empresa ha de decidir dónde se ubica y con qué tamaño o dimensión (ver figura 11). Normalmente estas decisiones se toman de manera conjunta y dependen de la demanda prevista:

- ¿Cuántos clientes tendrá?
- ¿Qué tipo de clientes serán?
- ¿Dónde estarán?

Figura 11. Dimensión y localización



Fuente: elaboración propia.

La dimensión y la ocupación

La **dimensión** de la empresa es su capacidad productiva potencial.

La **ocupación** es la capacidad productiva realmente utilizada en un momento determinado.

Localización

La localización de una instalación es el proceso de elegir un lugar geográfico para realizar sus operaciones.

La decisión de localización depende de una gran variedad de factores. El primer determinante suele ser si estamos ante una empresa comercial o industrial.

1) Empresa industrial

a) **Coste del terreno:** suelen ocupar grandes dimensiones y el terreno es más asequible lejos de las ciudades que en el centro de estas.

b) **Mano de obra cualificada:** facilidad y coste de acceder a trabajadores cualificados para su proceso productivo.

c) **Acceso a las materias primas:** facilidad y coste para adquirir las materias primas necesarias para su proceso productivo.

d) **Infraestructura y suministros:** disponibilidad de suministros como agua, electricidad y fibra óptica. Fácil acceso para que los proveedores puedan suministrar las materias primas.

Economías de aglomeración

Se denominan economías de aglomeración a las ventajas y los beneficios que aparecen cuando empresas e individuos se concentran en una determinada localización geográfica.

2) Empresa comercial

a) **Coste del local:** es importante no renunciar a estar cercano a la demanda.

b) **Accesibilidad:** fácil acceso para los clientes y disponibilidad de aparcamientos o servicios de transporte público.

c) **Actividades complementarias:** localizaciones en las que existen ofertas de servicios que proporcionan un valor añadido a nuestro establecimiento. Por ejemplo, los centros comerciales, donde existen zonas de entretenimiento (cine, bolera...), restaurantes, etc.

Reducir al máximo el **coste de fabricación** suele ser el principal factor que cabe considerar en la localización industrial. La facilidad para **acceder al cliente** suele ser el factor determinante en la localización comercial.

5.1. Método de localización de los factores ponderados

Existen diferentes métodos de localización, y aquí explicaremos el de los factores ponderados por ser uno de los más didácticos. Este método realiza un análisis cuantitativo comparando las distintas alternativas de localización. Sigue los siguientes pasos:

- 1) Identificar los factores relevantes en la decisión de localización.
- 2) Asignar una ponderación a cada factor.
- 3) Fijar una escala de puntuación a cada factor.
- 4) Calificar cada alternativa de localización de acuerdo con la escala diseñada y multiplicar las calificaciones por las ponderaciones.
- 5) Sumar los puntos de cada alternativa de ubicación.
- 6) Elegir la ubicación con mayor puntuación.

Ejemplo resuelto

Factores	Peso relativo %	Alternativas	
		A	B
Costes instalación	50	8	6
Costes laborales	20	3	4
Proximidad a proveedores	10	2	5
Coste transporte	20	2	3
Total	100	5,2	4,9

Aplicando $P_i = \sum w_j \times P_{ij}$ se obtienen los valores de la tabla

Alternativa A = $8 \times 0,5 + 3 \times 0,2 + 2 \times 0,1 + 2 \times 0,2 = 5,2$

Alternativa B = $6 \times 0,5 + 4 \times 0,2 + 5 \times 0,1 + 3 \times 0,2 = 4,9$

Elegimos la alternativa A por tener la mayor puntuación.

Observamos que, aunque la alternativa B puntúa mejor en tres de los cuatro factores, al puntuar menos en el factor de más ponderación, se ve relegada al segundo puesto.

6. Criterios para clasificar las empresas

Existen diferentes criterios para clasificar a las empresas: la propiedad del capital, el tamaño, el objeto de su actividad, el sector productivo, el destino de los beneficios, la zona geográfica y la forma jurídica.

