

ECONOMIA DE L'EMPRESA

2n de Batxillerat

Professora: Laia Garrofé

12

La **creació d'una empresa** és un projecte en què la iniciativa d'una persona o d'un conjunt de persones tracta de dur a terme una activitat econòmica, original o ja existent, amb l'objectiu d'obtenir-ne un benefici econòmic o una finalitat social.

Els **factors productius** necessaris per a l'activitat econòmica de l'empresa són els següents:

Factor productiu	Descripció
Recursos naturals	Són les matèries primeres, l'energia i els subministraments materials necessaris que formen el producte (bé o servei).
Treball	És la mà d'obra o el temps que dediquen els treballadors a la producció del producte fabricat per l'empresa.
Capital	És el conjunt de béns d'inversió necessaris perquè es pugui dur a terme la producció: maquinària, eines, instal·lacions productives, locals i edificis, i també els recursos financers de l'empresa.
Organització i capacitat empresarial	És la gestió, l'administració i la capacitat de prendre decisions i assumir riscos de manera responsable, la qual cosa dona un caràcter específic i diferenciador a l'empresa.
Tecnologia	És el conjunt de procediments i de tècniques de producció que d'una manera concreta combinen els anteriors factors de producció.

És necessari que tot projecte d'iniciativa empresarial es plantegi inicialment quin és el producte que vol fabricar o subministrar, i quins són els factors de producció necessaris per fer-ho. Això és el que estudiarem en aquesta unitat.

Però des d'una perspectiva més àmplia i aplicada, cal que hi hagi un element humà (individual o grupal) que tingui la iniciativa de crear l'empresa. Això significa que una persona o conjunt de persones han de prendre aquesta iniciativa. Cal que, com a mínim, es considerin quines són les motivacions que poden fer que una persona decideixi fer-se empresari i dur a terme un projecte d'iniciativa empresarial. Les motivacions personals poden ser les següents:

Motivació personal	Descripció
Experiència laboral	Antics treballadors o directius d'una empresa poden iniciar un projecte autònom i independent per tal de desenvolupar la seva capacitat empresarial.
Aprendre per millorar	Observar i estudiar iniciatives empresarials alienes per aplicar-les a un projecte propi és una estratègia molt prudent, a més d'estimulant.
Desenvolupar per innovar	En una societat on es diu que pràcticament tot està inventat, la creació de nous productes o processos productius és tot un repte. Això implica desenvolupar coneixements tècnics més exigents que en els casos anteriors.

LES VARIABLES DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL

Començarem considerant les **variables endògenes** que permeten la creació d'una empresa; es tracta d'elements que s'originen en l'àmbit intern de la iniciativa empresarial:

Variable endògena	Descripció
Capacitat emprenedora i empresarial	Es tracta d'un conjunt de disposicions i voluntats personals que fan que una persona pugui afrontar riscos de manera responsable, que sigui capaç de negociar, prendre decisions, avaluar amenaces i oportunitats, i administrar i gestionar una empresa.
Idea de negoci	És la idea bàsica en la qual es fonamenta tot el projecte empresarial. Concretament fa referència a l'activitat empresarial o la novetat que es vol dur a la pràctica. Moltes vegades és la variable fonamental, ja que l'explotació d'una novetat o d'una aplicació específica d'una pràctica que ja existeix estimula la iniciativa empresarial.
Projecte d'autoocupació	La voluntat personal de treballar, en un entorn poc propici per l'existència d'atur laboral, obliga moltes persones a plantejar-se la possibilitat de proporcionar-se elles mateixes l'ocupació que necessiten, mitjançant un projecte empresarial propi.
Disposició de recursos materials o financers	Una persona posseeix certs <i>recursos materials</i> (un local, un edifici, maquinària o bé un element de transport) o <i>recursos financers</i> (estalvis acumulats, un capital propi o una herència), els quals li poden suposar la iniciativa o l'estímul necessaris per estudiar una possible manera d'utilitzar-los, i, d'aquesta manera, obtenir-ne un profit o benefici mitjançant la creació d'una empresa en la qual aquests recursos esdevinguin la inversió inicial fonamental.
Coneixements tècnics i professionals	Una persona els fa servir per al seu propi benefici i són un conjunt de coneixements adquirits per la formació acadèmica o per l'experiència laboral o professional. Aquesta variable es coneix habitualment amb la denominació anglesa <i>know-how</i> , que vol dir 'saber fer', és a dir, els coneixements tècnics per fonamentar una iniciativa empresarial o una idea de negoci molt nova.

Ara considerarem les **variables exògenes** que permeten la creació d'una empresa, és a dir, aquells elements que s'originen en l'entorn o l'àmbit extern de la iniciativa empresarial. En general, es tracta de variables que habitualment no tenen una influència tan directa com les variables endògenes, sinó que donen una base propícia o bé permeten que l'entorn pugui adoptar favorablement l'aplicació o l'estímul d'una variable endògena

Variable exògena	Descripció
Localització	El lloc on es vol situar el negoci i que per la seva situació pot aportar externament un estímul a la iniciativa empresarial. Moltes vegades esdevé fonamental, ja que permet aprofitar oportunitats favorables de l'entorn. Per exemple, si es té l'oportunitat d'obrir un bar restaurant en un polígon industrial de nova creació, es pot aprofitar la situació privilegiada de no tenir competència i sí molta demanda.
Disponibilitat s dels mercats a diversos nivells	Per les <i>vendes</i> (proximitat dels clients), per les <i>compres</i> (proximitat o facilitat d'accedir a les fonts d'aprovisionament dels proveïdors) i pel <i>mercat laboral</i> (facilitat per contractar i disposar de treballadors suficients i amb la qualificació desitjada).
Infraestructures públiques	El nivell i el desenvolupament de l'entorn quant a comunicacions, transports i urbanització pot facilitar la decisió de crear una empresa, ja que es poden trobar més facilitats per desenvolupar-la.
Conjuntura econòmica	Situació de l'entorn econòmic favorable en un moment d'auge econòmic; d'aquesta manera es faciliten les decisions d'inversió amb menys incertesa.
Entorn institucional favorable	Programes públics de subvencions i ajuts a la inversió, bonificacions fiscals i legislació propícia per a la creació d'empreses. Sovint, les administracions públiques incentiven la creació d'empreses per diferents motius.

