

**EMPRESAS**  
**FAMILIARES**  
**VS**  
**EMPRESAS**  
**MULTINACIONALES**

Alberto Trullén Fombuena

Tutor: Dr. Jesús Urbez

Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos

2012-2018

22-06-2018

**ÍNDICE**

1. INTRODUCCIÓN .....	3
1.1. Hipótesis .....	4
1.2. Objetivos .....	4
2. MARCO TEÓRICO.....	5
2.1. Historia de la empresa .....	5
2.1.1. Datos biográficos .....	5
2.1.2. Construcción y organización de la empresa .....	5
2.2. Diferencias entre las empresas familiares y multinacionales.....	5
2.3. Bienes primarios y bienes de lujo .....	7
2.4. Beneficios e inconvenientes de las empresas familiares .....	7
3. METODOLOGÍA.....	10
3.1. Fundamentación metodológica .....	10
3.1.1. Entrevistas .....	10
3.1.2. Encuestas .....	10
3.1.3. Recogida de datos .....	11
3.2. Contexto de la muestra .....	11
3.2.1. Entrevistas .....	11
3.2.2. Encuestas .....	12
4. RESULTADOS .....	13
5. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN.....	17
6. CONCLUSIONES.....	20
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	23
8. ANEXOS .....	25
8.1. Anexo 1: Entrevista al jefe de la empresa familiar .....	25
8.2. Anexo 2: Entrevista a la trabajadora de la empresa familiar.....	27
8.3. Anexo 3: Recogida de datos de las encuestas.....	28

## **1. INTRODUCCIÓN**

El trabajo que se ha llevado a cabo sobre el estudio y la investigación en el ámbito de políticas sociolaborales, tiene como finalidad conocer e indagar como está constituida una empresa, como afecta esto a los beneficios y las pérdida que me llevan a estudiar las diferencias entre las empresas familiares, las multinacionales y las prioridades ante un bien de lujo y uno primario.

Se ha indagado sobre una empresa familiar, en este caso Joyería Elio, situada en un barrio de Barcelona. Se ha estudiado como está organizada la empresa, los beneficios que ha obtenido y los cambios que ha padecido.

En esta búsqueda se han entrevistado a personas relacionadas con las empresas familiares y con las multinacionales, para valorar los beneficios y los inconvenientes, la personalidad del cliente y la diferencia entre los bienes primarios y los de lujos.

La recogida de datos ha estado realizada mediante una metodología cualitativa, basada en entrevistas y encuestas, que nos permiten obtener resultados entorno al objetivo general de conocer como se constituye una empresa y los beneficios que se obtiene.

### **1.1. Hipótesis**

- Los beneficios de una empresa dependen de la construcción de esta.
- En la actualidad, la crisis ha afectado mucho al beneficio de las empresas familiares.
- La demanda de los bienes de lujo ha caído desde la llegada de la crisis a España.
- Los bienes de primera necesidad se han mantenido en un nivel similar en los últimos diez años.
- La empresa familiar presenta un tamaño inferior al de empresas no familiares.

### **1.2. Objetivos**

- Estudiar cómo está construida una empresa familiar.
- Conocer beneficios e inconvenientes que tienen las empresas familiares en la actualidad.
- Indagar sobre las diferencias a nivel global que encontramos entre una empresa familiar y una multinacional.
- Investigar sobre el tipo de cliente que accede al producto de esta empresa familiar.
- Comprender como afecta a nivel social, el consumo de bienes de lujo y primarios.

## **2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Historia de la empresa**

#### **2.1.1. Datos biográficos**

Fundada en 1995 por Don Elio Jaén Ortega, que dedicó toda su vida y experiencia a este negocio familiar y todo su esfuerzo y profesionalidad, siempre al servicio del cliente.

Actualmente hay dos empresas familiares, llevadas gracias al apoyo y la enseñanza de Don Elio Jaén, sus hijos, a quienes transmitió sus conocimientos, siendo ahora estos los encargados de seguir esta tradición familiar intentando en todo momento dar la confianza, experiencia, amistad y mejor atención al cliente, incorporando las últimas novedades, mejores marcas y precios más competitivos.

#### **2.1.2. Construcción y organización de la empresa**

El caso que se nos presenta delante, tiene que ver como hemos visto en la biografía de una joyería. Esta empresa familiar, está constituida por 2 joyerías, en las cuales el jefe es Elio Jaén (hijo) y se encarga del mando y dirección de esta empresa. Las dos joyerías, cuentan con un total de seis trabajadores divididos en sus respectivos locales. Los inicios fueron duros ya que en la localidad de Sabadell se tuvieron que hacer un hueco entre las grandes joyerías, pero en el presente, Joyería Elio ha demostrado tener gran personalidad y tiene un gran prestigio en el ámbito de los bienes de lujo en Sabadell.

### **2.2. Diferencias entre las empresas familiares y multinacionales**

Tal como dijo Vallejo en el año 2007, la empresa familiar es el tipo de empresa más común en nuestro país, así como fuera de él. Según datos del Instituto de la Empresa Familiar (IEF), en España hay más de un millón empresas familiares; lo que significa un 89% del total de empresas españolas. Aportan el 67% del empleo y el 57,1 del PIB del sector privado. Además, según el IEF fuera de nuestro país, en Europa, hay cerca de 17 millones de empresas

familiares y gracias a ellas se crean más de 100 millones de empleos (IEF, 2106). Estos datos han llevado a algunos autores a considerar estas organizaciones la columna vertebral del desarrollo económico.

