

# La empresa, explicada de forma sencilla

Todo lo que se tiene que saber para no sentirse perdido en el mundo de la empresa

Francisco López



Libros de Cabecera

**La empresa,  
explicada  
de forma sencilla**

1ª edición: enero 2009

Reservados todos los derechos. Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del *copyright*, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento, incluidos la reprografía y el tratamiento informático, así como la distribución de ejemplares mediante alquiler o préstamo públicos.

© 2009 Francisco López Martínez  
[www.pacolopez.biz](http://www.pacolopez.biz)

© 2009 Libros de Cabecera S.L.  
Rambla de Catalunya, 53 7º G  
08007 Barcelona (España)  
[www.librosdecabecera.com](http://www.librosdecabecera.com)

Diseño de la colección: Erola Boix  
Editor: Llorenç Rubió

ISBN: 978-84-936740-0-7  
Depósito Legal: B-00795-2009

Impreso por Talleres Gráficos Vigor, S.A.

Impreso en España - *Printed in Spain*

A los buenos empresarios,  
la principal fuente de riqueza  
de un país.

# **La empresa, explicada de forma sencilla**

Todo lo que se tiene que saber  
para no sentirse perdido en el mundo  
de la empresa

Francisco López

**Libros de Cabecera**  
[www.librosdecabecera.com](http://www.librosdecabecera.com)

# Índice

|   |     |
|---|-----|
| Prólogo   | 9   |
| Introducción  | 13  |
| <b>1.</b> ¿Qué es una empresa?  | 27  |
| <b>2.</b> ¿Qué tipos de empresas hay?                                   | 57  |
| <b>3.</b> ¿Son mejores las empresas grandes<br>o las empresas pequeñas? | 91  |
| <b>4.</b> ¿De dónde salen los beneficios de una empresa?                | 103 |
| <b>5.</b> ¿Las empresas tienen demasiados beneficios?                   | 111 |
| <b>6.</b> ¿Qué tipo de costes tiene una empresa?                        | 121 |
| <b>7.</b> ¿Cómo pagan las empresas a sus empleados?                     | 135 |
| <b>8.</b> ¿Qué es un balance?   | 147 |
| <b>9.</b> ¿Qué es la productividad?                                     | 161 |
| <b>10.</b> ¿Qué es el marketing?  | 167 |
| <b>11.</b> ¿Cómo se organizan las empresas?                             | 181 |
| <b>12.</b> ¿Existe un modelo de empresa óptimo?                         | 189 |
| <b>13.</b> ¿Qué hay que hacer para montar una empresa?                  | 199 |
| <b>14.</b> ¿Cómo se sabe cuánto vale una empresa?                       | 209 |
| Epílogo   | 215 |
| Anexo: Glosario de términos.  | 216 |

# Prólogo

Estimado lector:

Este libro que tienes en tus manos pretende explicar el concepto de “empresa”, para tratar de ponerlo al alcance de cualquier persona.

Está especialmente pensado para los jóvenes. Para los jóvenes en general, pero sobre todo para aquellos que se empiecen a plantear la entrada en el mundo laboral, el inicio de un negocio propio, o la incorporación a la empresa familiar. Aunque también pretende aclarar conceptos a aquellos que, a pesar de llevar ya un tiempo en el mundo laboral, aún desconocen algunas de sus facetas.

Como verás, he procurado tratar el tema de una forma sencilla, buscando que su lectura sea fácil de seguir y por tanto de entender.

En ese sentido, he buscado abordar la explicación por partes, repartiendo por capítulos las respuestas a las cuestiones principales que he pensado que surgen ante la realidad bastante compleja que representa una empresa. Incluso, al final del libro, me he atrevido a incluir un capítulo con unas consideraciones generales que serán de utilidad para quienes se aventuren a crear una nueva empresa. Y también he incorporado un capítulo con unas breves reflexiones sobre lo que vale una empresa. Además de todo lo anterior, he com-

pletado las explicaciones con algunos ejemplos, para que sirvan de referencia, y para facilitar la comprensión de los conceptos más abstractos.

En cualquier caso, por las características de este tipo de obra (un manual básico y genérico), estoy seguro que se quedará corto para algunos lectores, por lo simple, y que será demasiado complicado para otros. Creo que es inevitable, y pido disculpas por anticipado por ello.

Te animo, estimado lector o lectora, a que subrayes todo aquello que creas que merezca una reflexión más profunda, y a que hagas todas las anotaciones al margen que creas convenientes. Este libro es el medio por el que voy a comunicarme contigo. Y lo importante no es el formato físico (el papel) sino que realmente consiga transmitirte el mensaje que deseo que recibas, y que tú obtengas algo de provecho de su lectura.