L'**autoocupació** és una de les variables internes del projecte empresarial, que implica que una de les motivacions de l'emprenedor sigui aconseguir feina per si mateix, iniciant la creació d'un negoci que li proporcionï els recursos per subsistir.

A continuació es proposa un esquema on es mostren les **tres etapes** de la **posada en marxa d'una empresa** i que ens servirà de guia en aquesta unitat (Fig. 12.3).



El **pla d'empresa** és un document en el qual figuren el disseny i la planificació de les característiques del negoci que es vol iniciar.

Elements pla empresa	Descripció
Idea de negoci	El seu origen i el motiu que ha fet decidir-se per aquesta idea. A més, s'ha de descriure el producte, les característiques, a quin mercat s'adreça i els motius pels quals es considera que tindrà acceptació en aquest mercat.
Descripció de l'empresa	La missió, la visió i els valors de l'empresa.
Nom de l'empresa	El nom comercial, el logotip i el disseny de la marca, és a dir, la <i>imatge corporativa</i> .
Dades personals dels promotors	Dades de les persones que emprenen i promouen l'empresa, amb el seu currículum i on quedi reflectida la seva capacitat per dur el projecte a l'èxit i que sigui la targeta de presentació per cercar finançament o per a futurs clients o proveïdors.

Fases del <i>brainstorming</i>	Descripció
Pluja d'idees	Es proposen una gran quantitat d'idees sense tenir un guió gaire prefixat, i es deixa que la imaginació i l'espontaneïtat determinin el procés. Encara que es proposin idees extravagants o impossibles, poden ser la llavor per a una idea de negoci factible.
Filtre de propostes	Es rebutgen aquelles idees que siguin impossibles, que estiguin repetides o que necessitin a priori molts recursos o molt finançament.
Comparació de les idees	De les idees resultants se n'estudien els avantatges i els inconvenients i es confecciona una taula comparativa.
Avaluació de les idees	Es fa una valoració de cada idea segons diversos aspectes valoratius, com ara el coneixement del bé o servei, el grau de competència, el coneixement dels clients o l'existència de creació de valor afegit. A cada aspecte se li dona una valoració numèrica (per exemple, entre 0 i 5).
Selecció de la idea de negoci	D'entre les idees que han obtingut més puntuació se'n selecciona una. És molt important definir-ne el valor afegit, o sigui, el factor que ens permetrà diferenciar-nos de la competència.



A. Estudi de mercat

L'estudi de mercat ja el vam estudiar en profunditat el curs passat, per la qual cosa només farem un comentari general sobre aquest element dins del projecte d'iniciativa empresarial. Tot seguit explicarem els aspectes fonamentals d'un estudi de mercat:

Element estudi de mercat	Concepte
Anàlisi de l'entorn general	Cal estudiar tot el que envolta l'empresa en diversos aspectes, com ara l'entorn legal (legislació i normatives que cal observar i complir), l'entorn econòmic (si la situació de l'economia és de crisi o d'auge econòmic, i quines són les perspectives d'evolució), l'entorn tecnològic (cal considerar les innovacions tècniques, els procediments productius i l'eficàcia productiva per poder oferir el producte en les millors condicions) i l'entorn social (conèixer l'evolució dels elements que determinen el comportament dels consumidors, com ara les preferències, els costums, la renda i les seves necessitats).
Anàlisi de la competència	Estudiar el conjunt d'empreses amb les quals comparteix el mercat del mateix producte i lluitar per captar l'atenció dels consumidors.
Anàlisi dels consumidors	Estudiar el comportament dels consumidors (les seves necessitats i la manera de satisfer-les), com també els seus hàbits de compra (identificar les característiques de l'acció de comprar).
Estudi de la localització	En molts negocis la localització física és fonamental, en especial en els comerços. S'estudien els possibles llocs d'ubicació en la localitat o àrea geogràfica d'abast i per a cada alternativa se'n valoren els avantatges i els inconvenients. Altres vegades la localització es tria per ser a prop de vies de comunicació que els permetin estar ben abastits.

DAFO

Factors interns

Debilitats

Aspectes del projecte empresarial en què la competència esdevé superior.

Fortaleses

Aspectes del projecte empresarial en què se supera la competència.

Factors externs

Amenaces

Impediments i dificultats de l'entorn.

Oportunitats

Possibilitat d'explotar un valor afegit o un avantatge comparatiu.

9. L'ANÀLISI DAFO

L'Anàlisi DAFO consisteix a realitzar una anàlisi interna i externa que ens permet conèixer les Febleses-Amenaces-Forces-Oportunitats de l'empresa.

• • **L'anàlisi externa**, consisteix a analitzar tots els factors de l'entorn general que poden afectar l'empresa (factors **polítics**, **econòmics**, **socials** i **tecnològics**), conegut com a anàlisi PEST. Així mateix, hem d'analitzar els factors de l'entorn específic, que inclouen anàlisi de clients, la competència i els proveïdors. Per a això podem usar les forces competitives de Porter. Aquesta anàlisi ens ha de donar les oportunitats i amenaces de l'empresa.