1) Según quién posea el capital

a) Privadas: pertenecen a particulares, con la peculiaridad de que en ocasiones sus propietarios son también sus trabajadores.

b) Públicas: cuando el capital pertenece al Estado, comunidades autónomas, Diputaciones, Ayuntamientos o algunos de los organismos dependientes de estas instituciones. Su finalidad no es el beneficio económico, sino prestar un servicio social. Por ejemplo, Correos o Renfe.

c) Mixtas: si la titularidad es compartida entre organismos públicos y particulares. Ejemplo AENA (Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea).

2) Según su tamaño

Atendiendo a su tamaño, se acepta generalmente una división de la empresa que distingue entre microempresa, pequeña, mediana y gran empresa. Los criterios limitadores entre cada una de estas categorías, fijados por la Recomendación de la Comisión Europea (2003/361/CE), son los siguientes:

Categoría de empresa	Número de trabajadores	Volumen de negocio	Balance general
Microempresa	< 10	≤ 2 millones €	≤ 2 millones €
Pequeña empresa	≥ 10 y < 50	≤ 10 millones €	≤ 10 millones €
Mediana empresa	≥ 50 y < 250	≤ 50 millones €	≤ 43 millones €
Gran empresa	≥ 250	≥ 50 millones €	≥ 43 millones €

Como observamos en la tabla siguiente, autónomos y pyme constituyen casi el 100 % del tejido empresarial de España.

Correos

Correos, legalmente Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S. A., S.M.E., es una empresa de capital 100 % público, cuyo propietario es el Estado español y que funciona a través de la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales, cuyas actividades se ajustan al ordenamiento jurídico privado.

Lectura recomendada



Guía del usuario sobre la definición del concepto de pyme. http://publications.europa.eu/resource/cellar/79c0ce87-f4dc-11e6-8a35-01aa75ed71a1.0006.03/DOC_1.

Empresas por tamaño	Número de empresas
Autónomos (pyme sin asalariados)	1.559.798
Pyme (1-249 asalariados)	
• Microempresas (1-9 asalariados)	1.143.015
• Pequeñas (10-49 asalariados)	154.738
• Medianas (50-248 asalariados)	24.508
Grandes (250 o más asalariados)	4.700
Total empresas	2.886.759

Empresas inscritas en la Seguridad Social en 2019 (ipyme.org)

¿Cuál es el porcentaje de autónomos y pymes sobre el total de empresas?

Pues si las grandes empresas son el dos por mil de las empresas,

$$\frac{4.700}{2886759} = 0,002$$

¡autónomos y pymes son el 99,98 % del tejido empresarial!

3) Según el objeto de su actividad

a) Empresas productoras de bienes: pueden subdividirse en empresas agrícolas, extractivas, artesanales, industriales de fabricación de bienes de equipo, industriales de fabricación de bienes de consumo, etc.

b) Empresas prestadoras de servicios: se subdividen en empresas comerciales (mayoristas y minoristas), de transporte, de seguros, financieras, de ocio y cultura, de enseñanza, de comunicaciones, etc.

4) Según el sector en el que actúa

a) Empresas del sector primario: engloba aquellas empresas cuya actividad se relaciona con la agricultura, caza, pesca, acuicultura, apicultura, agricultura, minería y actividad forestal.

b) Empresas del sector secundario: empresas dedicadas a la actividad industrial, a la transformación y elaboración de bienes y servicios: empresas de textil, metalúrgica, panaderías, etc.

c) Empresas del sector terciario: incluye aquellas empresas cuyo resultado no es algo material obtenido mediante un proceso de transformación de materias primas. Por lo tanto, son empresas dedicadas a ofrecer un servicio: peluquería, transporte (taxi, autobús), discotecas, restaurantes, hospitales, educación, agencias de viajes, hoteles, etc.

5) Según el destino de los beneficios

a) Empresas con ánimo de lucro: empresas cuyo fin es obtener beneficios. Ejemplos: supermercados, despachos de abogados... la mayoría de las empresas que conocéis.

b) «Empresas» sin ánimo de lucro: organizaciones cuya actividad o beneficio está destinado a fines sociales. Conocidas como «el tercer sector», son las instituciones sin fines de lucro al servicio de los hogares (ISFLSH). En el tercer sector trabajan en España más de treinta mil entidades y dos millones de personas.