Por otro lado, las empresas multinacionales son aquellas que fueron creadas en un país, pero que cuenta con filiales en todo el mundo, y aunque crea ofertas de trabajo en esos lugares, la mayor parte de las ganancias regresan al país de origen de la multinacional. Son también un poderoso agente de globalización. Actúan con una estrategia global para obtener el mayor margen de beneficios; compran las materias primas donde les resulta más barato; instalan sus fábricas en los lugares más favorables y venden sus productos casi en cualquier punto de la Tierra.

A continuación, pasamos a desarrollar las diferencias que existen en determinadas áreas de ambas empresas.

- En el área de la propiedad, La participación de la familia en la empresa es la característica clave de las empresas familiares, ya que según la definición de empresa familiar los integrantes de una familia son los propietarios y gestores de la misma. De esta manera la propiedad de la empresa familiar es la propia familia. La propiedad concentrada de las empresas familiares tiene un efecto positivo en el valor de la empresa según Denis y McConnell, (2003).

Del mismo modo, la empresa multinacional, posee una ventaja de propiedad que les permite superar los costes adicionales de fabricar en el extranjero ya que posee uno o más activos que no tienen las empresas familiares. Este activo que le reporta una ventaja puede ser de muy distinta naturaleza, por ejemplo, una tecnología específica, una patente, una reputación o una imagen de marca.

- En el área del empleo, debido a la crisis económica, el empleo ha sido uno de los ámbitos más dañados en nuestro país. Por ello, el objetivo al investigar si puede existir una diferencia entre empresas familiares y multinacionales en materia de empleo es analizar si las empresas familiares crean un empleo más estable para sus trabajadores.

- En el área de la rentabilidad, podemos decir que es la medida más utilizada para conocer el rendimiento de una empresa, debido a que utiliza dos variables muy importantes en la empresa, una medida de beneficio y una de activo. Respecto a la pregunta de si es mayor la rentabilidad de la empresa familiar, Bermejo en el año 2015 nos dice que las empresas familiares tienen una mejor organización, ya que existe una estructura no formal y unas relaciones personales que hacen que las decisiones se tomen con mayor agilidad provocando una mejor utilización de los recursos y un aumento de la rentabilidad.
- En el área de la estructura de capital, Acedo, Ayala y Rodríguez en 2013 nos dicen que el sistema financiero español es un sistema en el cual las empresas recurren a financiarse con capital procedente de los bancos cuando necesitan financiación externa. Este método es utilizado tanto por las empresas familiares como las multinacionales.

### **2.3. Bienes primarios y bienes de lujo**

Los bienes primarios o de primera necesidad, son aquellos que cuando aumenta la renta, aumenta su consumo, pero este crecimiento es más lento que el de la propia renta. Cuando los ingresos del consumidor aumentan, la demanda crece en una proporción menor. Un ejemplo muy claro de bien primario es el pan.

Los bienes de lujo, son aquellos en los que el consumo aumenta más deprisa que la renta del consumidor. Cuando los ingresos del consumidor aumentan, la demanda crece en una proporción mayor. Un ejemplo muy claro de un bien de lujo es un yate o un coche de alta gama.

### **2.4. Beneficios e inconvenientes de las empresas familiares**

Los beneficios más importantes que podemos identificar en las empresas familiares son:

- Existe mayor complicidad entre los miembros de la empresa al conocer de primera mano los valores de la entidad y la personalidad de quienes están al mando y en puestos de menor responsabilidad. Coexiste una confianza entre los miembros y eso se nota a la hora de tomar decisiones; y muchas veces también en los resultados.
- Los miembros de la familia que integran la empresa estarán dispuestos a dar más de sí y a realizar sacrificios si en algún momento hiciera falta, pues está en juego un activo de la familia que ha podido pasar de generaciones anteriores. Es decir, todo el mundo tiende a dar lo mejor de sí, sin la necesidad de algo a cambio.
- Suele existir un punto de vista común entre los miembros de la familia: garantizar el éxito de la empresa. Por esta razón no suele haber mayores problemas a la hora de reinvertir los beneficios y de generar planes de desarrollo a largo plazo.
- Normalmente quien está a la cabeza de este tipo de empresas es un miembro de la familia en la que probablemente se tenga mucha confianza. De ahí que no se tienda a dudar de sus decisiones y se le deje libertad de movimientos.
- Hay mayor estabilidad laboral para empleados y directiva, pues por lo general en este tipo de empresas se desarrollan vínculos de amistad que dificultan el hecho de buscar la rentabilidad a base de afectar a los demás empleados.
- Al estar el capital en manos de la familia hay muchas menos posibilidades de que puedan entrar en el consejo de administración personas que pretendan desvirtuar y dañar la esencia de la compañía.
- El ambiente de trabajo suele ser muy bueno, pues es frecuente encontrarse con un panorama de compañerismo y respeto.
- Suelen ser empresas que tienen reputación, pues por lo general llevan ya tiempo en el mercado. Los clientes confían en ellas, y gran parte de este éxito simplemente es porque la familia se ha mantenida unida al frente.
- Por último, existen beneficios fiscales para las empresas familiares. Pero no todo son buenas noticias para las empresas familiares, ya que



también nos podemos encontrar algunos inconvenientes.

