

LA ECONOMÍA VISTA POR SUS PROTAGONISTAS

Entrevistas sobre la valoración social de las diferentes formas jurídicas empresariales

José M^a López Jiménez

1. Si tuviera que iniciar una actividad empresarial, ¿la desarrollaría como autónomo o bajo alguna forma empresarial? En este último caso, ¿por qué forma jurídica optaría?
2. ¿Considera que la forma jurídica adoptada guarda relación con la mayor facilidad para desarrollar el negocio, o, más bien, con la legítima intención del empresario de limitar la responsabilidad patrimonial?
3. En relación con las empresas de mayor tamaño, ¿en qué instancia considera que se encuentra el centro de poder para la toma de las decisiones corporativas? ¿Y en las empresas pequeñas y medianas o en las familiares?
4. ¿Debería ser el sector empresarial un ámbito completamente ajeno a la intervención y a la supervisión pública? ¿Es razonable que existan sectores productivos sujetos a un mayor control por parte de la Administración Pública, o, incluso, que esta última ofrezca directamente en el mercado bienes y servicios?
5. El mundo empresarial se observa por una parte de la ciudadanía, en ocasiones, con recelo, aunque pocos ponen reparos a las multinacionales tecnológicas, alguna de las cuales cuenta con más de dos mil millones de usuarios en el mundo. ¿Por qué razón cree que podría ser más favorable la percepción y la valoración de estos nuevos “gigantes empresariales”?
6. ¿Cómo se podría ejercer un mayor control sobre las grandes multinacionales y favorecer el pago de impuestos en los países donde generan sus beneficios? ¿Pueden hacer algo las autoridades o los consumidores al respecto?
7. Hace décadas se llegó a afirmar que la única responsabilidad social de una empresa consiste en “incrementar los beneficios conforme a las reglas del juego”, aunque esta visión restrictiva se encuentra, en la actualidad, en declive. ¿Qué puede aportar una empresa a otros grupos de interés con los que se relaciona, como, por ejemplo, la sociedad, la Administración Pública o sus propios empleados? ¿Debería ser igual de intenso el compromiso social de las grandes empresas que el de las compañías pequeñas y medianas?
8. Otro de los ámbitos en los que el nivel de exigencia a las empresas va en aumento es en el de la protección medioambiental. ¿Qué pueden aportar las empresas desde esta perspectiva? ¿Deberían los consumidores, como potenciales usuarios y adquirentes de sus servicios y productos, penalizar de algún modo a las empresas menos respetuosas con el medioambiente?



Carmen Montoro López
Estudiante de finanzas y
contabilidad

“No debería ser igual el compromiso social de las grandes empresas que el de las pequeñas y medianas, porque no todas cuentan con los mismos medios, pero todas deberían hacer lo que tengan a su alcance”

