

¿Qué es una empresa?

Sombart define la empresa en su obra *El burgués* (sobre los modelos socioeconómicos del siglo XIX) como “un proyecto de gran alcance que tiene unas metas”. Cuando se trata de un proyecto socioeconómico normalmente se persiguen unos rendimientos económicos positivos, pero no hay que olvidar la proyección social del proyecto. Además, una empresa también es una organización independiente que coordina una serie de elementos personales, reales (como maquinaria e infraestructuras) y relacionales (con su entorno y consigo misma) con un fin o varios. Hay que destacar que si hay objetivos en una empresa, es porque ha habido una planificación entre los distintos elementos personales, materiales y relacionales. Por lo tanto, hay que entender que una empresa opera desde varios ángulos; el jurídico (soporte, contratos...), el económico (cuenta de ingresos y gastos, costes de personal, material...), el sociológico (qué hace, cómo genera riqueza en su entorno local, qué consigue...)... etc. Así – que la visión global de la empresa va a tener aportaciones de la economía y de la ciencia política.

La empresa ha dibujado una evolución histórica. Como proyecto de gran alcance aún no se da en la economía de subsistencia de la Alta Edad Media, donde no había ni proyecto ni planificación, ya que los intercambios se destinaban al sustento inmediato. Así – pues, las empresas estaban aún ausentes. La Alta Edad Media es una era inhumana, carente de capacidad de cálculo, no obstante, ya en la Baja Edad Media comienza a haber cierta organización con el deseo de obtener beneficios. Los trabajadores se coordinan, en especial los artesanos de Italia, dando lugar a los gremios.

Dante, con un gran espíritu crítico, refleja el panorama que se vivía en Florencia (*Descripción de Florencia*) escribiendo: “Existe en Italia un incesante anhelo de posesión y búsqueda...”, lo que se va a ir extendiendo por todo el occidente europeo durante los siglos XV-XVI. Erasmo de Rotterdam, por su parte, describe esta época como una era en la que “todas las cosas obedecen al dinero”, en referencia al anhelo de posesión que llevaba a la gente a montar sus pequeños negocios. La nueva empresa es una organización más racional, donde el cálculo económico, es decir, la planificación y la organización, se utilizan como elementos innovadores y se ponen al servicio del lucro, dando lugar al capitalismo comercial (s. XVI - XVII). Este capitalismo comercial tendrá como actores, por un lado, a los comerciantes, como empresarios individuales o bien integrados en gremios, y por otro, al Estado que pronto aparecerá como gran empresario mercantil y que llegará a ser la figura más relevante hasta la Revolución Industrial. La principal actividad económica será el comercio, ya que las incipientes estructuras sociales poseerán un carácter individualista; pero, por el contrario, el Estado comenzará a organizarse en lo que son las primeras formas sociales por acciones. El Estado necesita el apoyo de quienes tienen mayor poder económico, para dar entrada a socios capitalistas, pero hay que destacar que la decisión de la creación de estas sociedades es del Estado y no individual.

A mediados del siglo XVIII en lo que se conoce como la Revolución Industrial, se revoluciona el proceso de fabricación y el dinero se une a la fábrica, para mejorar la maquinaria y los transportes. ¿Por qué esta Revolución Industrial se produce en Inglaterra? Mientras que en los siglos anteriores Italia era el país motor, Inglaterra por su situación geográfica era la región más atrasada, no obstante, es en las zonas con mayor necesidad donde más se suele avanzar. En Inglaterra se produce una redistribución del suelo, se reparte la propiedad y se privatiza, lo que unido al cercado de las fincas, permite crear una estructura revolucionaria hasta entonces que ofrecía la posibilidad de desarrollar sus propias técnicas a los pequeños campesinos, ganaderos y artesanos. Por otro lado, el Banco de Inglaterra que hasta entonces sólo proporcionaba crédito y aval a los nobles y a los burgueses, decide conceder, obligado por políticas gubernamentales, financiación a un interés bajo a estas pequeñas entidades locales para que desarrollaran las innovaciones técnicas que estaban comenzando a poner en práctica gracias a su nuevo estatus de propietarios, siempre y cuando el dinero se aplicara a la tierra y a la industria. Surge entonces la figura del empresario, aquel que decide emprender actividades empresariales gracias a las ayudas ofrecidas

por el Banco de Inglaterra. Sin embargo, la Revolución Francesa va a retrasar la llegada de estas ideas al continente y van a ser los burgueses los primeros en traerlas.

Otro elemento decisivo en Inglaterra fue el Periódico *The Economist*, que va a poner en marcha en 1843 una política de información para la mejora de la producción en toda Inglaterra, pues muchos avances no se estaban poniendo en práctica por desconocimiento y había que darlos a conocer. *The Economist* es el encargado de trasladar información a todas esas personas que habían emprendido su empresa, convirtiéndose en un foro de ayuda para la revolución técnica donde compartir experiencias y consejos. En Inglaterra, además, el Estado facilitó canales que ayudaron a los transportes de mercancías, pudiendo trasladarse en barco mercancías desde el norte hasta el sur del país. Esto demuestra la importancia que adquieren los sistemas de comunicación.

La siguiente fase está protagonizada por la industria, que va a permitir nuevos mercados y que nuevos personajes se conviertan en el centro de la vida económica de Europa. En el siglo XIX, aún existía una unión de las funciones de propiedad y de gestión de una empresa, casi todas las empresas que se desarrollan tienen a un mismo y único empresario que es quien aporta el capital, es decir, el dueño de la empresa también es quien la dirige. A mitad del siglo XIX, con la llegada de las sociedades por acciones, el capital, la propiedad y la gestión empiezan a separarse. Las industrias necesitan el dinero de terceros, por esto se llama a la participación de personas que reciben parte de la propiedad de las empresas a cambio de su dinero, convirtiéndose así en accionistas.

Además, la liberalización de las sociedades por acciones en Francia dinamiza aún más la actividad empresarial. De alguna forma, los que prestaban dinero a las industrias también eran responsables de las estafas y los desfalcos, así que surgen las sociedades limitadas al capital prestado, es decir, al tanto por ciento de propiedad de la empresa. Pese a todo, la figura del propietario de la empresa seguía siendo la que dirigía y gestionaba, y no será sino durante el siglo XIX cuando se irá diferenciando entre: capitalista, administrador y empresario.

A principios del siglo XX, asumen el protagonismo los grandes gigantes industriales, que es la representación más clara del tipo de empresa que empieza a funcionar. Se trata, todavía, de una empresa personalista, dominada por una persona destacada (Rockefeller, Ford, etc.), que es la que toma las decisiones, pero administrada por otros. Hasta 1929, van a destacar sobre todo los que tienen el dinero, es decir, los bancos. Es el llamado dominio de las corporaciones bancarias, donde ya comienza a desaparecer el personalismo, debido a la necesidad de crecimiento que tiene cualquier empresa, un crecimiento que antes se veía limitado por la capacidad de los empresarios que las dominaban. Entonces, se acude a los bancos, que son los que invierten en las empresas a través de préstamos o de la compra de acciones, colocándose a la cabeza de la pirámide económica.

(Diferencia entre banco y caja de ahorros:

- **Banco:** los dueños de un banco son unos señores con ánimo de lucro, que buscan su mayor beneficio.

- **Caja de ahorros:** una caja de ahorros no es propiedad de nadie, sólo de las personas que guardan su dinero en ellas. Invierten en obras sociales y culturales.)

Los bancos se convierten así en el centro de la actividad económica y se adueñan de las empresas, pero cuando hay problemas en el mercado los bancos también tienen problemas. Por esto, a partir del crack del 29 los bancos se plantean más las inversiones arriesgadas. A partir de 1950, el protagonismo recae en las multinacionales y en el proceso de globalización, que ha convertido el mundo en un mercado oligopolístico, donde es la multinacional la que se coloca a la cabeza de la pirámide en actividad empresarial y económica.

Características de las empresas de nuestro tiempo.

1. Definitiva y total separación entre la propiedad y la gestión de una empresa, excepto en algunas medianas y pequeñas empresas. Los propietarios ya no son las mismas personas que gestionan la empresa, pero, además, también se produce la profesionalización de la gestión, es decir, que son profesionales no vinculados a la empresa los que se encargan de gestionarla. También las otras parcelas de la empresa están profesionalizadas.
2. El uso de la forma jurídica “sociedad anónima” como soporte de la empresa, que además de facilitar la separación de las funciones, favorece las formas en las que importa más el capital que las personas.
3. La atención cada vez mayor que las empresas dan al marketing, entendido como el enlace entre productores y consumidores. Las empresas sí se pueden adaptar y ser competitivas conociendo las necesidades de mercado, y eso lo consiguen a través de prácticas como el marketing. Antes, lo único que hacían las empresas era producir y ahora sí se produce lo que se vende, por lo tanto, si no hay demanda se crea.
4. La tendencia a la concentración empresarial. ¿Qué es la concentración? Hay dos perspectivas para definirla:

- Estática. La concentración es un fenómeno técnico que consiste en la distribución de los elementos de producción entre un número cada vez más pequeño de empresas que adquieren cuotas cada vez mayores del mercado. Un mercado concentrado será un oligopolio, y ya con el 65 por ciento de propiedad el mercado se convertirá en un monopolio, que podrá dominar el mercado.