Estos inconvenientes son:

- En este tipo de empresas suele existir la problemática de la financiación, pues muchas veces los miembros tienden a recurrir en exceso a la autofinanciación. Un recurso que en sí es positivo, pero que puede acarrear problemas en el futuro.
- Si bien el ambiente suele ser muy bueno, pero también es cierto que en caso de darse problemas familiares la situación puede volverse muy turbia. No suele haber diferencias entre la vida privada y la profesional, y de ahí suelen surgir ciertos problemas.
- Muchas veces los miembros de la empresa están ahí por ser quienes son y no por su valía. Esto quiere decir que en muchas de estas empresas existe una formación y experiencia muy escasa entre sus miembros. Además, en caso de vacantes se tiende a dar preferencia a los familiares sobre otros empleados o personal externo.
- También existe la posibilidad de que los herederos no quieran seguir con el negocio, o mismamente de que éstos no estén preparados para ello. En estas situaciones se puede encargar la dirección a un gestor profesional; pero esta situación anormal del negocio familiar, trastocaría los planes y el futuro de la empresa podría verse afectado.
- Puede haber problemas a la hora de plantear los cargos de responsabilidad, el organigrama directivo o la sucesión en el consejo de administración.

Utilizando como referencia la empresa Joyería Elio y tomando una muestra de empresas multinacionales, he tomado como objetivo principal, analizar algunas de las diferencias que los investigadores han señalado que existen entre las empresas familiares y multinacionales. Estas diferencias se han estudiado con datos antes y después de la crisis, para poder comparar el efecto producido por ella.

### **3. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Fundamentación metodológica**

Este trabajo se ha basado en un conjunto de procedimientos que determinan una búsqueda, a partir de la observación y el trabajo práctico y que me han permitido llegar a los resultados mediante una metodología cualitativa, ya que realicé registros narrativos sobre fenómenos investigados, dejando de lado la cuantificación de datos y obteniendo a través de entrevistas y técnicas no numéricas, estudiando la relación entre las variables que se van obteniendo a partir de la observación, teniendo en cuenta sobre todo los contextos y las situaciones que giran alrededor del problema estudiado.

##### **3.1.1. Entrevistas**

Las entrevistas son un recurso que se utiliza con el objetivo de hablar sobre algunos temas y con una finalidad específica.

Hay varios tipos de entrevistas, puede ser una entrevista periodística con una finalidad más comunicativa y científica con la intención de promover la investigación sobre algún tema relacionado con la ciencia y que supone la obtención de información para poder influir sobre las opiniones y sentimientos que la comunidad tiene sobre el tema que se investigue.

##### **3.1.2. Encuestas**

Las encuestas, son estudios observacionales en los que el investigador busca recaudar datos mediante un cuestionario pensado y diseñado que permite obtener, a partir de las respuestas de la sociedad, un conocimiento sobre los estados de opinión, características o hechos específicos de la investigación.

Existen varios tipos de encuestas según el medio que se utiliza:

- Encuestas cara a cara, que consisten en entrevistas directas y personales con cada encuestado.
- Encuestas telefónicas, que tiene como medio la vía telefónica con cada encuestado.
- Encuestas por correo, que tiene como medio del internet y consiste en enviar el cuestionario y los encuestados deben hacer el retorno con la encuesta completa.
- Encuestas online, que consisten en poner el cuestionario en una página web

o crear una encuesta online y enviarla a los correos electrónicos.

Actualmente las encuestas online son las más realizadas, ya que es una forma de realizar encuestas mucho más rápido y evita tener que diseñar en papel y tener que repartirlas después entre todos los encuestados.

Los resultados de estas encuestas también son fáciles de interpretar, ya que el ordenador los muestra de forma clara mediante gráficos y tablas, posteriormente los analiza y comprende los resultados.

### **3.1.3. Recogida de datos**

La muestra sobre la empresa que utilicé se ha extraído de la Joyería Elio situada en Sabadell. Una Joyería de prestigio y con un largo recorrido con sus 53 años de experiencia. En esta empresa familiar, entrevisté al jefe Elio Jaén sobre la situación que se plantea sobre las empresas familiares y acerca de su funcionamiento (anexo 1), también entrevisté a una trabajadora de la empresa cuyo nombre es Mónica Lesmes, para poder comprobar como se veía la empresa familiar desde un ámbito diferente, no solo desde su dirección, sino también desde un punto de vista más laboral y la relación con los trabajadores de la empresa (anexo 2).

La finalidad de realizar estas entrevistas tan específicas fue, para responder y contrastar mi marco teórico y mis objetivos. Son entrevistas a personas muy concretas y con los objetivos muy claros, ya que me interesaba observar desde un punto más analítico una empresa familiar y todas las ventajas e inconvenientes que surgían y las diferencias que se podían apreciar entre empresas familiares y empresa multinacionales.

El último paso para hacer la recogida de datos, fue realizar una sencilla encuesta a la población, con el objetivo de conocer la idea que tienen sobre las empresas familiares y su entorno, las características que tiene, y que papel desempeñan en el mercado. Las preguntas realizadas se pueden observar en el anexo 3.

## **3.2. Contexto de la muestra**

### **3.2.1. Entrevistas**

La muestra se ha extraído de dos entrevistas con contextos diversos:

- La primera entrevista fue a Elio (Anexo 1), tiene 52 años y está como

jefe de la empresa Joyería Elio, vive actualmente en Sabadell con su mujer, y sus 2 hijos. Esta entrevista me sirvió para poder contrastar y profundizar en uno de mis objetivos que era el ver las situaciones a las que se tiene que enfrentar una persona como dueño de una empresa familiar, y las ventajas e inconvenientes que este tipo de empresa conllevaba.