6) Según la zona geográfica donde actúan

a) Empresa local: desarrolla su actividad en una zona en concreto. Por ejemplo, la confitería de una pequeña ciudad o la tienda de ropa de un pueblo.

b) Empresa regional: desarrolla su actividad en varias localidades o provincias de una misma comunidad autónoma.

c) Empresa nacional: desarrolla su actividad en un país en concreto.

d) Empresa multinacional: empresas con filiales en otros países, ya sean puntos de producción o venta.

Incluido	No incluido
• Cooperativas sociales • Entidades singulares¹ • Residencias para colectivos en riesgo de exclusión • Fundaciones • ONGD • Centros especiales de empleo e inversión • Asociaciones de utilidad pública	• Colegios e instituciones educativas • Cofradías pescadores • Sindicatos y partidos políticos • Museos • Residencias para la tercera edad • Iglesias • Asoc. deportivas de carácter profesional, empresariales y profesionales
 Acción social  Medio ambiente  Cooperación internacional ²	

El tercer sector

1. Entidades singulares: Cáritas, Cruz Roja y Fundación ONCE. 2. En cooperación internacional se incluye desarrollo, emergencias, derechos humanos y paz. Fuente: Fundación PWC.

7. La forma jurídica de la empresa

La forma jurídica es la modalidad legal que una empresa elige para llevar a cabo su actividad económica. Podemos distinguir entre las personas físicas (o naturales) y las jurídicas. Siguiendo el *Diccionario del español jurídico* de la RAE (2020):

Persona física

Individuo con capacidad para ser titular de derechos y cumplir con obligaciones.

Persona jurídica

Institución dotada de personalidad propia e independiente y plena capacidad para el cumplimiento de sus fines, creada por leyes o conforme a lo establecido en estas.

Continuando con el *Diccionario de español jurídico* de la RAE (2020):

Personalidad jurídica

Cualidad de la que deriva la aptitud para ser titular de derechos y obligaciones y el reconocimiento de capacidad jurídica y de obrar. Corresponde a toda persona, sea física o jurídica.

Las personas físicas o naturales tienen personalidad desde su nacimiento, mientras que las sociedades adquieren personalidad jurídica tras la escritura pública ante notario y su inscripción en el Registro Mercantil.

Registro Mercantil

El Registro Mercantil es la institución en la que se inscriben los hechos y actos relativos a los empresarios individuales y a las sociedades mercantiles, con el fin de dar publicidad a estos de forma que puedan ser conocidos por las personas que contraten con ellos.

Enlaces recomendados

Persona física. Definición en el *Diccionario del español jurídico*: <https://dpej.rae.es/lema/persona-fisica>.

Persona jurídica. Definición en el *Diccionario del español jurídico*: <https://dle.rae.es/empresario>.

Enlace recomendado

Personalidad jurídica. Definición en el *Diccionario del español jurídico*: <https://dpej.rae.es/lema/persona-juridica>.

Enlace recomendado

Registro Mercantil. Definición en el *Diccionario del español jurídico*: <https://dpej.rae.es/lema/registro-mercantil>.

7.1. Empresario individual (autónomo)

El empresario individual es una persona física que realiza en nombre propio y por medio de una empresa una actividad comercial, industrial o profesional con finalidad lucrativa.

Las **características** que debe cumplir una persona para ser autónomo son las siguientes:

- Realizar la actividad de manera habitual y en nombre propio.
- Ser mayor de edad o mayor de 16 años emancipado.
- No requerir un capital mínimo para empezar el negocio.
- Control total de la empresa por parte del propietario al dirigir personalmente el negocio.
- Responder de las deudas contraídas con todo su patrimonio, presente y futuro. Por lo tanto, su responsabilidad es ilimitada frente a las deudas contraídas. De la misma manera, si está casado sin separación de bienes, su cónyuge responderá con su patrimonio de las deudas contraídas por parte del autónomo; no obstante, el cónyuge podrá negarse haciéndolo constar en una escritura pública en el Registro Mercantil.
- Tributar a través del impuesto sobre la renta de la persona física (IRPF).
- La razón social es el nombre y apellidos del empresario. El nombre comercial puede diferir del nombre personal.
- Los empresarios individuales no están obligados a inscribirse en el Registro Mercantil, aunque pueden hacerlo si lo desean.