- Dinámica. La concentración es una forma de crecimiento de las empresas. Cualquier empresa puede aumentar su tamaño, ya sea mediante inversiones internas, nuevos socios, reinversiones...etc., o a través de medios externos como son las fusiones o absorciones. Por lo tanto, desde este punto de vista la concentración es normal y necesaria.

La concentración se produce para conseguir:

- Aumentar el beneficio económico, siendo éste el motivo más poderoso.
- Racionalizar la producción y especializarse, ya que la diversificación reduce los riesgos por el funcionamiento en sectores diferentes.
- Una situación competitiva en el mercado, pues la concentración elimina competencia. En cuanto a esto y en lo que a empresas informativas se refiere, la eliminación de la competencia provoca la eliminación de la libre opinión y el libre pensamiento, es decir, se elimina la pluralidad de las voces.
- La aparición en la gestión de las empresas de directivos profesionales que han adaptado las nuevas tendencias del mercado y que ven en la concentración una forma más rápida de crecimiento, en relación a la tradicional forma interna.

Las empresas se pueden concentrar desde el punto de vista de 3 perspectivas:

a) Desde la perspectiva del proceso de producción:

- Concentración horizontal. Es la unión de empresas que se dedican a una misma actividad o fase de producción, como por ejemplo el cartel. No obstante, es una forma que no está permitida porque se puede acabar monopolizando la actividad, ya que esta forma implica el pacto de precios, la división del mercado y, por lo tanto, la limitación de la competencia. Sin embargo, al margen de la legalidad hay pactos.

- Concentración vertical. Es la unión de empresas de distintas fases de producción, ya sea de forma ascendente o descendente. Si las empresas productoras llegan hasta la fase de distribución, es una concentración descendente, y si los distribuidores llegan a la producción, la concentración es ascendente.

b) Desde la perspectiva económica:

- Dominando la iniciativa de los demás. Hay una empresa más grande o fuerte que controla el sector y que se encarga de conducir a los demás hacia su terreno o hacia sus intereses, como por ejemplo el trust.

- Mediante la participación del capital. La empresa más grande tiene el 100% o la mayoría de la participación en otras empresas y es, por lo tanto, la que toma las decisiones. Estas empresas se conocen como empresas holding.

c) En relación con la forma o el procedimiento de realizar la concentración:

- Colaboración. Distintas empresas que deciden colaborar para realizar una actividad, pero que se mantienen independientes puesto que no hay participación en el capital.

- Fusión. Dos empresas unen sus recursos y crean una nueva, desapareciendo estas dos del mercado.

- Absorción. Una empresa más grande absorbe a los demás, que desaparecen.

5. Apertura al entorno. Cada vez es mayor la tendencia a darse a conocer al entorno, entendiendo que esta apertura le va a reportar a la empresa una mejora de su imagen, unos beneficios, etc. Además, para producir hay que saber qué se vende, hay que conocer el mercado. Las malas prácticas que en ocasiones se desarrollan se producen por el desconocimiento que tiene la audiencia y hasta los propios trabajadores de las actividades que lleva a cabo una empresa. Esto, actualmente, está cambiando porque se le exige a las empresas una mayor transparencia informativa en cuanto a su funcionamiento, gestión y actividades. También las políticas de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) contribuyen a una mayor apertura, ya que implican el mantenimiento de una cierta responsabilidad social de la empresa con su entorno.

6. Dualidad globalismo/localismo= Glocalización. La globalización es una de las tendencias actuales que nos lleva hacia un mercado único y global, pero cada vez más asistimos al glocalismo, provocado por la enorme fragmentación de los mercados nacionales. En esta dualidad operan las empresas, se tiende a la adaptación de los productos globales al entorno local. Lo que las estrategias empresariales llaman personalización.

7. Necesidad de precisar la relación empresa/gobierno. El entorno en el que se desarrolla una empresa condiciona toda su actividad. La tendencia occidental está dentro de la política liberal desde los años 70, pero existen distintos tipos de liberalismo. El problema es que no existe un modelo de referencia, todo son variaciones sobre un mismo modelo sin nada nuevo; así, las distintas teorías no acaban de tener una aplicación real, pues no se desarrollan hasta las últimas consecuencias. Hay que intentar buscar una colaboración eficaz entre ambas partes y, además, es necesario precisar nuevas políticas económicas, pues el mercado se regula solo con el riesgo que eso conlleva.

Características de las empresas informativas.

Las empresas informativas tienen una doble vertiente; por un lado está la económica o empresarial y, por el otro, la comunicacional. Es esta doble vertiente lo que las diferencia del resto de las empresas.

Características:

1. Dualidad de fines. Mientras que las empresas socioeconómicas sólo tienen un único y principal fin, que

es el de obtener beneficios, una empresa informativa tiene como objetivo primordial el de informar, además del económico. La diferencia está en que si no se consigue el fin económico no se desvirtúa la empresa, seguiremos hablando de una empresa informativa aunque ésta sea ruinosa. Por el contrario, si una empresa socioeconómica deja de percibir beneficios económicos, la empresa no será tal. El ejemplo está en los medios públicos, son empresas informativas porque su principal fin es informar aunque sean empresas deficitarias económicamente.

2. En el seno de las empresas informativas concurren tres libertades que se corresponden con los tres sujetos que integran las empresas informativas:

a) La libertad de información y expresión que tiene el destinatario de la información, es decir, el ciudadano, que es el sujeto primordial. Por lo tanto, las empresas informativas son vehículo de estas libertades que recoge el artículo 20 de La Constitución.

b) La libertad de los profesionales de los medios, que son trabajadores como los demás, pero cuyo trabajo tiene particularidades que quedan recogidas en La Constitución y que no tienen los demás trabajadores.

c) Las libertades derivadas de la libertad de empresa, comunes a todas las empresas, informativas o no, y que se contempla en el artículo 38 de La Constitución.

Debido a estas tres libertades, en el seno de las empresas informativas van a surgir problemas que no suele haber en otras empresas:

- La libertad de empresa informativa es diferente a la libertad de expresión en la información, los titulares de la libertad de expresión son las personas y una empresa nunca se puede convertir en poseedora de este derecho.

- Las decisiones que toma el empresario se suelen conjugar con la libertad del profesional y los trabajadores, por contrato, deben respetar la línea editorial, al igual que la empresa debe respetar el contrato. Por eso, cuando se varía a la línea editorial en un medio el trabajador puede rescindir su contrato acogiéndose a la cláusula de conciencia.

- Los derechos y los deberes del destinatario de la información, obligan a las empresas informativas a que tengan una sección o un espacio para que se exprese el ciudadano, ya que las empresas están obligadas a respetar el contrato con los ciudadanos.

3. Cada vez se presta mayor atención a la publicidad, ya que es la principal fuente de ingresos para la mayoría de los medios, aunque para los medios públicos también está el estado. El modelo mixto que se da en el medio público español, hace que RTVE forme parte de las partidas de los presupuestos generales del estado, pero que se beneficie de la publicidad también. Este monopolio provocó que RTVE se convirtiera en un gigante en poco tiempo; tenía la mejor red de correspondientes de Europa, excedentes de material y personal, pero además un gran déficit y un enorme caos. Por eso, en los últimos años, con la aparición de las cadenas privadas, se ha optado por reducir gastos sobre todo en personal y centros territoriales. La publicidad es un modo informativo. ¿Cómo se diferencian los modos informativos entre sí? Buscando qué es lo que prevalece en cada uno de ellos cuantitativamente: lo que prevalece en el periodismo es la información; en publicidad prevalece el generar actitudes favorables hacia un producto; y en la propaganda prevalece el intento de cambio hacia una serie de actitudes favorables a una idea. La publicidad es un modo informativo que genera empresas y es una forma de información pagada orientada a la persuasión. Esta información es muy apetecible, siendo muchas veces la principal fuente de ingresos. Esto supone un problema para las empresas:

- Para unos, la publicidad es una garantía de independencia porque lo que aporta garantiza la supervivencia

del medio.

- Para otros, es un elemento que les hace dependientes de aquellos que les proporcionan los ingresos, es decir, de los anunciantes. Hay auténticos lobbys de presión que crean los anunciantes para evitar políticas contrarias a sus intereses.

- La publicidad es débil a nivel nacional: la mayoría de esta publicidad se mueve a través de empresas extranjeras. Son estas empresas quienes deciden a qué medios se les inserta publicidad o no. De esta manera, también se ejerce cierta presión.