1. Bajo la forma jurídica de sociedad limitada, debido a que la responsabilidad del emprendedor está limitada, no quedando comprometidos todos sus recursos, y su constitución es sencilla. Además, puede ser constituida de manera unipersonal y el capital social legal mínimo exigido es reducido y no tiene por qué ser dinerario.
2. Pienso que la forma jurídica guarda más relación con la intención del empresario de limitar la responsabilidad patrimonial.
3. Considero que las decisiones en las empresas de mayor tamaño son tomadas por el consejo de administración y en menor medida por los accionistas. En la pequeña empresa o en la empresa familiar los directores suelen coincidir con los propietarios o los trabajadores, por lo que conocen de primera mano las necesidades de la empresa.
4. En mi opinión, la actividad empresarial no debería ser un ámbito completamente ajeno a la intervención y la supervisión pública, en beneficio sobre todo de los consumidores. Considero especialmente necesaria una mayor participación de las Administraciones Públicas en los sectores que afectan en gran medida al bienestar social.
5. Esto puede deberse a que los avances de las empresas tecnológicas se perciben, en general, como un beneficio para la sociedad. Sin embargo, los perjuicios que causan a la sociedad (como la venta de datos personales) no se llegan a entender del todo y por eso no son tan mal juzgadas. La contaminación que genera una empresa, por ejemplo, puede ser una realidad mucho más perceptible para la ciudadanía.
6. Bajo mi punto de vista, se trata de una materia difícil de controlar en la actualidad. Las grandes multinacionales buscan su propio beneficio y la optimización de sus recursos, por lo que tenderán a pagar impuestos donde estos sean inferiores. Por ello, pienso que la única manera de controlar a las grandes multinacionales y favorecer el pago de impuestos sería con una norma internacional y la unificación del impuesto de sociedades a nivel internacional (quizá dentro de la Unión Europea). Creo que tanto las autoridades nacionales como los propios consumidores se ven muy limitados a la hora de actuar contra este fenómeno.
7. Lo más importante que puede aportar una empresa a la sociedad son bienes y servicios de calidad, e información y formación acerca de los mismos, proporcionando así mayor autonomía a los consumidores a la hora de tomar sus decisiones. También considero importante la implicación de las entidades privadas en las causas benéficas, dada la repercusión social que tiene la acción de las grandes empresas. Bajo mi punto de vista, no debería ser igual el compromiso social de las grandes empresas que el de las pequeñas y medianas, porque no todas cuentan con los mismos medios, pero todas deberían hacer lo que tengan a su alcance.
8. Las empresas deberían invertir en mejoras para que tanto sus productos como sus procesos productivos fueran menos nocivos para el medioambiente, bajo el control de organismos públicos. Los consumidores deberían tender a comprar o contratar más con las empresas que cumplieran esas medidas.



Ainhoa Ramírez Llamas
Gestora comercial en el
sector farmacéutico

“Visito exitosas empresas en las que para la toma de decisiones se tiene en cuenta la opinión de todo el equipo de trabajo y quizá es por ello que funcionen tan bien”

1. Aunque muchos de mis compañeros de profesión han optado por trabajar por cuenta propia como autónomos, yo soy de las que trabajan por cuenta ajena porque me resulta más cómodo, pero, si algún día decidiera dar el paso, quizá sería a través de una sociedad de responsabilidad limitada, atendiendo al tipo de actividad que fuera a desarrollar la empresa. Son muchos los factores a tener en cuenta y supongo que llegado el momento buscaría asesoramiento pero, en principio, no querría responder personalmente de las deudas sociales.
2. La elección repercutirá en las consecuencias a nivel laboral, fiscal o de responsabilidad. Depende del tipo de actividad que desarrollara la empresa; si está sujeta a una normativa puede condicionar la forma jurídica a escoger y, en este caso guardaría, más relación con la mayor facilidad para desarrollar el negocio, pero creo que la mayoría de las entidades están constituidas con la legítima intención de limitar la responsabilidad patrimonial.
3. En relación con las grandes empresas, las decisiones corporativas, en función de su nivel y tipo, entiendo que se toman por los líderes más altos de la escala jerárquica o por directivos de rango intermedio. En el caso de las PYMES o empresas familiares, suele ser el propio empresario en la mayor parte de las veces, aunque visito exitosas empresas en las que se tiene en cuenta la opinión de todo el equipo de trabajo y quizá es por ello que funcionen tan bien.
4. No debería excluirse la supervisión pública. Es razonable que existan sectores sujetos a un mayor control por parte de las Administraciones Públicas con el fin de contribuir a una mejora social y al crecimiento económico, lograr estabilidad en los empleos, estabilizar la economía... Claro que me parece razonable que las Administraciones ofrezcan bienes y servicios, pero creo que no se hace de una forma adecuada.
5. Vivimos en una sociedad saturada, con mucha competencia, productos, empresas, excesiva información... lo que provoca que seamos muy exigentes en general con todas las empresas, sean o no tecnológicas. Competir con calidad, precios, mejor servicio... no es suficiente, sino que se trata más bien de lograr modificar la percepción del cliente sobre los productos y servicios, lo que es el punto fuerte de las tecnológicas.
6. Realmente no lo sé, pero pienso que deberían tributar en los países donde generan los beneficios y garantizarse el pago de esos impuestos.
7. Por supuesto que las empresas deben ofrecer su compromiso social. Este compromiso debería ser igual de intenso por parte de todas las compañías, pero, evidentemente, es probable que una gran empresa tenga mayor facilidad para trabajar en ello y llegar a la sociedad. Todas las empresas deben ejercer su responsabilidad social con la misma intensidad pero de forma proporcionada a su tamaño.
8. Las empresas deben comprometerse medioambientalmente. Nosotros como consumidores debemos penalizar a las que no cumplan los mínimos legales establecidos, disminuyendo el consumo, con reclamaciones o como fuere. Soy partidaria de que el nivel de exigencia en este ámbito siga aumentando y se ejerza un verdadero control en la protección medioambiental, no solo por los consumidores sino también por otras entidades públicas y privadas.