Tampoco quiero convencerte de nada, sino darte unas bases de razonamiento para que, por ti mismo, saques tus propias conclusiones.

Creo que los libros no deben ser nunca un fin en si mismos, sino un medio para ayudar al lector a pensar, a formar su propio criterio sobre las cosas de las que tratan. En ese sentido, un libro manoseado, rayado, anotado, es un libro aprovechado.

Espero que este libro siga por ese camino, y sirva para que pienses y medites sobre la empresa y los empresarios.

El formato de las páginas que siguen trata de facilitar las anotaciones, con amplios márgenes y un generoso interlineado, e incluso con una página al final de cada capítulo, que está reservada para notas.

Espero, por tanto, que puedas sacar provecho de esta modesta obra.

Marzo, 2008

(Estaré encantado de recibir sugerencias o comentarios sobre la obra en mi dirección personal de correo electrónico: [pacolopez@pacolopez.biz](mailto:pacolopez@pacolopez.biz). Y también invito a los lectores a visitar mi blog, en [www.pacolopez.biz](http://www.pacolopez.biz))

# Introducción

Supongo, porque así lo deseo, que la mayoría de lectores de este libro van a ser jóvenes, principalmente entre los que están por encima de los 18 y por debajo de los 25 años. Aunque espero que también le sea útil a cualquier persona mayor de 25 que se interese por entender mejor qué es una empresa.

## Inicio

Creo que los jóvenes no tienen una idea clara de qué es realmente una empresa.

Para empezar, creo que hay muchos jóvenes que identifican el concepto “empresa” con un conjunto de imágenes negativas, como *explotación, avaricia, mal rollo, malos jefes, trato inhumano, sueldos bajos, despidos, temporalidad, etc.* Y ese prejuicio negativo no les ayuda para nada a integrarse, cuando les toca el turno, en el mundo laboral. Ni a prepararse bien para ese momento.

Las consecuencias que se derivan del hecho de que los jóvenes no se integren lo mejor posible en el mundo laboral, y que no identifiquen una empresa con algo bueno y positivo, son muy perjudiciales, tanto para ellos como para toda la sociedad.

Yo no voy a ser quien niegue que en las empresas haya muchas cosas que no son positivas, que no funcionan bien; pero eso pasa en cualquier actividad humana. En todos los ámbitos en los que nos movemos podemos encontrar aspectos positivos y negativos. La empresa, como digo, no es una excepción.

Tampoco voy a negar que a la sociedad le queda, sin duda, mucho por hacer, y que la mayoría de los jóvenes que entran en el mercado laboral acaban engrosando las filas de los llamados “milleuristas” (es decir, los trabajadores que cobran un escaso sueldo mensual por debajo de los 1.000 euros), y que no les resulta nada fácil salir de una dinámica laboral negativa, muy poco motivante. Pero no siempre es así.

Creo que es importante que los jóvenes tengan una idea más amplia de lo que es una empresa; algo mejor explicada.

Para apreciar cualquier cosa hay que empezar por conocerla lo mejor posible. Una vez se conoce algo, se está en mejor disposición de juzgarlo. Y, en todo caso, de apreciar sus virtudes, al menos como compensación a sus defectos. Conociendo las virtudes y los defectos, uno ya puede hacerse una idea más justa y equilibrada de las cosas.

Creo, además, que de una mejor comprensión de lo que es una empresa, y del conocimiento de las posibilidades laborales o empresariales que existen en las empresas, y que puede aprovechar cualquier persona con ganas,

se puede deducir una mayor inclinación de los jóvenes a formarse mejor para aprovechar esas oportunidades, en lugar de limitarse a quejarse, ya sea por la existencia del citado “milleurismo” o, en general, por “la injusticia del sistema capitalista”.

El sistema capitalista no es perfecto, pero creo que es el menos malo de los sistemas económicos que podemos tener. Un sistema en el que es verdad que nadie regala nada, que hay que trabajar duro para conseguir hacer una carrera y tener éxito, pero en el que quien se prepara y trabaja, casi con total probabilidad, lo consigue.

El caso de personajes tan conocidos como el fundador de Zara, Amancio Ortega, es una muestra de éxito desde cero en este sistema capitalista. Amancio Ortega empezó como vendedor de confección, hasta que un día puso una tienda, creó la marca Zara, y así hasta hacer realidad una de las mayores empresas textiles del mundo, dar trabajo a decenas de miles de personas, y convertirse en uno de los hombres más ricos del planeta.