El emprendedor de responsabilidad limitada y el autónomo dependiente

La Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de Apoyo a los Emprendedores y su Internacionalización, creó la figura del emprendedor de responsabilidad limitada, a la que daba la posibilidad de limitar su responsabilidad sobre su vivienda habitual, siempre y cuando su valor sea inferior a los 300.000 €.

Por otro lado, también se distingue la figura del autónomo dependiente (TRADE) como aquel que realiza una actividad económica o profesional a título lucrativo y de forma habitual, personal, directa y predominante, para una persona física o jurídica denominada cliente, del que depende económicamente en, al menos, un 75 % de sus ingresos.

Se denomina **falso autónomo** al trabajador que tiene las obligaciones del autónomo (darse de alta en el Régimen Especial de Autónomos de la Seguridad Social) y las del trabajador por cuenta propia, y sin embargo no disfruta de los derechos del resto de la plantilla, precisamente por su condición de autónomo.

Web recomendada



En ipyme.org (web del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo), podemos ver actualizadas las características de las distintas formas jurídicas: <http://www.ipyme.org>

7.2. Comunidad de bienes

La comunidad de bienes se constituye cuando la propiedad de un bien o derecho pertenece proindiviso a varias personas y forma parte de una actividad empresarial realizada en común. Es la forma más sencilla de asociación entre autónomos.

Sus **características fundamentales** son las siguientes:

- El número mínimo de socios es dos.
- La responsabilidad es ilimitada.
- No existe un capital mínimo. Pueden aportarse solamente bienes, pero no puede aportarse solo dinero o trabajo.
- Tributa a través del impuesto sobre la renta de las personas físicas.
- Para ejercer la actividad, se requiere la existencia de un contrato privado en el que se detalle la naturaleza de las aportaciones y el porcentaje de participación que cada comunero tiene en las pérdidas y ganancias de la comunidad de bienes.
- La comunidad se constituirá mediante escritura pública cuando se aporten bienes inmuebles o derechos reales.

7.3. Sociedad civil

Contrato por el que dos o más personas ponen en común capital, con el propósito de repartir entre sí las ganancias.

Sus **características fundamentales** son las siguientes:

- El capital está formado por las aportaciones de los socios, tanto en dinero como en bienes o trabajo, servicios o actividad en general.
- Podrá tener o no personalidad jurídica propia en función de que sus pactos sean públicos o secretos. La Agencia Tributaria considera que tienen personalidad jurídica cuando se manifiestan como tales en el momento de solicitar el número de identificación fiscal (NIF), es decir, cuando lo mencionan en el acuerdo de voluntades.
- Cuando los pactos sean secretos se registrarán por las disposiciones relativas a la comunidad de bienes.
- La sociedad se constituirá mediante escritura pública cuando se aporten bienes inmuebles o derechos reales.
- El número mínimo de socios es de dos y la responsabilidad de estos es ilimitada.
- Los socios pueden ser de dos clases: capitalistas o industriales.
- La razón social puede ser cualquier nombre elegido por los socios.
- No existe un capital mínimo legal.
- Tributa por el impuesto sobre sociedades o IRPE.

La escritura pública

La escritura pública debe realizarse obligatoriamente ante notario, y los otorgantes de la escritura son los socios, o bien sus representantes legales o apoderados.

7.4. Sociedad colectiva

Sociedad mercantil de carácter personalista en la que todos los socios, en nombre colectivo y bajo una razón social, se comprometen a participar, en la proporción que establezcan, de los mismos derechos y obligaciones, y responden subsidiaria, personal y solidariamente de las deudas sociales.