• **Les oportunitats** són factors positius de l'entorn que poden beneficiar a la nostra empresa i donar-los un avantatge competitiu. *Així, la prohibició dels cotxes dièsel seria una gran oportunitat per als cotxes elèctrics.*

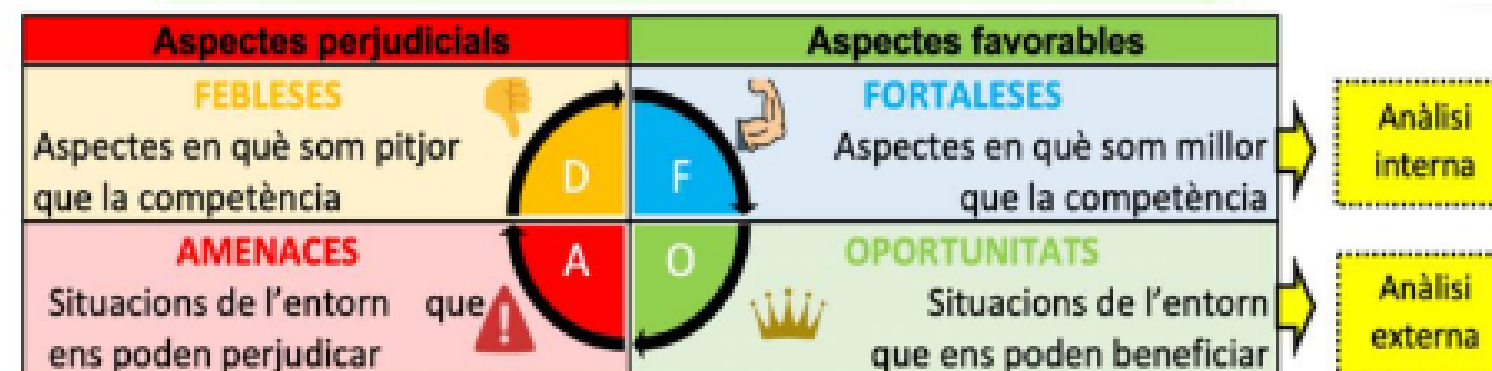
• **Les amenaces** seran factors negatius de l'exterior que poden posar a l'empresa en desavantatge competitiu. *Per exemple, si empreses com Amazon o Google comencen a prestar diners, això serà una gran amenaça per als bancs.*

• • **L'anàlisi interna**, consisteix a analitzar la pròpia empresa, com els seus recursos humans, imatge etc. per a veure aquells punts on puc tenir avantatges envers la competència. L'anàlisi ens ha de donar les fortaleces i febleses de l'empresa..

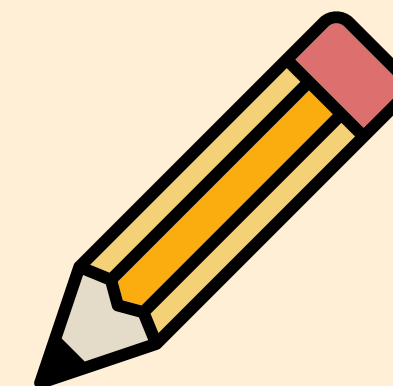
• **Les fortaleces** són trets propis de l'empresa que li fan tenir avantatge envers la competència. *Per exemple, les possibilitats d'amplis aparcaments pot ser un avantatge per a supermercats com Carrefour*

• **Les febleses** són trets de l'empresa que li fan tenir desavantatge. *La llunyania dels Carrefour pot ser un desavantatge respecte a uns altres com a Dia..*

MATRIU DAFO



Una vegada realitzat l'anàlisi DAFO l'empresa ha d'intentar explotar els seus punts forts i les seues oportunitats i ocultar els seus punts febles i les seues amenaces. Per a això haurà d'elaborar la seua estratègia competitiva.



5. EL MÀRQUETING MIX

En el pla de màrqueting de l'apartat 2, vam veure que el primer que feia l'empresa era analitzar la seva situació a través de la seva matriu DAFO. Per a això realitzava una investigació de mercats (apartat 3) que li permetia conèixer els diferents segments o grups de consumidors. A continuació, a l'apartat 4, l'empresa decidia els segments del mercat als quals es dirigiria i decideix el seu posicionament, és a dir, com vol ser vista pels clients. Per a això, haurà de dur a terme un pla que li permeti aconseguir aquest posicionament i vendre el producte. Aquest pla és el màrqueting mix.

EL MÀRQUETING MIX són els 4 instruments que disposa l'empresa per a dirigir-se al seu mercat objectiu (target). Aquests 4 instruments són el producte, el preu, la promoció i la distribució, que es coneixen com 4 P del màrqueting.

• • **El producte.** És per descomptat la primera decisió a prendre ja que si no tenim producte no existeixen les altres decisions. Respecte al producte caldrà decidir el seu disseny, la seva marca, envàs etc.

• • **El preu.** La decisió sobre preus és clau per a l'empresa ja que d'això depenen els seus ingressos i beneficis. Per a saber quin és el millor preu serà important analitzar els consumidors, la competència i els costos de fabricar el producte.

• • **La distribució (place).** Són totes les decisions a prendre per a acostar el producte als consumidors. Per a això l'empresa ha de triar si utilitza intermediaris o si ven directament a través de botigues pròpies o internet.

• • **La promoció (comunicació).** Una vegada que hem pres la resta de decisions hem de donar a conèixer el producte als clients i comunicar-los els avantatges que els pot proporcionar respecte a la competència. Per això hem de triar entre diferents mitjans: publicitat, venda personal, patrocinis etc. *nota: no hem de confondre aquesta promoció amb els descomptes o ofertes de preus. Quan parlem promoció com a element de màrqueting mix ens estem referint a com l'empresa informa i es dirigeix als seus clients.*

MÀRQUETING MIX



6. EL PRODUCTE

Un producte és un bé o servei que satisfà una necessitat.

Les principals decisions que l'empresa ha de prendre sobre aquest instrument són:

1 **Els atributs propis del producte.** Són totes les característiques tangibles del producte, és a dir, la seva qualitat, el seu disseny, el color, etc.