Pero vamos a empezar desde el principio. Empecemos explicando brevemente qué papel juega la empresa en el contexto de nuestra economía.

## La economía y la empresa

La economía de mercado (es decir, la economía capitalista en la que vivimos en casi todos los países del mundo en el siglo XXI) se basa en la idea del funcionamiento “automático” de los mercados.

Voy a explicarme.

La economía gira alrededor del intercambio de productos y servicios que se realiza continuamente en todo el mundo. Si se piensa bien, ahora mismo, millones de personas están comprándose y vendiéndose cosas entre sí en todo el mundo (en Japón, en India, en Alemania, en Argentina...). Se compran y venden productos y servicios de todo tipo: electricidad, gasolina, pan, un corte de pelo, trabajo, etc. La economía liberal se centra en el funcionamiento de esos mercados. El éxito económico consiste en que esos mercados sean pujantes, que crezcan lo máximo posible, y que funcionen lo mejor posible. Que todo el que quiera vender o comprar un producto o servicio lo pueda hacer sin ninguna traba. Y que, una vez lo haya hecho, esté razonablemente satisfecho del resultado.

Eso quiere decir que si alguien quiere comprar electricidad, encuentre alguien que se la venda (a poder ser más de uno), y que pueda comprarla sin problemas. Que si alguien quiere vender coches, pueda ofrecerlos libremente al mercado, y encuentre compradores interesados. Es decir, que oferta y

demanda se pongan de acuerdo, libremente, a un precio que sea justo para ambos. Sin intervenciones ajenas.

Cuanto mayores y mejores son los mercados, más riqueza disfrutamos globalmente.

Quizás te parecerá que el funcionamiento correcto de los mercados sea una cosa simple, pero no lo es. Si lo piensas bien, es casi milagroso que cualquiera de nosotros pueda ir cualquier día a un supermercado a comprar algo tan simple como un yogur. Sin avisar antes, y aunque muchas personas también vayan a comprar yogures ese día, lo más probable es que encontremos los yogures que buscamos, y que podamos comprarlos a un precio razonable.

O que podamos circular con nuestro coche por cualquier carretera, cualquier día, y que no tengamos problemas para comprar gasolina en cualquier gasolinera de las muchas que encontraremos en cualquier trayecto que hagamos.

Esos actos, que a ti te parecerán de lo más normal, no son posibles en los países en los que no existen unos mercados que funcionen correctamente.

¿Pero qué es lo que hace que haya gasolineras donde las necesitamos, o suficiente yogur para todos? Pues el mecanismo de adaptación automática de oferta y demanda que facilita un mercado libre.

Ese mecanismo automático (que hace más de un siglo fue definido como “la mano invisible” por Adam Smith, el padre de la economía moderna), funciona como un regulador de la oferta y la demanda, a través de los precios. Cuando no hay suficiente oferta en el mercado para cubrir la demanda de algún producto, el precio sube, porque los vendedores se dan cuenta de que el producto escasea, y tratan de sacar provecho, y los compradores aceptan pagar más caro con tal de no quedarse sin el producto. Pero, automáticamente pasan dos cosas:

**1** aparece más oferta, porque, a un precio mayor, más empresas podrán cubrir los costes de producción, y se animarán a entrar en el negocio (si no encuentran obstáculos para hacerlo, como permisos o carencia de personal cualificado, por ejemplo), o las que ya estén haciéndolo intentarán producir más, y

**2** disminuye la demanda, porque al nuevo precio hay clientes que dejan de comprar el producto, porque les parece caro (y pueden resolver sus necesidades con productos alternativos).

Lo mismo ocurre en sentido contrario. Si de algún producto hay más oferta que demanda, los precios bajan, porque los vendedores que no han vendido todo su producto bajan el precio para venderlo, pero, de inmediato, ocurren dos fenómenos:

**1** la oferta baja, porque algunos productores dejan de producir, porque al bajar el precio ya no les interesa seguir fabricando, y

**2** la demanda sube, porque hay nuevos clientes a quienes no les interesaba el producto al precio antiguo, o no podían comprarlo, pero que sí que quieren comprarlo al nuevo precio, ya que es más bajo.

Todo ello ocurre hasta que oferta y demanda vuelven a reequilibrarse, a un nuevo precio más bajo.