Nuria Méler Ginés
Profesional en el sector
editorial legal

“En relación con las empresas tecnológicas y los nuevos paradigmas corporativos que se van imponiendo, no basta con poner futbolines o toboganes en las sedes de las empresas: para conseguir innovación y retener talento se precisa mucho más que eso”

1. Dependería de la actividad a desarrollar y de la inversión a acometer. Para actividades más “artesanales”, incluida la prestación de servicios no excesivamente automatizados, optaría por alguna de las posibilidades que ofrecen las sociedades limitadas. Para actividades industriales o de mayor volumen, y teniendo en cuenta que soy vasca, tal vez otearía las ventajas que ofrecen las cooperativas, tan implantadas en mi tierra.
2. Considero que se valoran, en general, ambas cuestiones, si bien la protección de patrimonio propio se convierte en algo singularmente relevante. Pero en el caso de las cooperativas, por ejemplo, creo que también tiene mucha importancia la implicación de los socios con el negocio.
3. En ambos casos creo que el poder de decisión reside en los consejos de administración, salvo que las compañías cuenten con consejeros delegados dotados de amplios poderes.
4. Evidentemente, no todos los ámbitos de actividad empresarial son iguales, y los que tengan por objeto sectores que puedan considerarse “estratégicos” para las políticas económicas y sociales de los Estados deberían contar con una regulación marco mínima. Y sí, creo sin duda que hay servicios, como la salud o la educación, en los que el papel de lo público es esencial, sin perjuicio de la convivencia con la libertad de empresa que también pienso que debe ser respetada, si bien ajustada, en esos casos, a los marcos de normas mínimas.
5. Creo que esa percepción está cambiando, lo que era sencillamente cuestión de tiempo. En general, son empresas jóvenes y, por lo tanto, sin tiempo de haber incurrido en demasiados hechos socialmente reprobables, que ya empiezan a aparecer. De todas maneras, la revolución digital se ha liderado por estas empresas, por sus dirigentes y por trabajadores que derrochan pasión por una manera nueva de hacer las cosas, que supone un cambio de paradigma que nos llevará tiempo entender. Nuevos modelos de negocio, nuevas maneras de hacer las cosas y nuevos estilos de liderazgo que atraen a las nuevas generaciones, reacias a estructuras jerárquicas y a oficinas compartimentadas. Pero no basta con poner futbolines o toboganes en las sedes de las empresas: para conseguir innovación y retener talento se precisa mucho más que eso.
6. Creo que mediante la implantación de ventajas fiscales por los gobiernos estas empresas podrían generar una creación efectiva de empleo neto, priorizar la reinversión de parte de los beneficios en I+D+i y destinar parte de los mismos a proyectos vinculados con la acción social. Por el lado de los consumidores veo más complicado incidir en la oferta de productos y servicios en los que manda el precio o que incluso son aparentemente gratuitos.
7. Ninguna actividad económica puede sustraerse de la función social que le es inherente. La creación de empleo, el desarrollo personal y social de sus empleados y el destino de parte de los beneficios generados a determinados fines no lucrativos, son cuestiones que deben afectar a todas las empresas, en la medida de sus posibilidades, aunque las grandes compañías, que cuentan con más recursos, deberían erigirse en ejemplo al respecto. A veces, cuando veo campañas de empresas haciendo alarde de sus acciones benéficas, siento un cierto recelo, pero después recuerdo la leyenda de las estrellas de mar que me sigue contando mi padre y recapacito: todos los esfuerzos merecen la pena.
8. Sin ningún género de duda, el producir por producir, a costa del agotamiento de los recursos medioambientales, no debería tolerarse. Las actividades “verdes” o especialmente concienciadas con el medio ambiente deberían ser particularmente consideradas por las empresas, y primarse por las Administraciones y por los propios consumidores. Ojalá se avance en esa reflexión: se nos va agotando el tiempo y no, no hay “Planeta B”.