2 **La marca.** És el nom o símbol que permet als consumidors identificar el producte de l'empresa. La marca és un instrument molt valuós per a l'empresa, ja que permet crear clients fidels que estan disposats a pagar un preu més alt per aquesta marca. *Apple o Nike són alguns exemples.* Així, l'empresa pot tenir diferents estratègies respecte a la marca:

a) **Marca única.** Utilitza una única marca per a tots els seus productes, com Apple. Així l'empresa estalvia costos ja que pot fer publicitat per a tota la marca. A més, el bon nom de la marca pot beneficiar a tots els productes. L'inconvenient és que un problema amb un producte pot afectar la resta.

b) **Marques múltiples.** Utilitza diverses marques per a productes diferents. És el cas de Coca-cola, que usa altres marques com Fanta, Sprite o Aquarius. Aquesta estratègia té més costos de publicitat, però pot ajustar-se als diferents segments del mercat.

c) **Marca blanca o del distribuïdor.** Són marques pròpies dels distribuïdors (com Mercadona o Carrefour), que venen molts productes usant la seva pròpia marca blanca (com a Hacendado) en lloc d'usar la marca del fabricant. Amb aquesta estratègia s'aconsegueix una major fidelitat del client.

3 **L'envàs i l'etiquetatge.** L'envàs ajuda a protegir el producte i a diferenciar-lo de la competència. Com que és el primer que veu el consumidor, pot provocar un impacte decisiu per a la compra del producte. *Els perfums, per exemple, tracten de diferenciar-se a través d'envasos atractius.*

L'etiquetatge permet transmetre valuosa informació, ja que mostra la marca, maneres d'ocupació i característiques del producte.

4 **Altres serveis.** Són tots aquells serveis extres en comprar un producte, com a garantia, instal·lació, servei post-venda, possibilitat d'ajornar el pagament.

Totes aquestes decisions són molt importants perquè ajuden a diferenciar el producte de la competència.



3. COM ESCOLLIR LA FORMA JURÍDICA?

L'elecció de la forma jurídica dependrà de les característiques que necessitin els socis. Per a això hem de tenir en compte una sèrie de factors.

1 Nombre mínim de socis. Si l'empresa és només un soci, pot constituir-se una empresa individual. A més, hi ha algunes societats mercantils, com la societat limitada, que també permeten que hi hagi un únic soci. No obstant això, existeixen unes altres, com la laboral a o les cooperatives que necessiten un número major.

2 La responsabilitat dels socis. Sol ser un dels factors claus a l'hora de triar una forma jurídica. Quan es constitueix una empresa, els responsables són els socis, per la qual cosa tenen una sèrie de drets i obligacions. Així, segons la forma jurídica podem parlar de dos tipus de responsabilitat:

a) Responsabilitat il·limitada. Vol dir que en cas de deute els socis responen amb el seu propi patrimoni present i futur. És a dir, si l'empresa té deutes i no els pot pagar, el soci podria perdre el seu patrimoni (em poden embargar la casa, el cotxe, comptes corrents etc.).

b) Responsabilitat limitada al capital aportat. En cas de deutes amb el banc o una altra empresa o persona, es paga amb el patrimoni de l'empresa i no dels socis (podrien embargar-nos els béns de l'empresa, però no els nostres). Per tant, com a molt puc perdre els diners que vaig posar per a iniciar l'empresa, però res més.



Si crec que hi ha risc d'endeutar-me i perdre el meu patrimoni triaré una empresa amb responsabilitat limitada. No obstant això, si soc un lampista que dona serveis serà difícil tenir deutes importants i puc triar una empresa amb responsabilitat il·limitada.

3 Les aportacions de diners mínimes que han de fer els socis. En les empreses individuals (autònoms) no solen ser necessàries. Tampoc per a algunes empreses de socis. No obstant això, algunes altres empreses necessiten una petita quantitat (3000 euros en el cas de les societats limitades) o una quantitat més gran (60.000 euros la societat anònima, o 18 milions per a constituir un banc)



Per tant, les empreses més grans solen triar societats anònimes.

4 Transmissió de la propietat. Es refereix a si puc vendre la meua part com a soci de l'empresa o no. Pot ser:



a) Restringida. En algunes empreses la transmissió és restringida, la qual cosa vol dir que, si vull vendre la meua part com a soci a una altra empresa, els altres socis han d'estar d'acord en la persona a la qual li vull vendre.



b) Lliure. Quan la transmissió és lliure, puc vendre-la a qui jo desitge.

Per això és molt important la relació que tingui amb altres socis. Si he de treballar colze a colze amb els altres, serà lògic que la transmissió sigui restringida, perquè no entri algun soci amb el qual no tingui bona relació. Si els socis només aporten diners i no importa qui siguin, es pot fer de transmissió lliure.



5 Pagament d'impostos. Els impostos a pagar també canvien amb la forma jurídica. Com a norma general, les societats paguen un percentatge fix (l'impost de societats) i els autònoms paguen un percentatge que augmenta en guanyar més (l'IRPF)

Si crec que guanyaré poc serà més interessant ser autònom, ja que, amb pocs beneficis, els impostos a pagar seran menors que en les societats.



6 L'ànim de lucre. Una empresa té ànim de lucre quan vol obtenir beneficis. Com a norma general, totes les empreses volen maximitzar els seus beneficis i són les que estudiarem a continuació. No obstant això, hi ha algunes ocasions en les quals una empresa es pot crear per a satisfer les necessitats dels socis: les fundacions o algunes associacions no mercantils (com l'AMPA) són alguns exemples.



4. L'EMPRESARI INDIVIDUAL



La teva amiga Marta sempre ha sigut molt bona en els estudis. Ara, en acabar, s'està plantejant fer classes particulars a alumnes de la teva edat. Per a això hauria de muntar una empresa, però no sap quina forma jurídica triar. La Marta creu que al principi no guanyarà molt, però anirà a casa dels propis alumnes, per la qual cosa, en realitat, no necessita invertir gaires diners. Et demana que li dones un consell i tu no saps què dir-li. No et preocupis, després d'aquest apartat ho tindràs clar.