Es posible que, como consecuencia de la llegada masiva al mercado de nuevos oferentes, el producto pase a ser excesivamente abundante, y los precios bajen tanto que provoquen el inicio de otro ciclo, porque haya fabricantes que abandonen la producción, hasta que haya escasez, con lo que los precios vuelvan a subir, hasta que se vuelva a aumentar la producción, etc. etc.

Los ciclos económicos están explicados en parte por ese mecanismo: escasez-exceso-escasez...

El mercado es el regulador “invisible” de demanda y oferta, a través del mecanismo de los precios.

Un ejemplo actual del funcionamiento de ese mecanismo lo estamos viendo todos los días con el mercado del petró-

leo. Al superar la demanda de petróleo a la oferta, el precio sube, y automáticamente anima a las empresas a producir más, por ejemplo buscando petróleo en yacimientos antes abandonados. La subida de precios también empuja a los consumidores a consumir menos, sea ahorrando energía, o buscando energía de fuentes alternativas. El resultado será, con mayor o menor celeridad, que demanda y oferta, en un plazo de tiempo, se reequilibrarán, a un menor precio.

En nuestra economía liberal de mercado, cada oferente y cada demandante decide libremente qué hacer en función de lo que le ofrece o le pide el mercado: producir más o producir menos, subir los precios o bajar los precios, comprar más o comprar menos, comprar un producto o comprar otro alternativo. Y ello es así porque oferente y demandante actúan como seres humanos inteligentes, racionales, y movidos por la búsqueda del máximo bienestar. Es por eso que prefieren vender su producto a 10€ que hacerlo a 5€, o que compran más cuando es más barato.

Si entiendes esta sencilla explicación, entiendes las bases del funcionamiento de la economía. ¿Verdad que no parece tan difícil?

Pues las empresas se asientan sobre esas ideas fundamentales. Ellas son los principales actores de los mercados. Los principales actores de la economía. Compran y venden, invierten o desinvierten, en función del mercado. Los otros dos actores

de la economía, con los que las empresas se han de interrelacionar, son las administraciones públicas y los consumidores.

No hay más secretos.

## **La empresa y tú**

Pero bajemos a lo concreto. ¿Dónde están las empresas? ¿Están lejos o cerca de alguien como tú? ¿Conoces alguna?

Veamos.

La empresa no es algo nuevo para los jóvenes, ni algo de lo que puedan prescindir, aunque quieran. En la vida de cualquier persona, la relación con empresas es inevitable. A veces los jóvenes no son conscientes de esa relación, pero el contacto con empresas es creciente cuando se empieza la vida de adulto; por ejemplo cuando se busca el primer empleo (o cuando se abre el primer negocio). Las empresas están detrás de todo producto o servicio que se compra.

Las personas, cuando se hacen adultas, conviven con empresas de todo tipo continuamente. La empresa más importante para toda persona es aquella en la que trabaja.

En la empresa en la que trabajamos, a veces, pasamos más tiempo del que pasamos con nuestras parejas, o con nues-

tros amigos, e incluso con nuestros hijos. Es algo que les ha pasado a nuestros padres. Y probablemente también les pasará a nuestros nietos. Quizás el teletrabajo nos permita en un futuro trabajar en casa, junto a los nuestros, y esa tendencia se rompa.

Cuando se empieza a trabajar, por tanto, aunque también puede hacerse en una entidad pública o una entidad sin ánimo de lucro (un ayuntamiento, o una fundación, por ejemplo), lo más probable es que sea en una empresa.

Y será de una empresa de quien se cobra el primer sueldo, que es casi como el bautismo económico de una persona.

Cualquier persona es un cliente de muchas empresas (porque les compra algo), o un consumidor para otras (porque consume su producto aunque no lo compre directamente, sino que lo haga su pareja, sus amigos o sus padres). Por ejemplo, la editorial que ha hecho este libro es una empresa. Son empresas también las que han fabricado tus zapatillas, tu camiseta o tu ordenador.

Sabes que muchas de esas empresas te mandan mensajes publicitarios dirigidos específicamente a ti, a través de la televisión, de las revistas, de Internet, o de vallas publicitarias, para que compres sus productos. Piensa en el caso de Renault, de McDonalds, de Nike, de H&M, o de Port Aventura, por ejemplo. Detrás de todas esas marcas hay empresas.

Por todo lo dicho anteriormente, espero que coincidas conmigo en que es muy importante que conozcas a fondo qué es una empresa, porque las empresas están por todas partes.

Este libro, como ya te he dicho, pretende explicarte eso: qué es una empresa.