- La segunda entrevista fue a Mónica Lesmes (Anexo 2) trabajadora de Joyería Elio. La entrevista se organizó en base a unas preguntas que le formulé que fueron contestadas de forma escrita. Esta entrevista me sirvió para poder contrastar la visión que tiene una trabajadora de una empresa familiar en relación a la visión que tiene el jefe y también me sirvió para tener una opinión fehaciente de cómo es el día a día en una empresa familiar.

### **3.2.2. Encuestas**

Las encuestas realizadas han sido un total de 66, a personas de diversas edades y sexos con diversos objetivos como por ejemplo si sabrían diferenciar ambos tipos de empresas, de cómo ven la situación actual en Cataluña, etc.

Son encuestas realizadas online, enviadas por correo y colgadas en la red. La encuesta tenía unas preguntas muy básicas y claras, con el objetivo de poder analizar unos resultados más concretos. Las preguntas se pueden observar en el Anexo 3.

## 4. RESULTADOS

Para organizar los resultados de este trabajo, se han observado las entrevistas y las encuestas realizadas para poder responder los objetivos planteados al inicio de este trabajo.

La primera parte constará de las entrevistas realizadas a Elio que es el jefe de la empresa familiar y a Mónica Lesmes que es una trabajadora.

Para finalizar este apartado de resultados, después de las entrevistas expondré los resultados que he obtenido de las encuestas realizadas a la población.

La primera pregunta que se planteaba a Elio y a Mónica era si sabrían diferenciar una empresa familiar de una empresa multinacional. Las respuestas que obtuve fueron bastante cercanas a la idea que yo tenía sobre este tipo de empresas. Mónica explica que la empresa familiar sería una empresa donde el gerente y la mayoría de los que trabajan son familia y las multinacionales, los gerentes y los trabajadores en la mayoría de los casos ni si quiera se conocían. Por otra parte, Elio explica la diferencia diciendo que la empresa familiar es la que normalmente pasa de padres a hijos y casi todos sus trabajadores son familiares, el trato es mucho más cordial y familiar. Sin embargo, la empresa multinacional tiene un jefe que normalmente no se suele dar a conocer con sus respectivos empleados y después los trabajadores que casi ni se conocen. La relación es más fría y seria.

La segunda pregunta que les formule era que según su criterio, cuales eran los beneficios que aportaban las empresas familiares. Elio dijo que el trato con el cliente es mucho más directo, cordial y afectivo para cualquier problema que pudiera ocurrir. Por otra parte, Mónica volvió a coincidir con Elio al explicar que la ventaja que ella veía también es el trato personal con el cliente ya que era mucho más personal y más cercano a la hora de vender.

La siguiente pregunta fue emitida solo para Elio, el jefe de la empresa. Dicha pregunta, pretendía conocer si Elio quería ser el jefe de la empresa o heredó dicho puesto. Su respuesta fue corta y concisa, explicó que la empresa la heredó de su padre y que por tanto no tuvo ninguna opción de poder elegir de ser el jefe de la Joyería Elio.

Ahora le tocaba el turno a Mónica Lesmes, la pregunta que se le formula es: si considera que la demanda de un bien como las joyas, se ha visto reducido debido a la llegada de la crisis. Su respuesta fue rotunda, sí. Nos argumentó que se había notado mucho el descenso de las ventas ya que las joyas es un bien de lujo.

La siguiente pregunta iba dirigida para Elio, en esta ocasión se le preguntaba si ofertaban algún bien que no fuera exclusivamente de lujo, sino de primera necesidad o algún bien inferior. Nos dijo que todos los bienes que se encontraban en la empresa que trabajaba eran de lujo, por tanto solo entrarían a su empresa la gente que buscara bienes de lujo como son las pulseras, los relojes, los pendientes... y no bienes primarios que le sirvieran para la vida cotidiana.

La siguiente pregunta que le formulo a Mónica era un poco personal, pero quería saber qué opinaba ella. La pregunta daba a elegir si volviera a empezar, volvería a trabajar en una empresa familiar, buscaría otro negocio o estudiaría una carrera. Su respuesta fue tajante, estudiaría una carrera sin pensármelo dijo, ya que en la actualidad, una persona sin estudios es muy difícil que pueda encontrar un trabajo estable y con buena posición.

De la misma manera, a Elio le formulo una pregunta bastante personal que es parecida a la formulada anteriormente. Esta cuestión va dirigida a, si pudiera volver a empezar, montaría una empresa familiar, preferiría una multinacional o preferiría haber estudiado una carrera. De la misma forma, su respuesta es contundente. Su respuesta es que sin duda habría estudiado una carrera para poder obtener un buen porvenir, ya que en la actualidad las empresas familiares están sufriendo mucho debido a la crisis y tienen que trabajar muy duro para poder salir adelante.

La pregunta que viene a continuación, se la exponemos tanto a Mónica como a Elio, ya que los dos nos la pueden responder de una forma fehaciente. La pregunta que les formulo es: si nos pueden afirmar que los bienes de primera necesidad se han mantenido a un nivel constante mientras que los bienes de lujo han caído en picado. Mónica no lo duda, dice que sí. Comenta que desde la llegada de la crisis, el nivel de clientela se ha visto reducido casi a la mitad.

Por otro lado Elio, vuelve a contestar lo mismo, sí. Argumenta que el nivel de clientela se ha visto reducido y que el nivel de beneficios dista mucho de años anteriores.

La siguiente pregunta, es una pregunta que me intrigaba bastante, ya que quería saber si los precios del mercado habían tenido algún cambio con la llegada de la crisis. Le formulamos a Elio la pregunta de si los precios habían descendido debido a la reducción de la demanda. Sorprendentemente, Elio nos dice que no. Argumenta que los precios se han mantenido igual que antes de que comenzara la crisis debido a que los precios los pone el mercado y con la subida del metal y del oro, si redujeran los precios, los márgenes de beneficio serían mínimos.