4. En las empresas de comunicación se tiende también a la concentración, igual que en cualquier otra empresa, pero esto significa que la concentración puede, además, obtener plusvalías, sinergias, aprovechamiento de recursos, pero sobre todo plusvalías políticas. Con la concentración no sólo eliminamos a un competidor económico, sino también ideológico y esto redundará en el funcionamiento del sistema político. La comunicación es un mercado especialmente sensible a la concentración, la enorme dimensión que puede adquirir una empresa no es un problema, el problema está en su actuación (Samuelson). ¿Cuándo empieza la concentración en el sector de las empresas informativas? En el mundo anglosajón, la concentración de prensa se remonta al siglo XIX. En estos momentos, personajes como Hearst o Reaver crean o compran periódicos en distintas zonas del país con el objetivo de convertirse en los más leídos y expandirse hasta dar el salto internacional. Con la llegada de la radio, muchas empresas editoriales de prensa empiezan a invertir en ella, así, la concentración la impulsan las empresas privadas, como por ejemplo la British Broadcasting Company, que cuando se produce la liberalización de la radio pasa a llamarse British Broadcasting Corporation (BBC). La BBC era una compañía privada formada por editores de prensa, comerciantes y fabricantes de aparatos, pero el gobierno británico decidió que la radio le iba a ofrecer posibilidades de llegar a los lugares más recónditos del imperio, por lo que decide que la radio no se someta a concesión, sino que sea gestionada y controlada desde el estado. Este es el modelo público de los medios, que también se dará con la llegada de la televisión. Pero hasta mediados del siglo XX la concentración no va a ser real, el proceso sigue pasos lógicos y hasta que una empresa no adquiere una posición de fuerza y solidez, no se aumenta el ámbito de actuación. En la actualidad, gracias a las plusvalías políticas, las empresas informativas tienen una gran influencia en la sociedad y esto lleva a la preocupación de cómo regular los medios de comunicación. Así aparece el Libro Verde.

El Libro Verde

Dracout, Vedel y Fayout analizan el problema de la concentración de medios en varios estudios, pero es el informe de Fayout el que da lugar a un gran debate en el seno del Parlamento Europeo. Esto desembocará en el Libro Verde, una recopilación de documentos de reflexión para el debate. (Los libros blancos tienen su origen en un libro verde). El informe Fayout da lugar al Libro Verde sobre pluralismo y concentración de medios en la Unión Europea (1992).

El informe Fayout decía: “No hay que juzgar negativamente la concentración de medios, pues puede dar empresas sólidas. El problema es la concentración sin límite ni control, poniendo en peligro la libertad de la información.” Así pues, el informe exige medidas legislativas y económicas para garantizar la viabilidad de las empresas. Pero su principal foco de atención es la prensa, ya que según el informe desde el año 1977 había desaparecido el 20% de los periódicos existentes, reduciéndose de esta forma el pluralismo. Ante esta absorción, Fayout quiere que se regule legislativamente, pero además también sugiere la adopción de medidas económicas como la reducción de las tarifas postales o el apoyo a las inversiones con reducciones en los tipos de interés, para que todos estos medios obtuviesen el dinero suficiente para mantenerse. Otra cosa es el reparto de la publicidad institucional, que es mucho dinero y la mayoría de las veces va a parar a los medios más grandes. Esto plantea un problema: La Unión Europea está en contra de las ayudas a la prensa. Así así, el informe invita a la reflexión y aparece el Libro Verde, que hablaba de los medios en general, y de los audiovisuales en particular.

El Libro Verde ofrece una serie de opciones para salvaguardar el pluralismo:

1. No adoptar ninguna medida a escala comunitaria, dejando a los estados que controlen el pluralismo según su propia legislación y de acuerdo al Derecho Internacional. Aunque no exista acción común – hay una referencia a las normas comunitarias.
2. Que los estados cooperen para garantizar una mayor transparencia en la propiedad y el control de los medios.
3. Intentar unificar y armonizar las legislaciones de todos los estados miembros en materia de comunicación, para así – tener una sola referencia legislativa y hacer que en toda la UE se funcione igual.

Del Parlamento Europeo emanan dos tipos de normas:

- a) Las directivas: Son un conjunto de normas que hay que aplicar en todos los países en un plazo determinado a través de la adaptación a la normativa de cada estado. El problema es que normalmente no se cumplen, ya que la adaptación se produce en un periodo dilatado de tiempo, por lo que si un país decide incumplir la directiva sólo tiene sanciones económicas.
- b) Los reglamentos: Son un conjunto de normas que tal y como emanan del Parlamento se aplican automáticamente en todos los países. Es más eficaz que la directiva pero menos flexible, se suele utilizar para situaciones muy necesitadas de control, como era el caso.

Independientemente de estas dos opciones, el parlamento propone a crear un comité de expertos independiente, asesor y encargado de elaborar un informe sobre la concentración de los medios que cooperara con las administraciones de los distintos estados para armonizar las legislaciones. Es una especie de Consejo de los medios europeo, compuesto por los distintos consejos de cada país.

En el 92 se debate el libro verde, el encargado de realizar el seguimiento a ver qué decide el parlamento europeo es el comisario del mercado Mario Monti, sólo dos países de quince responden, aunque de manera favorable. Se vuelve a realizar y contesta uno más. En 1995 aún no se había resuelto nada de esto porque en la propia comisión estaban los interesados en que no se produjera la regulación, ya que la comisión está formada por los presidentes de los estados miembros y éstos tienen que sancionar lo que diga el parlamento y no al revés. Así – pues, se retrasa la directiva haciendo que los distintos países no contesten a los requerimientos que se les hace, en 1995 sólo contestan 7, de los cuales 5 están a favor de una directiva europea y 2 en contra. Al año siguiente, al realizar la encuesta, contestan menos países, así – que definitivamente se deja morir esta iniciativa. Actualmente, sigue sin regularse el sector de las comunicaciones y en consecuencia, cada vez más se reduce el pluralismo. Hoy día, no hay regulación ninguna por parte de la UE para la concentración de medios, la oferta y la demanda regulan el mercado y los grandes siguen haciéndose más grandes, sin un intervencionismo los medios fuertes acabarían controlando el mercado.

¿Qué sistema de defensa hay ante esto? En definitiva, las medidas nacionales no se cumplen y las europeas no existen. Lo único que existe es lo puesto en marcha por los estados, que han tomado dos tipos de medidas:

- Garantizar la transparencia informativa, para lo que se establece la obligatoriedad para todas las empresas de inscribirse en un registro de propietarios, que además es público, y que se establece como organismo regulador.
- Garantizar la pluralidad informativa. Hay que garantizar la multitud de voces a través de la creación de tantos medios como sea posible. Pero, ¿cómo? Las televisiones y las radios asignadas por el OIT (Organismo Internacional de Telecomunicaciones) deben tener como máximo

cuatro propietarios, según la ley una persona física o jurídica no debe poseer más del 25% de la titularidad de una televisión o radio. Además, también se limita la participación no comunitaria, es decir, según la ley los medios extranjeros sólo pueden tener un 25% de la propiedad de la empresa. No obstante, la pluralidad sólo está asegurada en el papel, la ley no evita la utilización de testaferros que actúan en nombre de terceros, ni que se realicen pactos entre propietarios para controlar medios en distintos países... etc.

La única forma de solucionar lo de la pluralidad es la transparencia, las medidas de transparencia obligan a que todas las sociedades y personas propietarias tengan que estar inscritas en el registro de propiedad para que sus nombres sean públicos, incluso si la sociedad tiene otra sociedad detrás, así desde principio a fin. No obstante, esto no se cumple tampoco, para conocer las sociedades de detrás es necesario ponerse a investigar y la Comisión de las Telecomunicaciones no lo hace porque es molesto, incómodo, caro y políticamente incorrecto.

En España se modificaron las normativas relativas a la pluralidad con la llegada de la Televisión (la empresa más grande e importante de Europa) al sector de los medios de comunicación, se cambió ese 25% máximo de propiedad por un 49% y actualmente se puede tener el porcentaje que se quiera. Ahora con la TDT, se ha conseguido superar la limitación física del espectro radioeléctrico, donde entraba una cadena ahora entran 4, además, es útil para regular también el sector. En materia de transparencia y emisiones la imposibilidad de regular un sector hace que se vaya a la no regulación o que se abra el abanico al máximo para que el mercado se autorregule. Es buena la especialización, la fragmentación...etc., pero esto no redonda en más calidad para los contenidos ni en más pluralidad. Hay organismos independientes que velan por los contenidos y la normativa en España, están en Cataluña y Andalucía, pero no hay ni un Consejo nacional ni europeo porque no hay competencias para crearlos.

La directiva 89 de “Televisión sin fronteras” no se llegó a aplicar, es más sufrió modificaciones:

- Aumenta el tiempo de publicidad de tres horas, cada 45 minutos, a cinco horas cada 30 minutos. Además, aquí no se cuentan los sponsor, promociones, patrocinios... etc., con el objetivo de poder introducir publicidad incluso fuera de los bloques normales de publicidad.
- Los programas para niños pueden ser interrumpidos cada 30 minutos, no obstante pedían que pudieran ser interrumpidos igual que el resto de programas.
- Se quería prohibir el product placement, como en Alemania.

En definitiva, se pretendía un mercado libre, con el menor número de regulaciones posibles, lo que significa la muerte de la televisión como servicio público.

En España hay legislación para evitar la concentración de la propiedad en los medios, aunque estas medidas se incumplen:

- Ningún operador puede tener más de una concesión en un mismo ámbito geográfico.
- Tampoco se pueden tener más de dos radios en FM o una en Onda Media.