L'empresari individual és la primera forma jurídica que estudiarem. És la que planteja menys problemes per a la seva constitució. Però, què és exactament?

QUÈ ÉS? L'empresari individual és una persona física que realitza una activitat per compte propi de manera habitual. D'aquesta manera, assumeix tots els drets i les obligacions de l'empresa.



• • **PER A QUI ÉS IDEAL?** Per a petits negocis, amb poc risc, on la persona gairebé no ha d'aportar capital.



• • **CARACTERÍSTIQUES.**

- Cal ser **major de 18 anys** (o 16 i estar emancipat) 
- Té **responsabilitat il·limitada**, és a dir, l'empresari individual està arriscant tot el seu patrimoni present i futur
- **No fa falta capital mínim** per a començar l'activitat 
- **L'impost a pagar és l'IRPF**. Això implica que, amb pocs beneficis, el percentatge a pagar serà baix, però anirà pujant a mesura que els beneficis augmentin.

El principal exponent de l'empresari individual són els autònoms. Podem diferenciar 3 tipus.

a) **L'autònom individual.** És el més comú, quan una persona realitza una activitat de manera independent (un lampista o un advocat).

b) **L'autònom amb treballadors.** A més de dur a terme l'activitat, s'encarrega de dirigir a un grup de treballadors.

c) **El treballador autònom econòmicament dependent (TRADE).** És aquell que realitza la seva activitat principalment per a un client



D'aquesta manera, si el 75% dels teus ingressos provenen d'un client, ets un TRADE. Per exemple, imagina que una empresa d'informàtica contracta els teus serveis com a autònom perquè facis uns projectes que et suposen 8 hores de treball al dia. Si aquests ingressos són més del 75% del total, ets un TRADE, ja que "depens econòmicament" d'una sola empresa.

La particularitat del TRADE, és que té dret a desocupació, a vacances, permís de maternitat i una indemnització si l'empresa que el paga decideix acabar el contracte.

Aquesta modalitat s'ha creat per a combatre els anomenats falsos autònoms, una pràctica que s'ha estès en un model que es coneix com **UBERITZACIÓ** de l'economia. És a dir, quan una empresa et contracta per a treballar per a ella, però t'obliga a fer-te autònom per a no pagar-te la seguretat social, no tenir dret a vacances ni indemnitzar-te si t'acomia.

• • **Avantatges i inconvenients de ser autònom**

Ser autònom té els seus avantatges i inconvenients.

ELS AUTÒNOMS	
AVANTATGES	INCONVENIENTS
L'empresari té tot el control de l'empresa	L'empresari ha de fer front a tots les despeses el només
Porta molt pocs tràmits per a crear l'empresa. És ideal per a negocis petites i escassa inversió inicial (lampistes, electricistes etc.)	Responsabilitat il·limitada: en cas de deute, l'autònom respon amb tot el seu patrimoni present i futur
Sol ser més rendible per a petites negocis sense grans beneficis (per a beneficis alts, és millor una societat	En cas de tindre molts beneficis, els impostos a pagar són molt elevats

NOTA: Des del 2013 existeix la figura d'autònom de responsabilitat limitada, que ha de respondre dels deutes amb el seu patrimoni personal, però l'habitatge habitual que exempt. Per a això, cal complir una sèrie de condicions.

5. LES SOCIETATS PERSONALISTES

En les societats personalistes, el més important són les característiques personals dels socis ja que aquests són els que les dirigiran. L'èxit o no d'aquestes societats, normalment depèn de les habilitats dels seus socis.

Això ens porta a 3 característiques comunes en aquestes societats.

- 1 Els socis són els que porten la gestió de l'empresa 
- 2 No es pot transferir la condició de soci a una altra persona sense el consentiment dels altres, així, no pot entrar a compartir la gestió una persona que no sigui acceptada pels altres socis.
- 3 La responsabilitat és il·limitada i solidària. És a dir, en cas de deute, primer es pagarà amb el patrimoni de la societat, però si no és suficient, els socis responen amb el seu patrimoni present i futur (responsabilitat il·limitada). A més, si un dels socis no pot pagar, hauran de fer-ho els altres per ell (responsabilitat solidària).

Destaquem dos tipus d'empreses personalistes, la col·lectiva i la comanditària simple.

• La societat col·lectiva

QUÈ ÉS? La societat col·lectiva és la forma jurídica més simple dins de les societats mercantils. En ella els socis es comprometen a treballar a l'empresa i són ells els que aporten els diners i porten la seva gestió, per la qual cosa comparteixen els drets i obligacions. A més, existeix la possibilitat que alguns socis només aportin treball (socis industrials).



- **PER A QUI ÉS IDEAL?** És una societat adequada per a un nombre petit de socis que volen fer una mateixa activitat (com un bufet d'advocats).



• CARACTERÍSTIQUES

- El nombre mínim de socis és de dos.
- La responsabilitat és il·limitada i solidària. És a dir, responen davant els deutes amb el seu patrimoni present i futur i si un no paga hauran de fer-ho els altres.
- No hi ha capital mínim per a la seva constitució.
- La transmissió de la condició de socis és restringida. Per tant, és necessari el consentiment dels altres socis.
- L'impost a pagar és el de societats. 

• La societat comanditària simple

QUÈ ÉS? Aquesta societat és semblant a la col·lectiva, però té la particularitat de tenir dos tipus de socis: COL·LECTIUS I COMANDITARIS.

Socis col·lectius, aporten capital i treballen a l'empresa, per tant, són els encarregats de dur a terme la gestió. 

Socis comanditaris, que només aporten capital, per tant, tenen dret als beneficis de l'empresa, però no duen a terme la gestió. 