La última pregunta que le formulo a Mónica y a Elio tiene que ver un poco con la política. La pregunta formulada indica si opinan que todo el tema de Cataluña va a afectar a los mercados y más específicamente a los bienes de lujo que es el que realmente me interesa. Las dos respuestas son afirmativas, Elio comenta que ha sido una lástima porque de la crisis estábamos resurgiendo y las ventas empezaban a notarse otra vez y con todo el tema de la independencia, las ventas han vuelto a caer en picado. Mónica también responde que sí, argumenta que la gente que tiene dinero, tiene miedo a gastárselo en un mercado de bienes de lujo, ya que no saben lo que puede pasar en un futuro con el tema de la independencia y prefieren ahorrar.

Una vez realizadas las entrevistas, procedo a hacer una encuesta para saber los conocimientos que tenían los ciudadanos sobre el tema que estaba tratando y saber realmente los problemas que puede acarrear la crisis tanto a las empresas familiares como a las multinacionales.

Las personas que respondieron a la encuesta fueron heterogéneas, las imágenes que se muestran en los anexos así lo confirman.

Según datos estadísticos el 71,2% de las respuestas fueron del sexo femenino mientras que el 28,8 % fueron del sexo masculino. Las edades de los participantes fueron diversas siendo el rango más grande las personas que excedían los 41 años pero también obtuvimos un gran número de respuestas de las personas entre los 18 y 23 años. Gracias a esto, es posible abarcar un

rango de edad bastante amplio para saber si la sociedad está concienciada y tiene conocimientos aceptables sobre el tema que se está tratando.

Una de las preguntas que formulamos en esta encuesta trataba sobre si conocían el significado y la diferencia entre una empresa familiar y una multinacional. El 95,5% contestó de forma positiva, mientras que el 4,5% de los participantes lo hizo de forma negativa. Esta información es muy relevante, ya que esta quiere decir que la sociedad en la que vivimos está bastante informada debido a la preparación escolar, a las diferentes carreras que realizan los universitarios, etc.

La siguiente pregunta trata sobre si creen que una empresa familiar obtiene más beneficios sobre una multinacional. La encuesta nos revela que la gente tiene muy claro que la empresa multinacional obtiene mayores beneficios. Tal es así que el 98,5% piensa que la multinacional obtiene mayores beneficios y solo el 1,5% piensa que la empresa familiar es más beneficiosa. Los resultados de esta encuesta los confirmaré o los pondré en duda en el siguiente apartado de análisis y discusión.

Otra pregunta que me pareció interesante para poder obtener información es si creen que es imprescindible crear una empresa para poder obtener unos cuantiosos beneficios. En esta cuestión empezaron a surgir un poco de dudas, ya que si nos fijamos en los resultados el 42,4% dio una respuesta afirmativa, el 15,2% dio una respuesta negativa y el otro 42,4% restante dijo que tal vez. Por tanto, nos damos cuenta que la sociedad tiene claro que una empresa da grandes beneficios pero por otra parte la gente está dubitativa porque según los tiempos que atravesamos, una empresa puede obtener grandes beneficios o por el contrario la empresa se puede ir a la quiebra.

La siguiente pregunta tiene que ver con la crisis. La pregunta que les formulo es: si creen que la crisis ha afectado a las empresas familiares. Podemos observar que la gente lo tiene bastante claro, los datos así lo confirman. El 97% dice que sí, el 1,5% dice que no y el otro 1,5% dice que tal vez. Por tanto esto revela que la gente conoce del empeoramiento económico que sufre este tipo de empresa y nos revela que este tipo de empresa no puede competir contra



empresas de un tamaño superior ya que en ninguno de los ámbitos puede superar a una multinacional.

En relación con la pregunta anterior formulo la siguiente pregunta. ¿Las empresas familiares son de un tamaño inferior que una empresa multinacional? La sociedad lo tiene claro y dan por respuesta un rotundo sí. un 93,9% dicen que la empresa multinacional tiene un tamaño superior, mientras que el 6,1% dice que la empresa familiar tiene un tamaño superior. Como he dicho anteriormente en el siguiente epígrafe analizaré investigaré que empresas tienen una mayor dimensión.

Y para finalizar, la última pregunta que formulo es si los bienes de primera necesidad, se han mantenido en un consumo constante mientras que los bienes de lujo han descendido. En esta pregunta también se crea algo de confusión, un 57,6% da una respuesta afirmativa, un 30,3% da una respuesta negativa y un 12,1% dice que tal vez. Según estos datos estadísticos la mayoría de los ciudadanos creen que los bienes de lujo han descendido debido a la llegada de la crisis mientras que los bienes de primera necesidad se han mantenido en valores constantes, ya que son bienes necesarios.

## **5. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN**

Después de organizar los resultados obtenidos, se han analizado y discutido dichos resultados. El primer objetivo que se plantea es estudiar cómo está construida una empresa familiar.

En relación con el objetivo de conocer los beneficios e inconvenientes que tiene una empresa familiar, ya hemos visto anteriormente en el marco teórico dichos beneficios e inconvenientes. Ahora vamos a contrastar con las entrevistas y los cuestionarios para obtener un resultado fehaciente de todos ellos. Como se puede observar, el objetivo vemos que se cumple, ya que tanto Elio (anexo 1) que es el jefe de la empresa, como Mónica (anexo 2) que es una trabajadora nos comentan que el trato con el cliente es mucho más directo, cordial y afectivo. Esto es un punto positivo a la hora de vender ya que el trato es más personal y más cercano. Si contrastamos con el marco teórico, vemos que nos indica que los clientes suelen confiar en este tipo de empresas, ya que suelen ser empresas con un gran prestigio y

los clientes suelen ser los habituales desde los inicios de la empresa.