En la radio también existen estas medidas, las empresas concesionarias deben tener acciones nominativas y registradas en la CNMV (Comisión Nacional del Mercado de Valores) y en el Registro Mercantil.

¿Qué es una empresa informativa?

Es una estructura que, mediante la organización, integra elementos personales, reales y relacionales con el fin de obtener beneficios difundiendo y comunicando, o colaborando a difundir y comunicar ideas, imágenes e información en una economía de mercado. Esta definición cambiará en su última parte según el país al que nos refiramos, pues depende del sistema socioeconómico que dicho país tenga.

Tipos de empresas informativas:

1. Por su magnitud o tamaño, es decir, número de trabajadores o volumen de negocio (en las empresas de internet):

- a) Grandes empresas o macroempresas, las que tienen más de 250 trabajadores.
- b) Las medianas empresas son las que no llegan a los 250 trabajadores, pero superan los 50.
- c) Las pequeñas son las que tienen menos de 50 trabajadores.
- d) Las empresas artesanas que son aquellas que tienen hasta 5 a 10 trabajadores o menos.

2. De acuerdo a los medios que soportan el mensaje:

- a) Empresas de impresión
- b) Empresas de radio y televisión
- c) Empresas cinematográficas
- d) Empresas de nuevos medios que no tienen una catalogación clara, (portales, blogs...).

3. De acuerdo con el modo de manifestar su mensaje y su finalidad:

- a) Empresas periodísticas, donde el fin que prevalece es el informativo y, por tanto, su mensaje es informativo, pero éste no es el único fin.
- b) Empresas de publicidad, que tienen un fin persuasivo o comercial.
- c) Empresas de relaciones públicas, cuyo fin es persuadir hacia actitudes favorables.
- d) Empresas de propaganda, donde prevalece la persuasión en beneficio de ideas, ideologías o concepciones sociopolíticas.

4. Por su relación con el destinatario:

- a) Empresas directas, como un periódico o una emisora, que tratan directamente con el receptor o audiencia.
- b) Empresas auxiliares, como una agencia de información o de diseño.

5. En cuanto a la titularidad del capital social:

- a) Empresas privadas.
- b) Empresas públicas.
- c) Empresas semi-públicas.
- d) Empresas sociales o cooperativas, cuyo capital es propiedad de los trabajadores.

Definición de la figura de empresario.

Se puede abordar desde dos perspectivas:

1. Económica. Organizador, quien dispone la actividad de la organización para conseguir el fin propuesto. Asume los riesgos de la empresa.

2. Jurídica. Cualquier persona, física o jurídica, que, por sí misma o por delegados, ejercita y desarrolla en nombre propio una actividad constitutiva de empresa. El profesor Urzúa añade: "...adquiriendo la titularidad de las obligaciones y los derechos nacidos de esa actividad. El empresario es el máximo responsable a todos los niveles."

Tipos de empresarios.

El empresario puede estar encarnado por una persona física o jurídica:

1. Empresario individual. Persona física que en nombre propio, directamente o por medio de representantes, ejerce una actividad empresarial. Puede ser un empresario individual cualquier persona mayor de edad con plena capacidad civil, es decir, en libre disposición de sus bienes y sin prohibición alguna para ejercer el comercio. Esto se materializa mediante una licencia fiscal. Las prohibiciones pueden ser:

a) Absolutas, aquellas recogidas por las leyes que impiden que determinadas personas ejerzan el comercio. Por ejemplo, el empresario que ha quebrado está inhabilitado de forma temporal o permanente, Esto es aplicable al empresario individual y también al empresario social. Hay también una serie de personas que por el tipo de actividad que realizan no pueden ejercer el comercio, como los agentes mercantiles o los intermediarios de bolsa.

b) Relativas, se circunscriben al territorio donde se desempeña la actividad de la empresa y están dentro de la actividad de los magistrados, jueces, fiscales... etc., que estando en activo no pueden ser empresarios hasta que dejen de desempeñar dicha actividad. Los jefes de gobierno, militares o económicos no pueden ejercer la actividad empresarial tampoco hasta el final de su cargo. En el caso de los funcionarios, Estos tienen un régimen de incompatibilidades que nos les permite ser empresarios, al igual que los altos cargos de la administración. En determinadas profesiones estas limitaciones son auto impuestas por ética.

Tampoco pueden ejercer la actividad empresarial aquellos que están incapacitados, es decir, todo aquel que tenga problemas físicos o psíquicos que afecten a la capacidad empresarial, en estos casos, es el juez el que determina a los administradores del patrimonio. Hay un caso en el que los menores de edad pueden ejercer como empresarios y es a través de los guardadores. También hay posibilidades de convertir a un menor en mayor de edad: emancipando al menor, así, a efectos legales, es mayor de edad.

Es importante saber que el empresario individual va a responder con todo su patrimonio a las deudas sociales que contraiga, salvo que hayamos expresado algún tipo de limitación a ese patrimonio. Además, los cónyuges también responderán con todos sus bienes, pues el contrato civil del matrimonio obliga a asumir Esto salvo que se exprese lo contrario por medio de la separación de bienes.

¿Qué se necesita? El empresario individual sólo necesita darse de alta en un registro, para obtener la licencia fiscal que le permitirá desempeñar una actividad determinada y llevar una contabilidad diaria (libro de inventario y de cuentas), además, cada tres meses debe presentar estas cuentas en Hacienda.

2. Empresario social. Este término se define como asociaciones voluntarias de personas que crean un fondo patrimonial común para colaborar en la explotación de una empresa con ánimo de obtener un beneficio individual, el cual se obtiene participando de las ganancias sociales. En este tipo de sociedad puede participar cualquier persona, otra sociedad, el Estado... etc. En principio, es una agrupación de personas, pero habrá determinadas empresas que aparezcan conformadas por varias personas de una misma familia pero dirigidas

por una sola persona. Una directiva comunitaria de 1995 incorporó la figura del empresario social individual, es decir, las sociedades compuestas por un solo socio. Aunque en España sólo están permitidas las sociedades anónimas o limitadas.

Una vez constituida una sociedad mercantil tiene personalidad jurídica y puede empezar a funcionar, pero para constituirse antes hay que realizar una escritura pública ante notario. Esto significa que un notario tiene que dar fe de que las personas que se van a unir lo hacen voluntariamente, bajo una denominación determinada y adjuntando unos estatutos sociales para informar de cómo va a ser la sociedad y cómo va a funcionar. Después hay que registrarse en el registro mercantil, se solicita un CIF y la empresa puede empezar a funcionar. El empresario social también tiene que llevar un libro de cuentas y, a la vez, un libro de actas, puesto que ya no es una sola persona sino varias las que se reúnen para tomar decisiones y estas decisiones deben constar en acta. Dependiendo del tipo de sociedad, se hace un registro de socios.

Tipos de sociedades.

Desde el punto de vista jurídico, existen:

1. Sociedades personalistas. Consideran fundamental la figura de los socios y da igual la cantidad que haya aportado cada socio. Son: la Sociedad Regular Colectiva (SRC) y la Sociedad Comanditaria (SC).
2. Sociedades capitalistas. Aquí prima la participación económica y el capital. Son capitalistas la Sociedad Limitada y la Sociedad Anónima.
3. Además existen formas mixtas y variaciones extrañas, como por ejemplo Sociedad Anónima Laboral donde los socios son los trabajadores. No es personalista ni capitalista, pero se asemeja más a la sociedad personalista.

Sociedades personalistas

- La **Sociedad Regular Colectiva** se remonta a la Edad Media, donde se componía de un grupo de personas que se reunían en su campo de trabajo. Solían ser familiares, por lo que primaban las personas, la dimensión personal. En este tipo de sociedad, la relación entre los socios es de mutua confianza, no hay más regulación, las relaciones personales están por encima de todo. Es la forma más significativa de sociedad personalista, que con el tiempo se irá perfeccionando en la responsabilidad y la relación de los socios hasta que actualmente se puede definir como: “aquella compañía en la que, bajo el nombre de todos o uno de los socios, todos los integrantes de la sociedad que aporten capital y los que aporten conocimiento o trabajo (industriales), se responsabilizan, personal y solidariamente, con todos sus bienes de los resultados de las operaciones sociales.” Hay dos tipos de socios:

- Trabajadores. Son socios industriales que aportan trabajo o conocimientos.
- Capitalistas.

El nombre de la sociedad tiene que llevar obligatoriamente el nombre de todos o el de alguno de los socios, cuando aparece el nombre de un sólo socio, debe aparecer con el “Compañía”:

- Cuando lleva el nombre de todos los socios + S.R.C.
- Cuando es sólo un nombre + compañía + S.R.C.

Para constituirse, en la escritura pública de una sociedad deben aparecer los nombres y apellidos de los socios, la razón social o domicilio, el objeto social o a qué se va a dedicar la empresa, su denominación o tipo de sociedad en la que se constituye, etc. Tiene que figurar el nombre, apellidos y domicilio de los que

tienen la firma social de la empresa, es decir, de los que van a gestionarla. También debe aparecer la duración de la compañía, si tiene un período limitado de existencia o no, y el capital social aportado por cada socio, si es en efectivo, créditos o efectos...etc., hay que darle valor económico al aporte. Además, hay que especificar los pactos entre socios, si no se pacta nada todo el mundo tiene la misma responsabilidad y los beneficios se reparten en igualdad, en el caso de que no se especifique la parte de cada socio, el beneficio se repartirá igualmente entre industriales y capitalistas.