PER A QUI ÉS IDEAL? Aquesta societat és ideal quan els socis col·lectius volen realitzar una mateixa activitat, però a més necessiten aportacions d'altres persones que no treballen a l'empresa (els socis comanditaris)



• CARACTERÍSTIQUES

- El nombre mínim de socis és de dos. Un ha de ser col·lectiu i un altre comanditari.
- La responsabilitat és il·limitada i solidària per als socis col·lectius, és a dir, responen davant els deutes amb el seu patrimoni present i futur i si un no paga hauran de fer-ho els altres. Per als socis comanditaris, que no porten la gestió i només posen diners, la responsabilitat serà limitada al capital aportat.
- No hi ha capital mínim per a la seva constitució. 
- La transmissió de la condició de socis és restringida. Per tant, és necessari el consentiment dels altres socis.
- L'impost a pagar és el de societats.

• La societat comanditària per accions

Aquest tipus de societat es troba en el grup de les empreses capitalistes, grup que veurem en el següent apartat. No obstant això, la aquesta la veurem aquí ja que és pràcticament igual que la societat comanditària simple amb petites modificacions.

La principal diferència de la societat comanditària per accions és que el capital aportat pels socis comanditaris està dividit en accions, per això se'ls aplica la normativa de les societats anònimes, que com veurem exigeix que el capital social mínim sigui de 60.000 euros. La resta de les característiques són iguals



6. LES SOCIETATS CAPITALISTES

EN LES SOCIETATS CAPITALISTES el més important és la quantitat de diners que aporta cada soci i no les seves habilitats o característiques personals. Ara no és important ser el més hàbil, ja que en moltes ocasions els accionistes no solen portar la gestió, sinó el que més diners aporta.

Les característiques d'aquesta mena de societats són:

- 1 Els socis no han de portar la gestió de l'empresa, sinó que, en moltes ocasions, contracten directius professionals.
- 2 Com que el més important és la quantitat de diners aportats, els socis poden transferir la seva condició de manera completament lliure a una altra persona (encara que hi ha excepcions en la societat limitada).
- 3 La responsabilitat dels socis és limitada al capital aportat i per tant no hauran de respondre amb el seu patrimoni personal davant de possibles deutes.

Dins de les societats capitalistes, a més de les societats comanditàries per accions que hem vist en l'apartat anterior, destaquen la societat limitada i la societat anònima.



• La societat limitada (S.L).

La Maria vol muntar una empresa amb l'Anna. Una acadèmia petita on faran classes particulars, per la qual cosa cal una petita inversió inicial. Tenen clar que no volen ser autònomes, perquè no volen que la seva responsabilitat sigui il·limitada. Si et pregunten a tu, els diràs que després dels autònoms, la forma jurídica favorita dels espanyols és la societat limitada, i aquesta és ideal per a petits negocis.

QUÈ ÉS? LA SOCIETAT LIMITADA és un tipus de societat mercantil capitalista el capital de la qual està dividit en participacions iguals, acumulables i indivisibles. Aquestes participacions **NO** cotitzen a borsa

Això vol dir que podem dividir el capital en 4 parts de 10.000 euros cadascuna, i un soci podria adquirir 2 participacions pagant 20.000 (són acumulables). El que no és possible és adquirir 2,5 participacions (són indivisibles) o que unes valguin més que les altres (han de ser iguals).



• • **PER A QUI ÉS IDEAL?** Aquesta societat és ideal per a empreses amb pocs socis que no necessiten una gran xifra de capital. Per això és la forma jurídica preferida pels espanyols en formar una societat.



• • CARACTERÍSTIQUES.

- El nombre de socis pot ser d'un o més. Si només hi ha un soci, la societat passarà a dir-se "societat limitada unipersonal"
- La responsabilitat dels socis és limitada al capital aportat, per tant, no responen amb el seu patrimoni davant els deutes.
- El capital social mínim és de 3.000 € i ha d'estar totalment desemborsat en el moment de la constitució. Aquest capital està dividit en participacions iguals, acumulables i indivisibles. (recorda que les participacions no cotitzen en la borsa)
- La transmissió de les participacions és lliure entre els socis o família, però si es desitja transferir a una persona diferent, els altres socis han de donar el consentiment.
- L'impost a pagar és el de societats.



En general els tràmits per a posar en marxa la societat limitada o per a pagar aquest impost de societats són més complexos que en el cas dels autònoms, que són més senzills. Per això a Espanya més del 50% de les empreses són autònoms. Les societats limitades són el 35%, per la qual cosa com veus no es queden molt enrere.



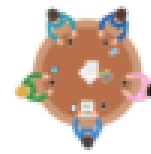
• • ÒRGANS DE GOVERN.

Les societats limitades tenen 2 òrgans de govern.

- 1 **Junta General.** És l'òrgan en el qual els socis es reuneixen per a prendre decisions, com aprovar o no la gestió dels administradors, aprovar els comptes de l'exercici anterior, decidir què fer amb els beneficis, nomenar administradors etc.
- 2 **Administradors.** És l'òrgan encarregat de gestionar i representar la societat. Són escollits per la junta general, que pot nomenar un solo administrador (administrador únic) o varis (consell d'administració). No tenen per què ser socis de l'empresa.

- • **ELS SOCIS.** Entre els drets dels socis es troben els següents:

- Dret a participar en **el repartiment de beneficis**
- Dret en l'**adquisició de les participacions** dels altres socis
- Dret a **participar en la junta general**.
- Dret d'**informació** de les decisions preses.



- • **AVANTATGES I INCONVENIENTS SOCIETAT LIMITAT**

LA SOCIETAT LIMITITAT

AVANTATGES

La responsabilitat dels socis és limitada, per tant no responen abans els deutes amb el seu propi patrimoni

Permet crear la societat amb un capital inicial sota

La pot crear un sol soci

INCONVENIENTS

La transmissió de les participacions no és lliure a terceres persones

Els tràmits de constitució són més complexos que altres societats

No necessita tindre un % important de participacions per a tindre poder de decisió en la gestió



- **Variants de la societat limitada.**

Actualment han aparegut una sèrie de variants que tenen alguns matisos que la diferencien de la societat limitada tradicional.