Sus **características fundamentales** son las siguientes:

- Todos los socios participan en la sociedad en plano de igualdad.
- Al socio colectivo que aporta «bienes» a la sociedad se le denomina «socio capitalista»; al que solamente aporta «industria» (trabajo, servicios o actividad en general), «socio industrial». Los socios industriales participan en las ganancias de la sociedad, pero no en las pérdidas, salvo pacto expreso.
- El número mínimo de socios es de dos.

- No se requiere un capital mínimo para constituirse.
- Responsabilidad ilimitada de todos los socios colectivos, que responden solidariamente (se le puede exigir la totalidad de las deudas a cada uno de los socios) entre ellos y subsidiariamente respecto a la sociedad, de todas las deudas sociales.
- Tributa por el impuesto sobre sociedades.
- Funciona bajo un nombre colectivo o razón social. Ejemplo: López y Sánchez, SC.

7.5. Sociedad comanditaria simple

Sociedad mercantil de carácter personalista que se define por la existencia de socios colectivos que aportan capital y trabajo y responden subsidiaria, personal y solidariamente de las deudas sociales, y de socios comanditarios que solamente aportan capital y cuya responsabilidad estará limitada a su aportación.

Sus **características fundamentales** son las siguientes:

- El número mínimo de socios es dos.
- Existen dos tipos de socios:
 - **Socios colectivos:** intervienen directamente en la gestión de la sociedad y responden de forma personal, solidaria e ilimitada de las deudas.
 - **Socios comanditarios:** realizan una aportación económica a la sociedad y participan únicamente en los resultados económicos, sin intervenir en la gestión (responsabilidad limitada).
- No existe un capital mínimo para constituir la sociedad.
- Tributa por el impuesto sobre sociedades.

7.6. Sociedad de responsabilidad limitada (SL o SRL)

Sociedad capitalista en la que el capital social está dividido en participaciones sociales, indivisibles y acumulables.

Sus **características fundamentales** son las siguientes:

- El número mínimo de socios para constituirse es de uno.

Las sociedades limitadas

Las sociedades limitadas y anónimas se denominan capitalistas porque los socios no intervienen en principio en la gestión, sino que aportan solo capital y tienen por ello responsabilidad limitada.

- Su responsabilidad está limitada al capital aportado.
- El capital mínimo para constituirse es de 3.000 €, que debe estar totalmente suscrito y desembolsado.
- Tributa por el impuesto sobre sociedades.
- Se limita la venta de las participaciones sociales a terceros ajenos a la empresa.

Sus **órganos sociales** son los siguientes:

- **Junta General de socios:** incluye a todos los socios. Algunas de sus funciones son la aprobación de las cuentas anuales, la modificación de los estatutos sociales, la reducción del capital social y la disolución de la sociedad.
- **Los administradores:** pueden ser socios o no, y se encargan de la gestión de la empresa y de representarla frente a terceros.

7.6.1. Sociedad limitada de formación sucesiva

Sociedad de carácter mercantil, sin capital mínimo, de régimen idéntico al de las sociedades de responsabilidad limitada, excepto ciertas obligaciones tendientes a garantizar una adecuada protección de terceros.

Por ejemplo, límites a la retribución de socios y administradores o responsabilidad solidaria de los socios en caso de liquidación.

Sus **características fundamentales** son las siguientes:

- El número mínimo de socios es uno.
- La responsabilidad de los socios es limitada al capital aportado.
- Tributa por el impuesto sobre sociedades.
- No existe capital social mínimo; hasta que se alcance la cifra de capital social de 3.000 €, la sociedad estará sujeta al régimen de formación sucesiva. Es decir, la sociedad perderá la calificación de formación sucesiva cuando se alcance el capital mínimo legal (3.000 €).

Lectura recomendada

La SA y la SL se rigen por la Ley de Sociedades de Capital de 2010: <https://www.boe.es/eli/es/rdlg/2010/07/02/1/con>

7.6.2. Sociedad limitada nueva empresa (SLNE)

La sociedad limitada nueva empresa es una especialidad de la sociedad limitada cuya finalidad es crear empresas pequeñas de manera rápida y sencilla. Puede constituirse de forma telemática o presencial en 48 horas.