La representación de la sociedad sólo la puede tener un socio y no se puede delegar en terceros.

- La **Sociedad Comanditaria** es una forma social que permite la incorporación de capital a la empresa limitando la responsabilidad a la cantidad aportada. Los socios colectivos, que responden con todos sus bienes, son la antagónica de los socios comanditarios, pues éstos no quieren responsabilizarse de las deudas en la misma medida que los gestores de la sociedad. Hay que decir, que los beneficios, al igual que la responsabilidad, en una Sociedad Comanditaria también están limitados. El origen de esta sociedad está en la comanda medieval, donde alguien encomendaba a otro que le vendiera ganado y del dinero ganado le daba un tanto por ciento. Por esta definición, un socio comanditario es aquel al que se le entrega el dinero de una persona, pero no se hace responsable de lo que le pueda ocurrir a esa persona, sino que sólo es responsable del dinero que se le ha confiado. Por lo tanto, hay dos tipos de socios:

- Industriales. Tienen responsabilidad completa o absoluta.

- Comanditarios. Sólo aportan capital y tienen su responsabilidad limitada al capital aportado.

Actualmente, una Sociedad Comanditaria es aquella sociedad en la que bajo una razón social, unos socios responden de la gestión social con todos sus bienes y patrimonio, mientras que otros sólo responden con sus aportaciones (socios comanditarios).

Hay dos tipos de Sociedad Comanditaria:

- S.C. Simple: los socios no reciben ningún título por su aportación, sólo se recoge en la escritura.

- S.C. por acciones: los socios reciben unas acciones como título por su aportación.

La diferencia real entre las dos, es que en la sociedad por acciones si el socio quiere abandonar la sociedad puede vender el título, en la simple no.

En la razón social de una Sociedad Comanditaria Simple no pueden aparecer los socios comanditarios, para proteger los tratos y a la sociedad misma. Además, los únicos que pueden gestionar la sociedad son los socios colectivos o industriales y hay que recoger en las escrituras quien tiene la representación.

Sociedades capitalistas:

- La **Sociedad Anónima** es la sociedad más característica. Es un tipo de sociedad donde el capital, que está dividido en acciones, se integra por las aportaciones de los socios, quienes no responden personalmente de las deudas sociales. Consecuencias de esto:

- Todos los socios aportan capital o bienes.

- Todo socio tiene acciones.

- Quien debe responder es la sociedad, ningún socio aporta más que el capital que ha puesto en la sociedad y sólo tiene que responder por él. Si la sociedad adquiere una deuda, ésta debe ser pagada con lo que la

sociedad tenga, no con lo de los socios. Los socios industriales tienen su responsabilidad aparte, aunque también sean capitalistas. Además, la Sociedad Anónima tiene un capital mínimo con el que poder responder.

La SA es una evolución de los otros tipos de sociedades, que se crea para evitar responsabilidades, también se constituye mediante escritura pública, que tiene que ser inscrita en el registro mercantil. En este registro aparecen los integrantes de la sociedad, las modificaciones que se hagan en el accionariado de la empresa, un registro de cuentas... etc. Toda esta información es de acceso público. En la escritura de la sociedad debe aparecer:

- Nombre + S.A. Se puede hacer con cualquier elemento escrito que se pueda verbalizar y que no exista ya en otra sociedad, aunque hay nombres que se pueden repetir si las sociedades pertenecen a distintos sectores y ninguna de las dos sociedades reclama, ya que existen registros nacionales e internacionales.
- Nombre y datos personales o sociales (las sociedades pueden estar integradas por otras sociedades) de aquellos que integran las S.A.
- El dinero en metálico que se haya aportado o los bienes y derechos aportados. Cualquier bien que se aporte tiene que tener una valoración económica hecha por un profesional, es decir, debe estar tasado. En base a esto se hará el reparto de las acciones. También se pueden aportar derechos, que también serán valorados por profesionales a través de una auditoría.
- Nombre y datos de los administradores de la empresa y que adquieren la máxima responsabilidad.
- La cuantía de los gastos de constitución, es decir, lo que nos cuesta poner en marcha la sociedad.
- Estatutos sociales, son la norma ordenadora de la futura vida de la Sociedad Anónima, forman parte de la escritura de constitución y recogen:
 - ¿Cómo se va a llamar la sociedad, hay un registro para recoger los nombres como propiedad.
 - Objeto social, es decir, a qué se va a dedicar la sociedad. Esto se puede ampliar y reformar, y en el caso de tratarse de una empresa holding hay que especificar que se trata de una sociedad que se dedica a la gestión y compra de acciones de otras sociedades.
 - Duración de la empresa, para objetos sociales con una duración limitada, como por ejemplo las Uniones Temporales de Empresas (UTE) que se disuelven una vez conseguido el objeto. También puede ser de duración indefinida.
 - Sede social, el lugar donde se pueden dirigir los interesados en contactar.
 - Capital social. Dinero con el que se constituye la empresa, como mínimo tiene que ser de 60.001 euros. Este mínimo es una garantía económica que respalda a la sociedad (una Sociedad Limitada es más solvente ya que sólo necesita 3.000 euros). Los estatutos también recogen cómo está repartido el capital social, cuántas acciones hay, cuál es el valor nominal de cada una, de qué clase son, con derecho a voto o no...etc.
 - Quién va a administrar y quién va a representar a la sociedad, cuando hay más de tres personas en la administración se le denomina Consejo de Administración.
 - Otras: formas de deliberar, cuánto dura el mandato, cuánto van a cobrar... etc.

Los Estatutos Sociales se pueden modificar, pero tiene que ser la Junta General de accionistas, es decir, los propietarios, los que aprueben la modificación, ya que según el asunto a tratar es necesaria la mayoría. Cuando se decide cambiar de actividad, por ejemplo, el sistema jurídico ofrece el derecho a los que no están de acuerdo a que se les disuelva su parte y se les devuelva su dinero (intereses, parte del patrimonio...etc.). Cualquier modificación de los Estatutos se tiene que hacer pública anunciándose en un periódico de gran difusión en la provincia en la que se encuentre la sede social de la empresa, sólo una vez hecho esto se hace la modificación porque sino no se admiten los cambios.

En una Sociedad Anónima, el capital social es el dinero con el que se empieza y que se divide en acciones, por lo tanto, la suma del valor de todas las acciones debe dar la cantidad exacta del capital social. En el momento de su constitución, la sociedad no tiene ningún valor más. Cuando empieza a funcionar y va ganando dinero, se va reinvertiendo en la sociedad, generando beneficios que se quedan en la empresa. Así, aunque el capital social sea el que sea, la sociedad ya vale más y, por lo tanto, aumenta su patrimonio. El patrimonio es el valor real de una empresa, y se define como todos los derechos y obligaciones de valor económico (pecuniario) de la sociedad. Además, la ley obliga a que si el patrimonio de una sociedad, por motivo de pérdidas, disminuye en 2/3 partes el capital social y pasa un año sin recuperarse, la sociedad tiene que cambiar a una forma jurídica inferior (Sociedad Limitada) o disolverse. Aunque si se modifica el capital social antes y no bajamos de los 60.001 euros mínimos, no es necesario. El procedimiento será el siguiente: primero se modifica el capital y si no funciona, se cambia la forma jurídica o se disuelve la sociedad.

El capital social está dividido en acciones, que es una parte proporcional o alícuota del capital social de una empresa. Pero una acción tiene que ver también con el patrimonio de la empresa, si tengo el 10% en acciones tengo el 10% del capital social y del patrimonio, que sólo coinciden en el momento de constitución. Por lo tanto, las acciones tienen dos valores:

- Nominal, como parte del capital social.
- Económico, como parte del patrimonio. Este valor casi nunca coincide con el otro.

El que posee una acción tiene una serie de derechos y obligaciones, sobre todo derechos. Si los derechos son diferentes a los que la ley marca, se tienen que recoger en los estatutos. Los derechos mínimos son:

- Participar en el reparto de los beneficios de la sociedad, además de en el patrimonio en caso de liquidación o venta de la sociedad.
- Asistir y votar en las Juntas Generales, así como impugnar los acuerdos sociales.
- Derecho a estar informado. Es obligatorio que la empresa informe a los accionistas de cuantos hechos ocurran en materia económica, intentos y acuerdos de fusión, modificación de estatutos... etc.
- Derecho a la suscripción preferente en las ampliaciones de capital o en la emisión de obligaciones convertibles. La ampliación de capital es un aumento del capital social de la sociedad que se hace en lugar de pedir un préstamo a los bancos. En una ampliación de capital si los socios no ponen dinero pierden porcentaje de participación en la sociedad, por eso antes de que alguien de fuera lo haga, los socios tienen derecho a suscribir primero para no perder su porcentaje en la sociedad. El límite está en su porcentaje, es decir, pueden adquirir como máximo hasta igualar su parte en la empresa.