1

SOCIETAT LIMITADA NOVA EMPRESA (SLNE)



- • **PER A QUI ÉS IDEAL** És el tipus de societat ideal per a petites empreses de nova creació, ja que els tràmits per a posar-les en marxa són molt més fàcils i s'estalvia diners i temps, ja que es poden crear en unes poques hores. També tenen avantatges pel fet de pagar menys impostos a l'inici.



Característiques diferents a la societat limitada

- El màxim de socis possibles són 5
- El mínim del capital social és de 3.000 euros i el màxim 120.000.
- No pot haver-hi un consell d'administració (múltiples administradors) i l'administrador ha de ser un dels socis.

2

SOCIETAT LIMITADA FORMACIÓ SUCESSIVA



- • **PER A QUI ÉS IDEAL?** És una societat molt semblant a les societats limitades, però no fa falta desemborsar cap capital, per la qual cosa és ideal per a aquelles persones que tinguin dificultat per a reunir els 3000 euros necessaris en la societat limitada. Té una sèrie d'obligacions.

Obligacions

- Hi ha topalls de salaris per als socis i administradors
- El 20% del benefici ha de reinvertir-se en l'empresa
- Els socis tenen una responsabilitat davant els deutes de 3000 euros.
- Si en algun moment la societat arriba a un capital de 3000 euros, la societat ha de convertir-se en la societat limitada tradicional.

• La societat anònima

QUÈ ÉS? LA SOCIETAT ANÒNIMA és un tipus de societat mercantil capitalista en la qual el capital està dividit en parts iguals, anomenades accions. Per a formar part d'aquesta societat les aportacions poden ser dineràries o no dineràries (es poden aportar béns o drets, com una màquina o una patent)



- **PER A QUI ÉS IDEAL?** És adequada per a empreses grans que necessiten molt capital, on el més important és quant aporta cada soci i no qui ho fa, ja que ells no porten la gestió. Les accions SÍ QUE cotitzen en borsa i qualsevol soci pot vendre les seves accions lliurement i això permet acumular un capital important.



• CARACTERÍSTIQUES.

- El **nombre de socis** pot ser d'un o més, ja siguin persones físiques o jurídiques. Si només hi ha un soci, la societat passarà a dir-se "societat anònima unipersonal"
- La **responsabilitat** dels socis és limitada al capital aportat. 
- El **capital social mínim** és de 60.000 € dividits en accions i ha d'estar totalment subscrit i desemborsat en, almenys, un 25% en el moment de la constitució (recorda que les accions cotitzen en la borsa).
- La **transmissió de les accions** és lliure. 
- L'**impost** a pagar és el de societats. 

• ELS ÒRGANS DE GOVERN

Les societats anònimes tenen dos òrgans de govern: la junta d'accionistes i els administradors.

1 La junta general d'accionistes. És l'òrgan en el qual els accionistes es reuneixen per a prendre decisions. Les decisions es prenen per majoria, de manera que el nombre de vots que cada accionista depèn del seu nombre d'accions. *Així, si una persona té el 51% de les accionistes tenen el poder total de l'empresa, ja que en les votacions sempre tindrà la majoria.* Hi ha dos tipus de juntes.

- **Junta ordinària:** els accionistes es reuneixen una vegada a l'any dins dels sis primers mesos per a aprovar o no la gestió dels administradors (recorda que els accionistes no solen gestionar), per a aprovar els comptes de l'exercici anterior i decidir què fer amb els beneficis.

- **Junta extraordinària:** la convoquen els administradors quan ho creuen oportú per a tractar algun tema d'importància per a la Societat o és sol·licitada per almenys el 5% dels accionistes.

2 El consell d'administració o administradors. És l'òrgan encarregat de gestionar i representar l'empresa. La junta d'accionistes és l'encarregada d'escollir-ne un (administrador únic) o diversos administradors (consell d'administració).

• AVANTATGES I INCONVENIENTS SOCIETAT ANÒNIMA.

LA SOCIETAT ANÒNIMA	
AVANTATGES	INCONVENIENTS
La responsabilitat dels socis és limitada, per tant no responen davant dels deutes amb el seu propi patrimoni.	Es necessita un capital important per a començar (60.000 euros)
És fàcil vendre les accions, la qual cosa facilita que les societats puguin captar molts diners.	Els tràmits de constitució són més complexos que en altres societats
Ser una societat anònima sol donar bona imatge, la qual cosa facilita obtenir finançament	Se solen necessitar grans inversions

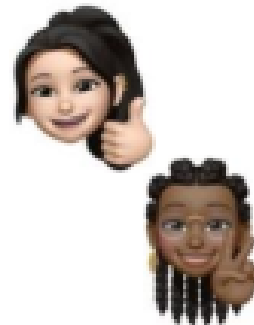
7. LES SOCIETATS D'INTERÉS SOCIAL



Les societats d'interès social es creen per a l'ajuda entre els socis. Les més habituals són les societats laborals i les cooperatives. Són molt interessants per a un país i la societat en general, perquè en elles els treballadors són propietaris i prenen les decisions, la qual cosa porta al fet que la renda es distribueixi entre molts, per això reben el nom de "d'interès social".

• La societat laboral

La Marta i la Clara treballen en una societat limitada que està a punt de tancar. Estan molt disgustades perquè ara es veuran a l'atur i són realment bones en aquest treball. La Marta i la Clara s'estan plantejant posar-se al capdavant de l'empresa. Acudeixen a tu, i els dius que, en aquest cas, podria interessar-los crear una societat laboral.



QUÈ ÉS? LA SOCIETAT LABORAL són societats anònimes o limitades en la qual els treballadors són alhora els propietaris de l'empresa i posseeixen les accions o participacions d'aquesta. Per tant, si es divideix en accions l'anomenarem societat anònima laboral i si és en participacions, societat limitada laboral.