Sus **características fundamentales** son las siguientes:

- El número mínimo de socios es uno y el máximo, cinco.
- La responsabilidad de los socios es limitada al capital aportado.
- El capital mínimo para constituirse es de 3.000 € y el máximo es de 120.000 €.
- Tributa por el impuesto sobre sociedades.
- Su capital social está dividido en participaciones sociales y la responsabilidad frente a terceros está limitada al capital aportado.
- 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 «SLNE».
- Medidas fiscales para ayudar a superar los primeros años de actividad empresarial.
- El objeto social es genérico.
- Los órganos sociales son más sencillos que en la SL.
- El libro de registro de socios no es obligatorio.
- Durante los tres meses posteriores a la constitución se puede modificar la denominación social a coste cero.

Web recomendada



7.7. Sociedad anónima (SA)

Sociedad capitalista en la que el capital social, dividido en acciones, está integrado por las aportaciones de los socios, que no responden personalmente de las deudas sociales.

Sus **características fundamentales** son las siguientes:

- El número mínimo de socios para constituir la sociedad es de uno.

- La responsabilidad de los accionistas está limitada al capital aportado.
- Tributa por el impuesto sobre sociedades.
- El capital mínimo para su constitución es de 60.000 €, que debe estar totalmente suscrito y desembolsado al menos en un 25 %. El capital pendiente de desembolsar es el dividendo pasivo.
- Constitución formalizada mediante escritura pública y posterior inscripción en el Registro Mercantil. En la denominación deberá figurar necesariamente la expresión «Sociedad Anónima» o «S. A.».

Sus **órganos sociales** son los siguientes:

1) **Junta General de accionistas:** es un órgano constituido por todos los accionistas y en el que se decide por mayoría sobre los asuntos sociales. Esta junta puede adoptar varias formas:

a) **Junta General Ordinaria**, que se reúne dentro de los seis primeros meses de cada ejercicio para aprobar o censurar la gestión social, aprobar las cuentas del ejercicio anterior y resolver sobre la aplicación del resultado.

b) **Junta Extraordinaria**, que deberá ser convocada por los administradores cuando lo estimen conveniente para los intereses sociales, o cuando lo solicite un número de socios titulares de, al menos, un 5 % del capital social.

2) **Administradores:** es un órgano ejecutivo encargado de la gestión permanente de la sociedad y de representar a esta en sus relaciones con terceros. Los administradores pueden ser personas físicas o jurídicas y, a menos que los estatutos dispongan lo contrario, no se requiere que sean accionistas.

Facultades y deberes de los administradores:

- Convocar las juntas generales.
- Informar a los accionistas.
- Formular y firmar las cuentas anuales y redactar el informe de gestión.
- Depositar las cuentas en el Registro Mercantil.

Derechos de los accionistas:

- Participar en el reparto del beneficio (dividendo activo).
- Derecho a voto en función del capital social poseído.

Lectura recomendada

Javier Goizueta. «Los riesgos de administrar una empresa en España».

«Desde hace años administrar una sociedad mercantil se ha convertido en un deporte de riesgo».

https://blogs.elconfidencial.com/economia/tribuna/2018-01-11/riesgos-administrar-empresa-espana_1504220/.

- Información sobre la gestión de la empresa.
- Preferencias en la adquisición de nuevas acciones.

7.8. Sociedades de interés social

Son sociedades que se caracterizan por que la mayor parte del capital está en manos de los trabajadores y suelen tener incentivos económicos y fiscales.

7.8.1. Sociedad laboral

Sociedad en la que la mayoría del capital social (mínimo el 50,01 %) es propiedad de los trabajadores, que prestan en ella servicios retribuidos en forma personal y directa, y cuya relación laboral es por tiempo indefinido. Se distingue entre la sociedad anónima laboral (SAL) y la sociedad limitada laboral (SLL).