¿Cómo se representan las acciones? Pueden ser algo físico al estar representadas en títulos, pero también pueden ser anotaciones en cuenta (anotación en base de datos) porque una de las características de las acciones es su rápida, fácil y libre transmisión. Las acciones pueden ser:

- Todas aquellas que tienen los mismos derechos son acciones de una misma clase. Hay acciones con derecho a voto y acciones sin derecho a voto, el número de acciones sin derecho a voto no puede ser superior al 50% del capital social, además, la ley obliga a compensar el riesgo de los accionistas sin derecho a voto:

• Si hay pérdidas sociales no le afectan.

• Los intereses anuales (dividendos) son mayores. El beneficio máximo anual es de un 5% del valor de la acción, de manera que independientemente de que haya pérdidas o ganancias se obtienen beneficios.

- Todas aquellas que tienen el mismo valor nominal pertenecen a la misma serie, son acciones del mismo valor.

Las acciones se representan siempre en títulos o como anotaciones en cuenta:

- Título: físico, en papel, aunque actualmente todo se hace por transacciones informáticas.

- Anotación en cuenta: se utilizan para el rápido intercambio de las acciones. Es una especie de base de datos muy controlada.

Las acciones pueden ser nominativas o al portador:

- Nominativas: llevan el nombre del propietario.

- Al portador: quien tiene físicamente ese título es el propietario, aunque actualmente se utilizan poco.

Las acciones se pueden transmitir, pero esto no se puede hacer hasta que la sociedad no esté registrada. Una vez registrada podemos comprar y vender acciones como queramos, con una excepción: si una sociedad compra acciones de sí misma podría ponerse en peligro, pues se alteraría la estructura financiera de dicha sociedad. Para garantizar el reparto de competencias de forma democrática, el interés de socios y acreedores, para mantener la relación sociedad / toma de decisiones... etc., la sociedad no puede comprar acciones de sí misma o de una empresa dominante, aunque sí en determinados casos:

- Cuando la adquisición de acciones no supone el 10% del Capital Social.

- Siempre y cuando la decisión de la compra esté autorizada por todos los socios.

- Además la sociedad debe haber creado una reserva de dinero equivalente al que adquiere.

Cuando la sociedad necesite dinero puede acudir al mercado además de a los bancos:

- Pedir un préstamo al banco. El banco presta lo que no es suyo y gana dinero con eso, por eso un préstamo normal que pide una empresa va a tener un interés del 8% máximo, mientras que los particulares requieren menos. El banco nunca establecerá un interés mayor de lo que le cuesta a él el dinero.

- Emitiendo nuevas acciones u obligaciones. Con las obligaciones no se comparte la propiedad de la empresa, simplemente la S.A. se convierte en deudora y los particulares en acreedores, a los que la S.A. devuelve el dinero más los intereses pactados en un plazo acordado. Con las obligaciones se tiene la seguridad de que los particulares van a obtener dinero y de que el dinero va a ser devuelto (no suponen riesgo porque hay un control por parte de la CNMV y el dinero se devuelve sin problemas más el interés), mientras que las acciones pueden tener beneficio o no.

Existen dos tipos de obligaciones:

- Obligaciones normales. Dinero que prestamos con un interés a un plazo determinado.
- Obligación convertible. Cumplido el plazo de devolución del dinero, el obligacionista puede cobrar el dinero más el interés o convertir ese dinero en acciones de la sociedad y se convierte en accionista, es decir, puede participar del patrimonio de la sociedad. Los socios que convierten sus obligaciones en acciones cambian automáticamente la proporción de participación de los demás socios, por eso los accionistas de la empresa tienen derecho de suscripción preferente también cuando salen al mercado obligaciones convertibles.

Órganos sociales:

- La Junta General. Órgano soberano de decisión de los accionistas, las decisiones de la junta obligan a los administradores y a todos los accionistas, incluso a los disidentes. Deciden por mayoría a casi todos los asuntos de los que tiene competencia y está dirigida por el Presidente del Consejo de Administración. ¿Cómo se constituye? En primera convocatoria cuando los accionistas presentes representen o posean un mínimo del 25% del capital suscrito con derecho a voto, es muy difícil convocar una reunión de la Junta General. Todas las reuniones tienen dos convocatorias, la primera tiene un mínimo de asistencia del 25% y si no se consigue no se puede convocar la junta. En la segunda convocatoria, se admite cualquier asistencia salvo que los estatutos digan lo contrario. La ley protege a los accionistas no asistentes y requiere el mínimo de asistencia para los temas más importantes, como por ejemplo la modificación de los estatutos, la asistencia debe ser del 50% en la primera convocatoria y en la segunda, como mínimo, de 25%. Tipos de Juntas Generales:

- Ordinarias. Como mínimo debe hacerse una al año por ley, pero en los estatutos se puede exigir que haya más. Se deben celebrar dentro de los seis primeros meses de cada ejercicio, para aprobar las cuentas del ejercicio anterior o aprobar los presupuestos del siguiente. También para confirmar o no a los administradores (presidente y consejo de administración). Cualquier junta ordinaria debe anunciarse y no basta con una notificación personal, debe publicarse en un periódico de gran difusión en la provincia donde está la sede social de la empresa, además, también se publica en el Boletín Oficial del Registro Mercantil. Sin estos requisitos se puede impugnar una junta porque no tendrá validez.

- Extraordinarias.

- Junta universal. Cuando está presente todo el capital. Se puede tratar cualquier asunto, no hace falta que esté en el orden del día y con que se apruebe mayoritariamente es suficiente.

Cualquier accionista, por su derecho a estar informado, puede exigir información sobre los asuntos a tratar en una junta o sobre cualquier aspecto de la sociedad que consideren oportuno. El Departamento de Comunicación tiene que tener listos estos documentos siempre.

La figura del administrador es la más importante para el desarrollo de la vida interna y externa de la sociedad, se encarga de la gestión diaria y la representación, además de ejecutar los acuerdos de la Junta General. Es esta misma la que lo nombra y del administrador depende el fracaso o el éxito de la empresa. Cuando se confiere la administración a más de tres personas como mínimo, se le denomina Consejo de Administración. Cuando es una, no es necesario que sea accionista, lo lógico es que no lo sea por la separación de los poderes de gestión de una empresa, salvo que los estatutos digan lo contrario, muchos propietarios son gestores para que haya una mayor implicación en su trabajo. Para ser administrador se necesita: ser mayor de edad, tener libre disposición de bienes y ninguna incompatibilidad. En ningún caso, el cargo puede exceder los cinco años de duración.

El Consejo de Administración está compuesto como mínimo por tres personas y se constituye cuando están presentes la mitad más uno de sus integrantes, sin excepción, sino no se puede constituir. ¿Quién nombra a sus miembros? La junta, pero de acuerdo a una proporcionalidad. Cada socio, de acuerdo a su porcentaje de propiedad, puede nombrar al número de miembros del consejo que le corresponda, sin consultar a nadie, y los que tienen menos capital pueden unir sus proporciones hasta conseguir el porcentaje que se requiera en los estatutos para nombrar a un administrador. Cada 25% de la sociedad elige a un administrador y no es necesario pasar por la aprobación de los demás. La votación se produce cuando no se ponen de acuerdo en la elección de algún administrador. Los consejos pueden delegar, de forma permanente, alguna de sus competencias en una comisión ejecutiva, en un consejero delegado o bien en un comité. Al ceder competencias y autonomía a la elección tiene que hacerse por las 2/3 partes del Consejo de Administración.

Es obligatorio que una empresa presente anualmente las cuentas de costes, ingresos, beneficios, pagos, etc., al finalizar el ejercicio y en un plazo de tres meses desde que este ejercicio termina.

- Balance: lo positivo y lo negativo de las cuentas.
- Cuenta de pérdidas y ganancias de forma detallada.
- Una memoria en la que se explique la gestión de la empresa y el contenido de las cuentas en sí.

Diferencias entre la Sociedad Anónima y la Sociedad Limitada

1. En la S.L. el capital también se encuentra limitado al capital aportado, pero a la vez también es importante la condición de socio.
2. El capital mínimo para crear una Sociedad Anónima es 60.001 euros, mientras que para la S.L. es 3.001. La Sociedad Limitada se crea con el objetivo de que económicamente no sea tan caro crear un soporte jurídico para una empresa, ya que cualquiera puede aportar bienes que estén valorados en 3.000 euros.
3. El capital social de la S.A. está dividido en acciones, mientras que en la S.L. se divide en participaciones. Las acciones representan agilidad para su venta y transmisión, y las participaciones tienen más limitaciones para ser vendidas.
4. El desembolso del capital social no es inmediato, es decir, en las S.A. para constituirse no hace falta desembolsar todo el capital, con un 25% es suficiente y después se incorporan más socios. Si no se consigue el dinero dentro de un plazo hay que cambiar de forma social. Pero para la S.L. habrá que desembolsar el 100% del Capital Social en el momento de constitución.
5. Las S.A. tienen la obligación de reunirse en Junta Anual Ordinaria para presentar unas cuentas; el balance, los gastos e ingresos y la memoria. Las cuentas de las S.L. son más simples.
6. Para modificar los estatutos sociales en las S.A. hace falta como mínimo la presencia del 50 % o el 25% del capital social con derecho a voto, en las S.L. importa el socio, es decir, para la modificación se pide la mayoría de los socios sin importar el capital que representen (pero que representen al menos las 2/3 partes del capital).