A més, existeixen accions i participacions de dues classes:

- **Classe laboral:** estan destinades als socis treballadors.
- **Classe general:** Classe general: són propietat dels socis no treballadors, si n'hi ha.



- **PER A QUI ÉS IDEAL?** Per a empreses que es vol que pertanyin als seus treballadors. Aquesta societat és molt utilitzada quan una empresa està en una situació econòmica molt dolenta, prop de desaparèixer, i els treballadors la "rescaten" convertint-se així en propietaris.

L'objectiu que busca l'Estat amb les societats laborals és que hi hagi més treballadors que siguin socis i que els treballadors siguin fixos a l'empresa per a assegurar que l'ocupació sigui estable.



• • REQUISITS

Pel fet que l'Estat té tant d'interès en aquesta mena de societats, cal complir una sèrie de requisits.

- Almenys el **51% del capital** ha d'estar en mans dels treballadors que tenen un **contracte indefinit** (són fixos en l'empresa, no temporals). Cal recalcar que l'administració pública pot ser socia d'aquestes empreses.
- **Cap dels socis pot tenir més d'una tercera part de les accions** o participacions del capital social.
- El nombre d'hores-any treballades pels treballadors contractats per temps indefinit que no siguin socis no podrà ser superior al 49% del total hores-any treballades pel conjunt dels socis treballadors.



• • CARACTERÍSTIQUES.

- El **nombre mínim de socis** és 2.
- La **responsabilitat** dels socis és limitada al capital aportat.
- El **capital social** mínim serà de 60.000 euros si parlem d'una societat anònima laboral i ha de subscriure's i desemborsar-se almenys en un 25% si es tracta d'una societat anònima laboral. Si és una societat de responsabilitat limitada laboral, el capital mínim seran 3000 euros.
- En la **transmissió de les accions i participacions** de la classe laboral, es donarà preferència als treballadors indefinits que no siguin socis; si aquests no les volguessin, les poden adquirir els socis treballadors en primer lloc, després els socis de classe general i, en defecte d'això, altres treballadors que no tinguin contracte indefinit.
- L'**impost** a pagar és el de societats.



La societat laboral és per tant molt interessant per a un país, ja que permet crear ocupació estable (amb contractes indefinits) i que els mateixos empleats siguin els amos de les empreses, amb el que contribueix a una major igualtat en la distribució de la renda. Per això, amb els requisits es busca que el capital es distribueixi entre molts socis i treballadors.

• La societat cooperativa

Un grup de deu amics i tu desitgeu crear una assessoria que ajudi a altres empreses en tots els seus tràmits. Com que sou experts en la matèria, coneixeu tots els avantatges i inconvenients de cada forma jurídica. El que voleu principalment és una societat democràtica en la qual tots tingueu vot, amb independència de quants diners tingui cadascun. A més, per a vosaltres el més important serà el treball que realitzeu i no tant els beneficis. Tu creus que una bona idea és formar una cooperativa.



QUÈ ÉS? UNA COOPERATIVA és una societat formada per persones que s'associen per a realitzar unes activitats empresarials que els permeten satisfer les seves necessitats. En aquesta mena de societats el més important sol ser mantenir i millorar el treball dels seus membres, per la qual cosa aquest tipus de societats són molt interessants per al país.



• • **PER A QUI ÉS IDEAL?** És perfecte per a socis que tenen uns interessos comuns, volen prendre les seves decisions de manera democràtica i en unir-se veuen com poden millorar les seues condicions. Podem aplicar el principi "la unió fa la força".



• • CARACTERÍSTIQUES

- El **nombre mínim de socis**. Depèn de si la cooperativa és de primer o segon grau. La cooperativa de primer grau haurà de tenir un mínim de tres socis. La cooperativa de segon grau haurà d'estar formada per almenys dues cooperatives.
- La **responsabilitat** dels socis és limitada al capital aportat.
- El **capital social** mínim és el que fixen els estatuts de l'empresa.
- En la **transmissió de les participacions** és la que fixen els estatuts de l'empresa.
- L'**impost** a pagar és el de societats, encara que tenen bonificacions.
- **No tienen ánimo de lucro**, sinó que els beneficis, anomenats excedents, han de reinvertir-se en la cooperativa i a millorar l'entorn social.



• • ÒRGANS DE GESTIÓ

Los órganos de gestión de la cooperativa son:

- A) L'assemblea general.** Formada per tots els socis de la cooperativa per a arribar a acords. Cada soci té un vot amb independència al capital aportat.
- B) Consell rector.** S'encarrega de la gestió de la cooperativa, supervisar als directius i representar a la cooperativa. És l'equivalent al consell d'administració en la societat anònima i limitada.
- C) Interventors.** Porten la vigilància dels comptes de la cooperativa.
- D) Comitè de recursos.** Resol les possibles sancions que es posen a alguns dels seus socis.

• • TIPUS DE COOPERATIVES

Segons els interessos que tinguen els socis, podem parlar de 3 tipus de cooperatives.

- **De treball associat.** Els socis de la cooperativa són els propis treballadors, que posen en comú una sèrie de béns i treball per a realitzar una activitat.
- **De venda.** Els socis s'uneixen per vendre els seus productes en comú, d'aquesta manera tenen més poder a l'hora de negociar (com les cooperatives agràries)
- **De consum.** Els socis s'uneixen per comprar uns productes i així obtenir millors preus i condicions.

• • AVANTATGES I INCONVENIENTS SOCIETAT COOPERATIVA

LA SOCIETAT COOPERATIVA	
AVANTATGES	INCONVENIENTS
És la societat on els socis participen més i és la més democràtica (una persona, un vot)	Es necessita una gran relació entre els socis per a funcionar
Existeixen ajudes especials per a cooperatives i es paguen menys impostos	Els tràmits de constitució són més complexos que altres societats
El principal objectiu sol ser la feina dels seus membres, per la qual cosa en èpoques de crisi el treball en les cooperatives és més segur	Cal crear cada any un fons de reserva obligatori