Ryan Kissane
Profesor de inglés

“Los consumidores tendrán la última palabra para adquirir, o no, los servicios de las empresas en función de su vocación para pagar impuestos de una forma justa”

1. Desarrollaría la actividad profesional como autónomo, sin contar, de forma estructural, con otros socios o administradores, al menos en la etapa inicial del proyecto, por tres razones. La responsabilidad: dado que tengo toda la responsabilidad de mi actividad profesional, este modelo me ayuda a concentrarme en ella. La ayuda: si, como siempre ocurrirá en algún momento, necesito ayuda, preferiría contratar a alguien específico pero sin perder el control empresarial. El aprendizaje: para mí, la razón más importante de basar mi trabajo en este modelo es que me permitirá adquirir más conocimiento y experiencia de cara al futuro. Para aprender o mejorar hay que equivocarse, cuando te equivocas ganas la experiencia para hacerlo mejor la próxima vez y cuando lo haces bien ganas confianza para continuar y ampliar el objeto del proyecto. En mi opinión, desarrollar mi actividad como autónomo será más difícil, pero a largo plazo aprenderé más y podré plantear objetivos más ambiciosos.
2. Creo que hay que valorar los dos elementos, aunque siempre prevalecerá uno de ellos sobre el otro. Lo óptimo sería encontrar una fórmula que permita desarrollar el negocio pero sin arriesgar en exceso.
3. En general, en las empresas pequeñas o familiares el centro de poder se encontrará en el propietario-gestor, aunque está claro que sus empleados le influirán en la toma de decisiones. Es natural que cuanto más grande sea la empresa menos poder se concentre en los propietarios y más amplias sean las facultades de los administradores y los responsables de los departamentos del organigrama jerárquico.
4. Sí, completamente, las Administraciones no deberían inmiscuirse en la actividad privada. El mercado libre, sin interferencia gubernamental, la libre toma de decisiones por los individuos, generan una competencia justa. Las Administraciones deberían limitarse a establecer el marco mínimo para que lo anterior funcione de forma adecuada.
5. En general, estos gigantes tecnológicos han innovado la actividad empresarial, especialmente entre los más jóvenes. La concentración de poder económico puede haber provocado algunos excesos, aunque pasado el tiempo las aguas volverán a su cauce.
6. Estas empresas deberían pagar sus impuestos como el resto de las corporaciones. Quizás sea necesaria una actuación concertada internacionalmente aunque, al final, los consumidores tendrán la última palabra para adquirir, o no, los servicios de las empresas en función de su vocación para pagar impuestos de una forma justa.
7. Sin duda, todas las empresas, grandes, medianas o pequeñas, deberían dar ejemplo y proyectar en la sociedad sus actividades, dando forma así a su Responsabilidad Social Corporativa.
8. Las empresas son libres de actuar conforme al marco normativo establecido, que es el que debe fijar las líneas rojas de protección ambiental que no deben ser traspasadas. No creo que corresponda a los consumidores penalizar a las empresas por su mayor o menor respeto hacia el medioambiente, aunque sí podrían sopesar este elemento para adquirir los productos o servicios, según cuáles hayan sido las acciones de la empresa en cuestión.