La Sociedad Limitada es una forma jurídica atractiva, la gran mayoría de las empresas empiezan por aquí, aunque luego pasan a ser Sociedades Anónimas.

La Bolsa

Hay cuatro bolsas en España: Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia. La Bolsa es un mercado como otro cualquiera donde se venden y se compran acciones (títulos). La Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), que depende del Ministerio de Economía, regula las cuatro bolsas españolas:

- Dirige el sistema bursátil.
- Autoriza los valores que se van a vender.
- Autoriza la salida de acciones de una empresa.
- Suspende la cotización de determinadas acciones cuando se está haciendo alguna operación, como una fusión.
- Vela por la protección del inversor y garantiza la transparencia del mercado.

Las Sociedades Rectoras de cada una de las bolsas españolas están compuestas por los intermediarios financieros, que la administran y dirigen. En ese mercado sólo pueden operar:

- Las Agencias de Valores y Bolsa (Brokers). Los Brokers sólo actúan por cuenta ajena, son intermediarios para sus clientes y en ningún caso pueden hacerlo para ellos mismos.
- Las Sociedades de Valores (Dealers). Las Sociedades de Valores realizan operaciones por cuenta propia y por cuenta ajena, como por ejemplo los bancos, que tienen sus propias Sociedades de Valores.

Para que un particular pueda vender y comprar acciones en Bolsa tiene que acudir a un Broker o a una Sociedad de Valores.

Funciones de la Bolsa:

- Canalizar el ahorro de los ciudadanos y las empresas hacia la productividad.
- Dar liquidez a los valores que se negocian en Bolsa. Ese ahorro se puede convertir en dinero en cualquier momento.
- Fija los precios de los valores a través de la oferta y la demanda.
- Función informativa: todo el mundo tiene información sobre las empresas que cotizan en Bolsa. Así, la Bolsa se convierte en barómetro de la situación económica, la cual queda reflejada en los valores bursátiles o índices que garantizan ese valor.

Tipos de mercados:

- Mercado tradicional o sistema de corros. El de corros es un mercado que existe en cada una de las bolsas, por lo que los títulos que se venden tienen un valor distinto en cada una, ya que no hay comunicación entre ellas. No hay un precio único para los valores en el sistema de corros, además, los participantes tienen un tiempo limitado para hacer la compra-venta. Este sistema obliga a que los agentes estén físicamente presentes en el “parque”, tradicionalmente se ha hecho así pero este tipo de mercado tenía limitaciones de tiempo y precio.
- Mercado continuo. Gracias a las nuevas tecnologías las bolsas a nivel nacional e internacional están intercomunicadas, los ordenadores hacen que no sea necesaria la presencia física de los agentes en el “parque” y se puede negociar durante más tiempo, ya que el mercado continuo permite una ampliación

de la jornada. Además, el precio de las acciones es el mismo en todas las bolsas. Para que todo esto sea posible, el mercado continuo necesita de un sistema informático seguro: el SIBE, Sistema de Interconexión Bursátil Español, que está controlado por la CNMV y por las distintas sociedades que componen cada una de las Bolsas. Todos los que actúan en la Bolsa son, a la vez, los que la dirigen, es decir, los órganos rectores son los brokers, las agencias y todas las empresas que venden sus acciones allí.

Siguen existiendo mercados de corros para determinados productos, pero el 90% de las acciones se compran y se venden en mercado continuo.

¿Cómo comprar y vender? En la Bolsa cotizan dos tipos de títulos:

- De renta fija: obligaciones, bonos, letras, pagarés y obligaciones y bonos convertibles. Estos títulos garantizan un interés fijo del 5% (mínimo). Se pueden vender.

- De interés variable: acciones. No tienen valor fijo, suben y bajan porque una cosa es su valor nominal y otra su valor económico.

Condiciones mínimas que debe cumplir una empresa para cotizar en Bolsa:

- Hay que ser Sociedad Anónima.
- Tener un capital social igual o superior al millón 250 mil euros.
- Como mínimo debe haber tenido beneficios en los últimos cinco años, que hayan repartido unos dividendos de un 6%, para dar imagen de solvencia.
- Todas las sociedades tienen que haber sido auditadas por la CNMV durante los últimos tres años para comprobar la autenticidad de las cuentas.
- Una vez iniciada su actividad, la empresa debe tener como mínimo cien accionistas y ninguno puede tener una participación superior al 25%, esto sólo para el mercado de corros.
- Para poder vender acciones en el mercado continuo hay que vender acciones mínimo en dos bolsas.

¿Qué influye en el precio de las acciones? Factores objetivos y subjetivos, no todos controlables de ahí que los resultados sean imprevisibles:

- Factores propios de la empresa:

• Rentabilidad del año.

• Valor histórico de la acción.

• Cima bursátil.

• Apresiasi sobre un valor determinado. (Factor subjetivo)

- Factores externos:

• Políticas nacionales, fiscales sobre todo, que ayudan o perjudican a determinados sectores.

• Política internacional.

• Evolución de los tipos de interés.

• Lo que ocurre en otras bolsas internacionales.

• La oferta y la demanda.

Los Índices miden la rentabilidad obtenida por los valores que cotizan en Bolsa. Si hay rentabilidad, el Índice es positivo, y si no, es negativo. Hay distintos tipos de Índices, en España se utiliza el IBE (Índice Bursátil Español). Indica si en su conjunto los títulos han subido o bajado respecto al día anterior y dónde se encuentran. Además, cada Bolsa tiene su Índice que refleja el rendimiento de los valores de esa Bolsa:

- IBEX (Índice del mercado continuo). Tipos:

• 35: las 35 empresas más fuertes del día que representan a los sectores.

• Financiero: los bancos.

• Industrial.

• Nuevo mercado: empresas de las nuevas tecnologías.

Índices del mercado internacional:

- EE.UU.

• Dow Jones: Las 30 principales empresas del sector industrial.

• Nasdaq: Las 100 empresas con más capacidad de crecimiento del mercado, pero con más riesgo. Son casi todas las del sector de las telecomunicaciones, se creó un Índice aparte para evitar riesgos y que el mercado no se desestabilizase.

- Gran Bretaña:

• Financial Times 30: Las 30 principales empresas británicas.

- Japón:

• Nikkei: Las 225 principales empresas que cotizan en la Bolsa de Tokio.

Sociedad Cooperativa

Es una de las formas de sociedad que no se puede clasificar ni como personalista, ni como capitalista. El cooperativismo surge como un movimiento para canalizar el sistema de propiedad hacia unos cauces más justos, esto va a englobar como idea la vida económica, diaria...etc., de la empresa. Una cooperativa se define como: “Una empresa constituida y dirigida por una asociación de usuarios y que aplica en su seno la que en principio es la regla democrática: 1 hombre = 1 voto, independientemente del peso que tenga en la empresa.” Su fin es estar al servicio de sus miembros y de la sociedad, esta función socializadora se pone de manifiesto en el reparto de beneficios, que se hace en función de la actividad que cada uno de los socios realiza y no en función del dinero aportado. Además, aquí los beneficios se llaman “retornos”. La competencia de las cooperativas está en manos de las comunidades autónomas desde 1987.

El concepto legal de cooperativa es: “Sociedad que, con capital variable y una estructura y gestión democráticas, asocia, en régimen de libre adhesión y baja voluntaria, a personas que tienen intereses o necesidades económicas comunes. Para satisfacer estos intereses desarrollan una actividad empresarial que va a generar unos beneficios.” En este tipo de organizaciones, los resultados económicos se imputan a los

socios una vez atendidos los fondos y las necesidades comunitarias, es decir, priman las necesidades de la cooperativa y después los retornos.

Los retornos cooperativos, que se reparten en proporción a la actividad realizada por los socios en la empresa, no están limitados de ninguna forma. El único límite es que un solo socio no puede tener más del 25% de los retornos, para que se garantice que, como máximo, la cooperativa esté compuesta por cuatro personas.

Tipos de cooperativas:

- De trabajo asociado. Es una cooperativa de prestación de trabajo, cuyo objetivo es proporcionar a los socios trabajo y producir así bienes o servicios para terceros. Los requisitos de constitución son los mismos que para cualquier sociedad, pero debe tener un máximo de cinco personas o socios trabajadores.
- De consumidores y usuarios, para la compra de material y realización de actividades.
- De vivienda, para obtener un mejor precio.
- Agraria.
- De explotación comunitaria de la tierra.
- De servicio, personas que trabajan con un servicio determinado.
- De mar.
- De seguros.
- De crédito, para prestar u obtener dinero.
- De enseñanza.
- Sanitarias.