Sus **características fundamentales** son las siguientes:

- En la SLL el capital mínimo es de 3.000 € y en la SAL, de 60.000 €.
- La responsabilidad está limitada al capital aportado.
- La mayoría del capital social debe ser propiedad de trabajadores que presten servicios retribuidos en virtud de una relación laboral por tiempo indefinido.
- Ningún socio podrá poseer participaciones sociales que representen más de la tercera parte del capital social.
- El número de horas/año trabajadas por los trabajadores contratados por tiempo indefinido, que no sean socios, no podrá ser superior al 49 % del total horas/año trabajadas por el conjunto de los socios trabajadores.
- Además de las reservas legales o estatutarias, están obligadas a constituir una reserva especial con el 10 % del beneficio de cada ejercicio, hasta que se alcance al menos una cifra superior al doble del capital social. Este fondo solo podrá destinarse a la compensación de pérdidas, en el caso de que no existan otras reservas disponibles suficientes para este fin, o a la adquisición de sus propias acciones o participaciones sociales.

7.8.2. Sociedad cooperativa

Sociedad constituida por personas que se asocian, en régimen de libre adhesión y baja voluntaria, para realizar actividades empresariales encaminadas a satisfacer sus necesidades y aspiraciones económicas y sociales, con estructura y funcionamiento democrático.

Sus **características fundamentales** son las siguientes:

- La responsabilidad está limitada al capital aportado.
- El capital mínimo está fijado en los estatutos.
- Tributan por el impuesto sobre sociedades, pero tienen incentivos fiscales.
- Según el grado de asociación se distinguen dos tipos de cooperativas:
 - **De primer grado:** los socios son personas físicas y jurídicas. El número mínimo de socios varía entre 3 y 5, en función de cada comunidad autónoma.
 - **De segundo grado:** están formadas por dos o más cooperativistas de primer grado, es decir, son el resultado de la asociación de cooperativas.
- El número de socios será de:
 - Tres socios como mínimo en las cooperativas de primer grado.
 - Dos cooperativas como mínimo en las de segundo grado.

Los **órganos sociales de la cooperativa** son los siguientes:

- **Asamblea General:** está formada por todos los socios de la cooperativa. Cada socio tiene un voto. Su objetivo es deliberar y adoptar acuerdos sobre asuntos que, legal o estatutariamente, sean de su competencia. Las decisiones adoptadas vinculan a todos los socios de la cooperativa.
- **Consejo Rector:** es el órgano colegiado de gobierno al que corresponde la alta gestión, la supervisión de los directivos y la representación de la sociedad cooperativa, con sujeción a la ley, a los estatutos y a la política general fijada por la Asamblea General.
- **Intervención:** su función es controlar las cuentas anuales.
- **Comité de Recursos:** tramita y resuelve los recursos contra las sanciones impuestas a los socios por el Consejo Rector.

Enlaces recomendados

Las cooperativas se rigen por la Ley 27/1999, de 16 de julio; no obstante, cada comunidad autónoma tiene legislación propia. En este enlace podéis acceder a la normativa de cada comunidad autónoma: <https://www.iberley.es/temas/legislacion-autonoma-sociedades-cooperativas-3711>

Los **tipos de cooperativas** son los siguientes:

1) Cooperativas de trabajo asociado

Tienen por objeto proporcionar a sus socios puestos de trabajo a tiempo parcial o completo, por medio de la organización en común de la producción de bienes o servicios para terceros. Los socios de una cooperativa de esta naturaleza pueden ser de dos tipos: **colaboradores** y de **trabajo**. Los primeros, los socios colaboradores, pueden ser tanto personas físicas como jurídicas, públicas o privadas, así como comunidades de bienes. No participan en la actividad que constituye el objeto social y su aportación no puede exceder del 45 % del capital, con lo cual el conjunto de sus votos no puede exceder el 30 % del total. Los socios de trabajo serán exclusivamente personas físicas y percibirán por su trabajo una retribución nunca inferior al salario mínimo interprofesional (SMI). Pueden convertirse en socios colaboradores si dejan de ser socios de trabajo. Reciben rendimientos del trabajo, es decir, una nómina, pero pueden cotizar en el Régimen Especial de Trabajadores.