Si conoces mejor como son las empresas, las entenderás mejor cuando hayas de relacionarte con ellas. Cuando vayas a comprar uno de sus productos, o cuando vayas a pedir trabajo.

Conociendo algo mejor qué es y cómo es una empresa te harás una idea más clara de qué es lo que te van a pedir las empresas que ofrecen empleo cuando te pongas a buscar trabajo. Qué es lo que esperarán de ti. Qué es lo que piensa quien te entrevista. Qué es lo que buscan los empresarios. Sabrás algo mejor que hay detrás de la fachada de unos despachos, una recepcionista y una entrevistadora, o de la explicación que puedas encontrar en un simple y triste folleto, o en Internet.

Las empresas valoran muy positivamente a los candidatos que se saben situar en la entrevista de trabajo, y que responden con criterio y sensatez. El conocimiento de los mecanismos que mueven una empresa es de gran ayuda.

Cuando estés esperando para que alguien de una empresa te entreviste para tu primer trabajo, espero que te acuerdes de

lo que hayas leído en las páginas que siguen. Y si eso te sirve para que entres en la entrevista sin miedo, sepas desenvolverte con soltura, y encuentres un trabajo en el que estés a gusto, pues ya habré conseguido mi objetivo.

También lo habré conseguido si estás leyendo este libro después de haber sido contratado por una empresa, y te sirve para entender mejor dónde te has metido, y te evita situaciones embarazosas, y te permite abordar mejor tu trabajo, y encajar mejor con tus jefes y tus compañeros.

Y también lo he escrito para que, si te planteas en algún momento ser tu propio jefe, creando una empresa y convirtiéndote en empresario, tengas una idea aproximada de lo que eso pueda significar. Verás que he incluido un capítulo que trata de responder a la pregunta de qué hay que hacer para montar una empresa.

Si dudas respecto a si te atreves a ser empresario, yo te animo a que pienses en esa posibilidad. Ser empresario supone dirigir el propio destino, y no ponerse más límites que lo que pueda hacer uno mismo. El mundo, el país, necesita buenos empresarios, que sean trabajadores y ambiciosos a la vez. Aunque no te recomiendo que te hagas empresario desde tu primer día de trabajo sino que acumules experiencia como empleado, para conocer más a fondo el funcionamiento de la empresa y de los negocios en general desde dentro. Eso te ayudará a manejarte con más soltura, y a resolver proble-

mas cuando te decidas a ser empresario, si es que te decides. Quizás habrás oído decir que “la experiencia es un grado”. Es una frase sabia, que en esto también vale.

Este libro también pretende demostrar que el mundo de la empresa no es idílico. A veces, como trabajador, hay que aguantar a jefes antipáticos, o a clientes demasiado exigentes; o, como empresario, hay momentos en que falta dinero para pagar las facturas de los proveedores (empresas a las que se les compra algo), o incluso para pagar los sueldos de los trabajadores. La vida en la empresa es un continuo esfuerzo por tirar para adelante, y por compaginar ausencias profesionales obligadas con la necesidad de estar con la pareja y los hijos.

Tus amigos, tu familia, te explicarán más cosas sobre las empresas, sobre todo sobre sus propias empresas, aquellas en las que trabajan o quizás de las que son propietarios. Seguro que enriquecen el mensaje que trato de transmitirt desde estas líneas.

Nada más, espero que te tomes la lectura de este libro con interés, y que hagas un esfuerzo para avanzar a lo largo de sus páginas.

Sé que éste no es un tema divertido, pero espero hacértelo lo más ameno posible, para que, al menos, si no consigo tu entusiasmo, mantenga tu interés.

Otros libros publicados  
por esta editorial:

# Empresas que van solas

El equilibrio del modelo de negocio  
como base del éxito

Francisco López



## **Colección: Manuales de gestión**

El secreto de las empresas de más éxito es que “van solas”. Este libro trata de demostrar que la razón de que vayan solas es que evitan la entropía, o dicho de otro modo, experimentan lo que aquí se bautiza como “an-entropía”. Esas empresas tienen una fuerza interior especial. Han alcanzado un modelo de negocio que las auto-impulsa, algo que no consiguen las empresas normales. El autor trata de introducir ese nuevo concepto: la an-entropía, recogida de la física, y también trata de reflexionar sobre los elementos que hacen posible lo que llama la empresa an-entrópica. Francisco (Paco), es consultor y abogado, experto en procesos complejos de transformación empresarial, en especial en empresas familiares grandes. Como consultor ha trabajado para multitud de empresas de todos los sectores, en España y en el extranjero.