Órganos de gobierno:

- Asamblea general: Reunión de los socios, los acuerdos se adoptan siempre por más de la mitad de los votos expresados. Debe ser convocada dentro de los seis meses siguientes al cierre del ejercicio. Interviene en la aprobación de cuentas, modificación de los estatutos... etc.
- Consejo Rector: Órgano de gobierno, gestión y representación elegido por la asamblea general. Máximo de tres personas: presidente, vicepresidente y secretario. Está regulado por los estatutos, donde queda recogido su funcionamiento. Los acuerdos se toman con la mitad de los votos más uno. Es el Consejo quien nombra al director de la cooperativa.
- Interventores: Órgano de fiscalización, encargado de llevar las cuentas anuales, de censurarlas. Son nombrados por la asamblea y suelen ser entre 1 y 3 interventores.

Derechos y obligaciones de los socios:

- Obligaciones:

- a) Efectuar el desembolso de las aportaciones
- b) Asistir a las reuniones de los Órganos sociales
- c) Acatar los acuerdos

- Derechos:

- a) Derecho a participar en los resultados económicos
- b) Estar informados sobre la cooperativa
- c) Derecho a recibir anticipos laborales a cuenta de los resultados de ejercicio
- d) Régimen laboral similar al de los trabajadores por cuenta ajena: Régimen general o de autónomos.

Asociados: Personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, que aportan Capital Social a la cooperativa y que reciben a cambio un interés, el cual nunca será menor al de los socios ni superior a 5 puntos al interés básico del Banco de España. Los asociados no pueden ser más del 33% de las aportaciones de los socios, pero participan en las decisiones con voz; sin embargo, el conjunto de sus votos, independientemente del número de asociados, no puede superar el 20%. Este tipo de cooperativas tienen buenos beneficios fiscales y un buen número de ayudas y subvenciones.

Sociedad Anónima Laboral

Los trabajadores que prestan servicios retribuidos en ella trabajan por tiempo indefinido y a jornada completa, y son propietarios, al menos, del 51% de las acciones de la sociedad. Además, de forma mayoritaria, los trabajadores son también propietarios de la sociedad. Condiciones:

- El número de trabajadores contratado por tiempo indefinido y sin acciones no puede superar el 15%.
- Las entidades públicas pueden participar en el Capital Social hasta el 49%, puesto que un único socio no puede tener más del 25% de la sociedad.

Función directiva

Modelos de liderazgo:

- **Modelo XY**. Estudiado por Douglas McGregor, surge a través de la clasificación de liderazgos tradicional: el liderazgo autoritario y el “laissez-faire”. Traslada el estudio de los ambientes de trabajo a los comportamientos humanos, así podemos observar como incide en los trabajadores cada uno de los modelos directivos utilizados por la empresa:

- **Modelo X**:

! El trabajador es vago por naturaleza y siente repugnancia por el trabajo, así que lo va a evitar siempre que pueda.

! Hay que hacerle cumplir las tareas asignadas por la fuerza o por medio de castigos, ya que la recompensa económica no es suficiente.

! La fuerza principal que mantiene al trabajador es el temor a ser despedido o a bajar de categoría.

â ¡ AdemÃs, el trabajador quiere evitar responsabilidades y prefiere que lo dirijan.

â ¡ El trabajador necesita que le digan las cosas, que se las demuestren y que lo adiestren con los medios apropiados.

â ¡ Necesita instrucciones precisas al mÃximo detalle.

â ¡ AdemÃs, aprecian que se les trate con cortesÃa y son resistentes al cambio.

â ¡Y: en este modelo predomina el “laissez-faire”, los trabajadores se responsabilizan de los objetivos de la organizaciÃn.

Conclusiones:

- El trabajo es repetitivo, aburrido, exige poca preparaciÃn, es fatigoso, requiere poco esfuerzo mental.
- Tipo de liderazgo: autoritario, hay que hacer que los subordinados consigan los fines de la organizaciÃn.
- Actitud de los trabajadores: el trabajo hay que evitarlo.
- **Modelo Y:** Los trabajadores son activos, trabajadores, se fijan distintas metas y se esfuerzan por cumplirlas. La amenaza y el control no sirven de incentivos porque no les gusta trabajar, asÃ que la satisfacciÃn les debe venir por otras vÃas: nuevos retos, sentimiento de pertenencia...etc. Al trabajador hay que potenciarlo tanto intelectual como humanamente, la fuerza que les mantiene es el deseo de alcanzar metas intelectuales y sentimentales. Conclusiones:
 - El trabajo da oportunidades de desarrollo y crecimiento, sirve para adquirir experiencia y a travÃs de Ãl se reconocen los mÃritos.
 - Tipo de liderazgo: el lÃder facilita informaciÃn para resolver problemas y debe ayudar a encontrar nuevos mÃtodos de trabajo.
 - Actitud de los trabajadores: es una oportunidad para crecer, conseguir metas, promocionar... etc.
- **TeorÃa Z.** Ãsta es una teorÃa no enunciada que proviene de la cultura japonesa, basada en los principios de: compromiso con la empresa, empleo para toda la vida, lentitud de la evaluaciÃn y promociÃn, responsabilidad colectiva, control implÃcito (los trabajadores no se quejan de su labor) y total atenciÃn expresada a los empleados (vivienda, transporte...etc.). JapÃn tiene una estructura social feudal, que desaparece tras la II Guerra Mundial, pero que se traslada a la organizaciÃn de las empresas. La empresa se convierte asÃ en referente y la vida de los trabajadores gira en torno a ella.
- **Modelo L.** En una empresa informativa el modelo mÃs recomendable es el L, cuyo planteamiento situacional estÃ mÃs cercano a los preceptos del modelo Y. una empresa informativa no debe apropiarse del trabajo de sus periodistas, es decir, el medio de comunicaciÃn no puede eclipsar la brillantez de sus profesionales porque su calidad depende de ellos. Cualquier periodista desea que aumente su salario y le reconforta la notoriedad, sobre todo por parte de su audiencia, pero el reconocimiento y la sensaciÃn de poder no se recompensa con dinero. Los periodistas tambiÃn buscan que los dirijan y quieren causar una buena impresiÃn en sus superiores. El periodista necesita libertad en su trabajo, que lo estimulen y lo comprendan, las medidas represivas conducen a una merma de la calidad de sus servicios en el medio. Por todo Ãsto, nos encontramos mÃs cerca del modelo Y. CaracterÃsticas del modelo L:
 - Los trabajadores son vocacionales. Por encima de todo el trabajador quiere cumplir con su trabajo, incluso

por encima de lo económico, ya que se debe a la sociedad.

- Los liderazgos autoritarios no sirven para las empresas informativas, el periodista necesita libertad de trabajo, reconocimiento, sistemas donde prevalezca la libertad de pensamiento y culto.

Función de planificación

Es la función que establece los objetivos de una empresa y decide sobre qué estrategias se van a llevar a cabo para conseguirlos, debe ser una función previa a otras funciones de dirección. Si el plan está bien trazado va a permitir dar una respuesta eficaz de acuerdo a los objetivos, no obstante, la planificación es un sistema continuo de toma de decisiones, según se va desarrollando necesita respuestas eficaces a los inconvenientes que se vayan presentando. Lavigne y Wackman dividen la planificación en cuatro etapas:

- Determinar la misión y los objetivos a alcanzar a corto y a largo plazo.
- La obtención de la información básica que va a influir en la capacidad de la empresa para conseguir los objetivos. Recursos humanos, tecnológicos, de infraestructura, de capital...etc., organizar y clarificar la estructura organizativa, elaborar un cronograma o calendario para el desarrollo del calendario...etc.
- Creación de estrategias con el fin de establecer opciones e instrumentos para dirigir la empresa en un sentido.
- El desarrollo de un plan de acción que va a sumar recursos a esa empresa informativa para poder llevar a la práctica la estrategia seleccionada.

Función de control

Es la función que compara los resultados reales con los que se habían planificado, para posteriormente hacer desaparecer las diferencias significativas. Esta es la “espiral de la mejora continua”, una unión de la función de planificación y la de control:

- ¿Qué hay que hacer?

- ¿Cómo se hace?
- ¿Cómo lo hacemos?
- Comparar y mejorar.

Hay cinco fases en la etapa de control:

- Fijar unos estándares de resultados previstos (planificación).
- Medir los resultados reales (control).
- Comparar (control).
- Determinar las razones de las diferencias.
- Tomar las decisiones oportunas (planificación).

Función de organización

Es la función que consiste en integrar las diversas actividades necesarias para la producción y para la distribución de un bien económico complejo, en este caso la información. Para conseguirlo habrá que distribuir la función entre el personal de la empresa, por lo tanto, en la organización subyace la división del trabajo. La distribución de las tareas en fases:

- Determinar las tareas a realizar.
- Dividirlas en grupos.

- Se delegar a los responsables de los diferentes grupos.
- Dar a cada responsable la autoridad para realizar las tareas.

Esto es departamentalizar las empresas, es la función más importante de la organización, ya que consiste en organizar y dirigir al principal activo de la empresa: las personas.

La organización de las empresas se caracteriza por cuatro parámetros:

- Especialización del personal informativo.
- Evolución tecnológica.
- Reducción y modificación de las categorías y puestos de trabajo por la invasión tecnológica.
- Utilizar una estructura organizativa para varios productos.