A continuación, pasamos a ver el siguiente objetivo. Dicho objetivo trataba sobre indagar sobre las diferencias a nivel global que encontramos entre una empresa familiar y una multinacional. Contrastando el marco teórico con las entrevistas, podemos observar que las definiciones en cuanto a las diferencias que nos da el marco teórico son mucho más exactas, mientras que las de ambas entrevistas son más globales, pero en cualquier caso también son acertadas. Ya que todas las definiciones que hemos obtenido han sido parejas en cuanto al contenido y sus diferencias. Contrastando también las diferencias con las encuestas, nos damos cuenta que también hay diferencias significativas. Los participantes en las encuestas piensan por unanimidad que las empresas multinacionales obtienen unos beneficios más cuantiosos que las empresas familiares y también obtenemos unos resultados muy abultados cuando hablamos del tamaño de las empresas. Ya que si nos fijamos en los resultados de la encuesta, podemos observar que la mayoría de los participantes, opinan que las empresas multinacionales, tienen un tamaño mucho mayor que las empresas familiares.

El siguiente objetivo trata sobre el tipo de cliente que accede al producto de esta empresa familiar. Como hemos podido observar, los clientes que compran en esta empresa son personas con un nivel adquisitivo medio-alto ya que la única oferta que tiene son bienes de lujo. Contrastando este factor con las entrevistas realizadas, se puede observar que se da una reducción significativa de los clientes en este sector según nos explica Mónica Lesmes (anexo 2) debido a la llegada de la crisis y a la problemática actual con Cataluña. Es por esto que Joyería Elio, se ha visto afectada en sus beneficios, ya que el nivel adquisitivo de los clientes ha descendido y como resultado están a expensas de que el futuro de Cataluña mejore para poder volver a mejorar su economía.

Para finalizar este apartado, el último objetivo trata sobre cómo afecta a nivel social, el consumo de bienes de lujo y primarios. Como se puede apreciar, en las entrevistas que les formulamos tanto a Elio como a Mónica (anexo 1 y 2), los dos nos responden que los bienes de lujo han caído en picado ya que no son bienes necesarios para poder vivir, tan solo son artículos de lujo que la sociedad de alto status compra cuando la economía prospera. Sin embargo, los bienes de primera necesidad, no han disminuido su oferta, ya que son necesarios para poder vivir y aunque la crisis haya golpeado con fuerza la economía, los bienes de primera necesidad siempre se mantendrán con una demanda constante. Contrastando también este objetivo con las encuestas, podemos observar que la mayoría de los participantes, están de acuerdo en que los bienes de lujo han descendido debido a la llegada de la crisis y a los diferentes factores que afectan a la sociedad y que los bienes primarios se mantienen a un nivel constante debido a la importancia que tienen estos en la sociedad.

## 6. CONCLUSIONES

En este apartado aparece la valoración final del trabajo, donde se puede conocer las diferencias que existen entre las empresas familiares y multinacionales y cuales son sus objetivos e inconvenientes y por tanto que modelo de empresa es mejor para obtener beneficios. Gracias a las entrevistas realizadas y a los cuestionarios realizados por una muestra de la población, se podrá verificar o falsear las hipótesis planteadas y por tanto, podremos observar que modelo de empresa es el adecuado y el que más rendimiento obtiene en la actualidad. Dicho esto, pasamos a comentar las conclusiones que se han obtenido a lo largo de la realización de este trabajo.

En relación con la primera hipótesis que dice: Los beneficios de una empresa dependen de la construcción de esta, hemos podido sacar la conclusión que es verídico ya que, como bien nos explicaba en la entrevista Elio Jaén (Anexo 1) y Mónica Lesmes (Anexo 2) las empresas familiares como es Joyería Elio, no pueden obtener unos beneficios tan cuantiosos como las empresas multinacionales debido a factores como pueden ser el volumen de sus ventas, el mercado abarcado, la amplia gama de productos que demandan, etc. También como podemos observar en las encuestas (Anexo 3), la muestra de gente que la ha realizado, es casi con unanimidad la que elige las empresas multinacionales como una buena elección para generar unos cuantiosos beneficios.

En relación con la segunda hipótesis que dice: En la actualidad, la crisis ha afectado mucho al beneficio de las empresas familiares, hemos podido sacar la conclusión que es verídica, ya que gracias a las entrevistas realizadas al jefe de la empresa y a la trabajadora nos comentan que con la llegada de la crisis, el consumo se ha visto reducido en el sector de los bienes de lujo un 50% aproximadamente. Y también gracias a las encuestas realizadas, podemos observar, que la población apoya la teoría que se demuestra en las entrevistas ya que por unanimidad la población afirma que la llegada de la crisis ha afectado de una manera muy fuerte a las empresas familiares y más aun

a las empresas de un sector tan significativo como son los bienes de lujo.