Juan A. Aguilar Gutiérrez
Profesor de instituto

“Creo que debe existir regulación, ya que esta dota de seguridad al sistema y protege los intereses sociales, siempre que no coarte el funcionamiento de la empresa”

1. Optaría por una sociedad limitada, o, si se diera el caso, por una cooperativa. Para ser autónomo es necesario que las Administraciones apuesten de verdad por este modelo empresarial, dándole la cobertura y la protección adecuada, y teniendo en mente que, excepto en determinados sectores, debe ser un modelo previo a la conversión en persona jurídica, en paralelo a lo escalable que sea su negocio.
2. Creo que guarda relación con ambas. Aunque dependerá mucho del modelo de negocio y de las condiciones del momento. Lo primero sería ver si la forma jurídica sirve para desarrollar y gestionar de forma coherente el modelo de negocio, y, a continuación, analizar las consecuencias de todo tipo. Para ello, un buen asesoramiento legal es clave. Debemos acostumbrarnos a visitar a los juristas antes de tener el problema, y hacerles caso.
3. Cuanto mayor es el tamaño más alejado está de la realidad. En las PYMES, está más cerca, aunque hay menos profesionalidad y visión del modelo de negocio que sustenta su empresa. Por el contrario, está apareciendo una nueva clase empresarial, con pasión por vivir la aventura empresarial, y ello hace que tengamos buenas perspectivas de futuro.
4. Creo que debe existir regulación, ya que esta dota de seguridad al sistema y protege los intereses sociales, siempre que no coarte el funcionamiento de la empresa. Por ahora no tenemos otro modelo de funcionamiento que el capitalismo regulado. Cabría la posibilidad de saltar dicha regulación, para bien, si las empresas adoptaran códigos éticos, sociales, medioambientales... reales, más allá del discurso hueco.
5. Por la imagen que transmiten y porque cuidan su reputación, hay una gran distancia en la gestión de la imagen entre los nuevos gigantes globales y las empresas que aún viven en el siglo pasado. Estos gigantes globales innovan permanentemente para contrarrestar la incertidumbre actual. A pesar de su tamaño muestran una flexibilidad enorme de adaptación al mercado y están pendientes de las “conversaciones” que se generan en éste.
6. Las autoridades deben ser conscientes del proceso de cambio vertiginoso en el que nos movemos. No se pueden usar herramientas 1.0 con empresas que ya funcionan en 5.0. Este es el gran reto de las Administraciones, afrontar la realidad global actual, donde la “infotecnología” y la biotecnología crean la base social y económica. Adoptar la gestión del cambio como prioritaria, por encima de repetir modelos y herramientas del pasado.
7. Esta es una de las claves del *management* actual, la gestión de la Responsabilidad Social Corporativa de la empresa. La falta de cultura empresarial, unida a la falta de visión, hace que todavía sobrevivan empresas con esa concepción propia del siglo XIX. La gran empresa ya la está incluyendo en sus programas y proyectos, y, en el caso de las PYMES, la falta de actualización y tiempo de sus directivos convierte este enfoque en un reto que deben afrontar.
8. Pueden aportar muchísimo. Ahí están presentes modelos como la cultura de la “Economía Circular”, la de la “Economía del Bien Común”... retos clave del siglo en el que vivimos, que suponen un factor de diferenciación de la empresa y sus productos. Ello hace que se estén creando nuevos mercados, paralelos a los tradicionales, con mayor nivel de negocio y rentabilidad. Los consumidores ya están penalizando a las entidades menos respetuosas, pero lo que ocurre es que las empresas que viven en fases de madurez no tienen en cuenta la pérdida paulatina de clientes por estos motivos. A ello se une la facilidad con que llega la comunicación digital a cualquier parte del mundo y, con ello, a cualquier mercado.