2) Las cooperativas de facturación

Recientes en el tiempo y de carácter en línea, nacen de un modo peculiar de entender las cooperativas de trabajo asociado y se crean para evitar que una persona que tiene trabajos esporádicos deba darse de alta como autónomo y pagar todos los meses su cuota íntegra al RETA. Hay que tener en cuenta que están muy cuestionadas por el Ministerio de Trabajo, que ya ha actuado contra alguna de ellas y contra sus asociados y les ha exigido el pago de las cuotas que no pagaron en su día. Funcionan de tal manera que un autónomo realiza un trabajo, pero es la cooperativa quien lo factura, le da de alta en la Seguridad Social como si fuera un asalariado por los días que necesite y, después, esta paga al socio una parte de lo facturado y se queda con un porcentaje. De hecho, las facturas van a nombre de la cooperativa y no a nombre del trabajador autónomo.

RETA

El RETA es el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos. Es el sistema por el cual se gestionan las aportaciones a la Seguridad Social de los trabajadores por cuenta propia. Los trabajadores por cuenta ajena (asalariados) cotizan en el régimen general.

Bibliografía

Ashoka (2020). «Qué es el emprendimiento social» [en línea]. [Fecha de consulta: 7 de julio de 2020]. <<https://www.ashoka.org/es-es/focus/social-entrepreneurship>>

Cámara de Comercio de España (2020). «El proceso de innovación» [en línea]. [Fecha de consulta: 7 de julio de 2020]. <<https://www.camara.es/innovacion-y-competitividad/como-innovar/proceso>>

Drucker, P. (1954). *The practice of management*. Editorial Harper & Row.

García, D. (2016). *Nada es gratis*. «Un Nobel para la Teoría de Contratos: Hart y Holmstrom» [en línea]. [Fecha de consulta: 7 de julio de 2020]. <<https://nadaesgratis.es/admin/un-nobel-para-la-teoria-de-contratos-hart-y-holmstrom>>

Ipyme (2020). «Cifras PYME» [en línea]. [Fecha de consulta: 7 de julio de 2020] <<http://www.ipyme.org/es-ES/publicaciones/Paginas/estadisticaspyme.aspx>>

Jensen, M. C.; Meckling, W. H. (1976). «Theory of the Firm: Managerial Behaviour, Agency Cost and Ownership Structure». *Journal of Financial Economics*.

Jiménez Criado, J. (2019). *Cultura Emprendedora y Empresarial*. Editorial Compartiendo Conocimiento.

Megias, J. (2011). «Herramientas: el lienzo de modelos de negocio» [en línea]. [Fecha de consulta: 7 de julio de 2020]. <<https://javiermegias.com/blog/2011/11/herramientas-el-lienzo-de-modelos-de-negocio-business-model-canvas/>>

Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Editorial Deusto.

Pink, D. (2010). *Drive*. Ediciones Gestión 2000.

Ross, S. A. (1973). «The Economic Theory of Agency. The Principal's Problem». *American Economic Review* (vol. 63, mayo).

Saiz, S. (2006). «Peter F. Drucker, padre del “management”». *Expansión* [en línea]. [Fecha de consulta: 7 de julio de 2020]. <<https://www.expansion.com/especiales/20aniversario/20protagonistas/druker.html>>

Sande, J. (2020). *La otra clase de Economía*. Editorial Compartiendo Conocimiento.

Sin Palabras (2011). «Dos modelos de negocio con éxito en Navidad» [en línea]. [Fecha de consulta: 7 de julio de 2020]. <<http://sinpalabras-wordless.blogspot.com/2011/12/dos-modelos-de-negocio-con-exito-en.html>>

UE (2015). *Guía del usuario sobre la definición del concepto de pyme* [en línea]. [Fecha de consulta: 7 de julio de 2020]. <http://publications.europa.eu/resource/cellar/79c0ce87-f4dc-11e6-8a35-01aa75ed71a1.0006.03/DOC_1>

UE (2019). *La iniciativa de emprendimiento social de la Comisión Europea*.