En relación con la tercera hipótesis que dice: La demanda de los bienes de lujo ha caído desde la llegada de la crisis a España. Esta hipótesis va ligada a la anterior. Por lo tanto la conclusión que podemos obtener es clara. Obviamente la demanda de los bienes de lujo ha caído considerablemente, esto se puede verificar con la entrevista que pudimos realizar a Elio Jaén pero también se puede verificar con la entrevista de Mónica Lesmes ya que los dos coincidían en lo mismo. También, por otro lado, el tema de actualidad que está castigando el mercado de los bienes de lujo es el tema de la independencia en Cataluña. La crisis por supuesto que ha hecho mella en el mercado de estos bienes pero también la situación en Cataluña ha contribuido a que la población haya reservado sus fondos económicos ante la incertidumbre que deparará el futuro. Por tanto la conclusión que podemos obtener de esta hipótesis es que afirmativamente la demanda de los bienes de lujo ha descendido considerablemente con la situación económica que atraviesa España.

En relación con la cuarta hipótesis que dice: Los bienes de primera necesidad se han mantenido en un nivel similar en los últimos diez años, podemos concluir que es verídica. Por una parte, gracias a las entrevistas realizadas, los dos entrevistados concluyen en que los bienes de lujo han descendido, mientras que los bienes de primera necesidad se han mantenido constantes por el simple hecho de que deben seguirse consumiendo ya que son fundamentales para la sociedad y la vida cotidiana. Por otra parte, de las encuestas realizadas obtuvimos una conclusión bastante firme, ya que la opción más señalada fue el sí. Los bienes de primera necesidad se han mantenido a un nivel constante, mientras que los bienes de lujo han descendido su consumo.

En relación con la quinta y última hipótesis que indica: la empresa familiar presenta un tamaño inferior al de empresas multinacionales. Se puede verificar esta hipótesis aunque existen algunas excepciones. Como hemos podido apreciar durante todo el trabajo, se ha hablado del

tamaño de las empresas familiares que tiene un volumen más reducido debido a que el núcleo de dichas empresas, suelen tener pocos trabajadores y por tanto suelen tener un tamaño menor. Como hemos podido observar en las encuestas, por unanimidad, la población opina que las empresa familiares tienen un menor tamaño y contrarrestando con las entrevistas realizadas, se observa que Elio Jaén, comenta que el trato con los clientes es mucho más directo y cordial, debido al tamaño de la empresa ya que al no ser muy grande, los clientes asiduos son conocidos por todos los trabajadores. Esto demuestra la diferencia con las multinacionales ya que trabajadores y jefes solo tienen un trato laboral.

Como he dicho antes, esta hipótesis tiene excepciones. Me explico, como norma general, las empresas familiares tienen un volumen de ventas, un tamaño y una organización más pequeña que las multinacionales, pero hemos podido comprobar que existe alguna excepción, como por ejemplo: Mercadona, Inditex, El Corte Inglés, etc. Estas empresas son de tipo familiar, pero su volumen y su tamaño pueden ser igual o superior que el de algunas empresas multinacionales.

## 7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ginebra, J. (2005). Las empresas familiares, su dirección y su continuidad. Consultado el 7 de marzo de 2018.  
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=xGGBWJEdf5kC&oi=fnd&pg=PA11&dq=empresas+familiares&ots=zsMa0GzgjN&sig=TjTYudTBTofi\\_SszghXPn03TeB0#v=onepage&q=empresas%20familiares&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=xGGBWJEdf5kC&oi=fnd&pg=PA11&dq=empresas+familiares&ots=zsMa0GzgjN&sig=TjTYudTBTofi_SszghXPn03TeB0#v=onepage&q=empresas%20familiares&f=false)
- Vicente, G.A. (2015). Empresas familiares VS no familiares. Análisis de sus diferencias. Consultado el 10 de marzo de 2018.  
[https://biblioteca.unirioja.es/tfe\\_e/TFE001259.pdf](https://biblioteca.unirioja.es/tfe_e/TFE001259.pdf)
- Romero, L.R. (2006). Competitividad en empresas familiares y pymes. Consultado el 20 de abril de 2018.  
<http://www.redalyc.org/html/206/20605708/>
- Álvarez, J.A. (2002). La banca Española ante la actual crisis financiera. Consultado el 2 de mayo de 2018.  
<https://www.bde.es/f/webbde/Secciones/Publicaciones/InformesBoletinesRevistas/RevistaEstabilidadFinanciera/08/Nov/Fic/ief0215.pdf>
- Durán Herrera, J.J. (2002). Estrategias de localización y ventajas competitivas de la empresa multinacional española. Consultado el 6 de mayo de 2018.  
[https://www.researchgate.net/profile/Juan\\_Jose16/publication/28055679\\_Estrategias\\_de\\_localizacion\\_yventajas\\_competitivas\\_de\\_la\\_empresa\\_multinacional\\_espanola/links/54e5e3e40cf2cd2e028b38f5.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Juan_Jose16/publication/28055679_Estrategias_de_localizacion_yventajas_competitivas_de_la_empresa_multinacional_espanola/links/54e5e3e40cf2cd2e028b38f5.pdf)

- Martín, A. y Crespí, R. (2008). La financiación externa de las empresas familiares españolas y el impacto de la crisis: Análisis comparado. Consultado el 13 de mayo de 2018.  
[http://cbmef.uib.es/Fin\\_EF\\_CBMEF\\_Nov4.pdf](http://cbmef.uib.es/Fin_EF_CBMEF_Nov4.pdf)
- Ahedo, S. (2011). Ejemplo de bienes normales, inferiores, de lujo y de primera necesidad. Consultado el 16 de mayo de 2018.  
<https://es.slideshare.net/sofiaahedo/ejemplo-de-bienes-normales-inferiores-de-lujo-y-de-primera-necesidad>
- Aceña, P.M. (2013). Libro Las crisis financieras en la España contemporánea, 1850-2012. Consultado el 20 de mayo de 2018.
- Bobillo, M.A. (1995). Libro Empresas multinacionales: Estructura y función financiera. Consultado el 28 de mayo de 2018.
- Encuestas realizadas a una muestra de la población.
- Entrevistas realizadas al jefe de la empresa y a una de las trabajadoras.