Próximamente:

# El legado de Arthur Andersen

Carmelo Canales  
y Francisco López

## **Colección: Testimonios Empresariales**

Hubo una vez una firma de auditoría y consultoría que llegó a ser un mito, un símbolo de la excelencia. Sus profesionales eran admirados, y sus clientes reconocían sus actuaciones como ejemplo de la máxima calidad a la que se podía aspirar en el ámbito de los servicios profesionales. Dicha firma fue la cuna de las actuales Garrigues y Accenture, firmas de servicios profesionales líderes en sus ámbitos de actuación y ejemplos también de excelencia.

El libro pretende describir las columnas en las que se sustentaba la excelencia que alcanzó Arthur Andersen. Incluye los testimonios de algunos “ex-arturos”, que explican como les influyó personal y profesionalmente la “cultura” de “la firma”, y como siguen llevando con orgullo ese “gen Andersen”, aplicando la misma filosofía a su quehacer diario.

En resumidas cuentas, es un libro de lectura obligada para todos los que pasaron por la escuela Andersen, o que aspiran a alcanzar la excelencia.

Próximamente:

# Arlequín

Morris West

## **Colección: Novelas de empresa**

Una novela apasionante que fue un best-seller en los años 60 y 70, y que describe el ambiente de las finanzas a través de la vida cotidiana de un refinado y carismático banquero suizo: Georges Arlequín.

El libro ya enseñó a la generación nacida en los años 40 y 50 a entender mejor que hay detrás de las altas finanzas, y con ello contribuyó a no pocas vocaciones empresariales.

Libros de Cabecera ha decidido reeditarla con una nueva traducción al español, para ponerla al alcance de las generaciones nacidas después de los 70.

Es un libro fresco y entretenido, que mantiene toda su vigencia, a pesar del paso del tiempo, y que estamos seguros que volverá a ser un placer de lectura que lo convertirá en un libro de cabecera tanto para los que accedan por primera vez al magnífico trabajo de West, como para aquellos que ya lo leyeron hace unos años.

Morris West, ya fallecido, es un escritor australiano que escribió obras tan conocidas como *Las sandalias del pescador* o *Llevarás luto por mi*, que en su momento lo encumbraron a la cima de la narrativa inglesa, y que fueron traducidas al castellano con gran éxito.

Próximamente:

# La cuenta de resultados

Cómo analizarla y gestionarla

Francisco López

## **Colección: Manuales de gestión**

El libro trata de reivindicar la Cuenta de Resultados, la cuenta de pérdidas y ganancias, expresada de forma marginal, como un inmejorable instrumento de gestión, cuando está bien presentada y responde a una lógica de negocio.

La Cuenta de Resultados puede mostrarles a los empresarios cuál es el margen que obtienen realmente y cuál es el punto de equilibrio de su negocio. Puede darles valiosas pistas para entender como mejorar sus beneficios, dónde ganan más y dónde menos, o por qué hay clientes o productos con los que pierden dinero.

La Cuenta de Resultados es un arma decisiva, si se sabe utilizarla.

El libro es una invitación a usarla, y a usarla bien.

Incluye los datos resumidos de los márgenes de beneficio obtenidos por las empresas más conocidas de diversos sectores, y la posibilidad de acceder a una base de datos que irá actualizándolos.

# La empresa, explicada de forma sencilla

Francisco López

El libro pretende explicar qué es una empresa, de forma sencilla y amena, a todas aquellas personas, jóvenes y no tan jóvenes, que les interesa conocer y entender mejor ese elemento tan importante de nuestra sociedad actual, con el que todo el mundo convivimos, como clientes, trabajadores o propietarios, y que a veces es tan desconocido.

Más allá de la mera explicación, pretende también clarificar tabús respecto al funcionamiento y los intereses de las empresas y los empresarios, que a menudo perjudican la imagen que de ellos tienen los ciudadanos y redundan en perjuicio de toda la sociedad. Todo ello sin pretender dar una imagen idílica, y sin amagar los riesgos que conlleva toda actividad empresarial, y las responsabilidades que incumben a los empresarios.

En suma, pretende acercar la empresa a la sociedad, y sobre todo a los jóvenes que acceden por primera vez al mundo del trabajo y la empresa. Y dar una imagen global, pero a la vez clara y objetiva, de la misma.

**Libros de Cabecera**

[www.librosdecabecera.com](http://www.librosdecabecera.com)

ISBN: 978-84-936740-0-7