## 8. ANEXOS

### 8.1. Anexo 1: Entrevista al jefe de la empresa familiar.

- ¿Me podrías definir una empresa familiar y una empresa multinacional?

Una empresa familiar es la que normalmente pasa de padres a hijos y casi todos sus trabajadores son familiares y por ejemplo la nuestra trabajamos mi hermano y yo, nuestras mujeres y una dependienta que es como de la familia lleva muchos años con nosotros, el trato es mucho mas cordial y familiar, Una empresa multinacional hay un jefe y después pues son todo trabajadores que hasta muchas veces ni se conocen ni tienen ningún trato entre ellos, es mucho mas serio y frio.

- Cuales crees que son los beneficios que aportan las empresas familiares

El trato con el cliente es mucho mas directo, cordial y mas efectivo para cualquier problema o situación que ocurra, en el fondo es mas familiar el contacto con el cliente.

- ¿Por qué usted está como jefe de una empresa familiar? ¿Lo escogió usted o le fue heredado?

En mi caso ha sido heredado, la empresa la fundo mi padre.

- ¿Ustedes ofrecéis algún bien que no sea exclusivamente de lujo? Es decir, algún bien de primera necesidad o algún bien inferior.

No todos los artículos están considerados como de lujo.

- ¿Consideras que la demanda de un bien como las joyas, se ha visto reducido debido a la llegada de la Crisis?

Si, totalmente la crisis ha hecho mucho daño en nuestro sector, el consumo se ha visto reducido en un 50% aprox.

- ¿Si te dieran la oportunidad de volver a empezar, montarías otra vez una empresa familiar, preferirías una empresa no familiar o haber estudiado una carrera?

En los tiempos que estamos ahora no la montarías la verdad, intentaría estudiar una carrera para dedicarme a otra cosa.

- ¿Crees que es cierto que los bienes de primera necesidad, se han mantenido a un nivel constante mientras que los bienes de lujo han caído en picado?

Si, los bienes de lujo han caído en picado y los artículos de primera necesidad se tienen que seguir consumiendo.

- ¿Debido a la reducción de la demanda, han tenido que rebajar los precios?

No, los precios son los mismos pues la mayoría de artículos el precio lo pone el mercado y se nos ha juntado todo, subida del metal y la crisis.

- ¿Cree que aparte de la crisis, en la actualidad también va a afectar a los bienes de lujo y en general a todos los mercados todo el tema de la independencia de Cataluña?

Si, a raíz de todo el tema la venta ha bajado aun mas todavía, parecía que empezaba a espabilarse un poco la crisis y de golpe otra vez se han parado todas las ventas.

## 8.2. Anexo 2: Entrevista a la trabajadora de la empresa familiar.

- ¿Me podrías definir una empresa familiar y una empresa multinacional?

Familiar sería una empresa donde los gerentes y la mayoría de los que trabajan son familia y multinacional donde hay los gerentes y los trabajadores y en la mayoría de los casos ni siquiera se conocen.

- Cuales crees que son los beneficios que aportan las empresas familiares

El trato personal.

- ¿Consideras que la demanda de un bien como las joyas, se ha visto reducido debido a la llegada de la Crisis?

Si, porque no son artículos necesarios para vivir.

- ¿Si te dieran la oportunidad de volver a empezar, continuarías en una empresa familiar, buscarías otro negocio o estudiarías una carrera (en caso que no la tuvieses)?

Estudiaría una carrera.

- ¿Crees que es cierto que los bienes de primera necesidad, se han mantenido a un nivel constante mientras que los bienes de lujo han caído en picado?

Si.

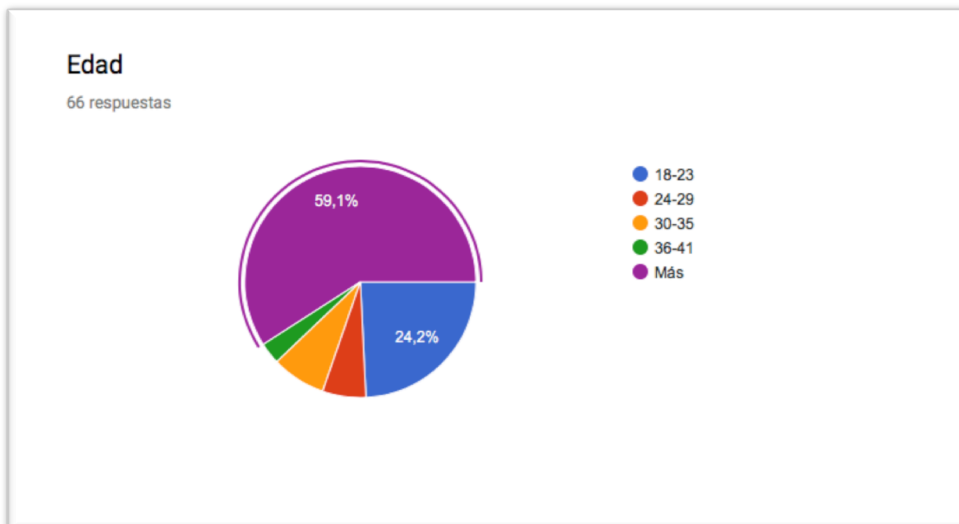
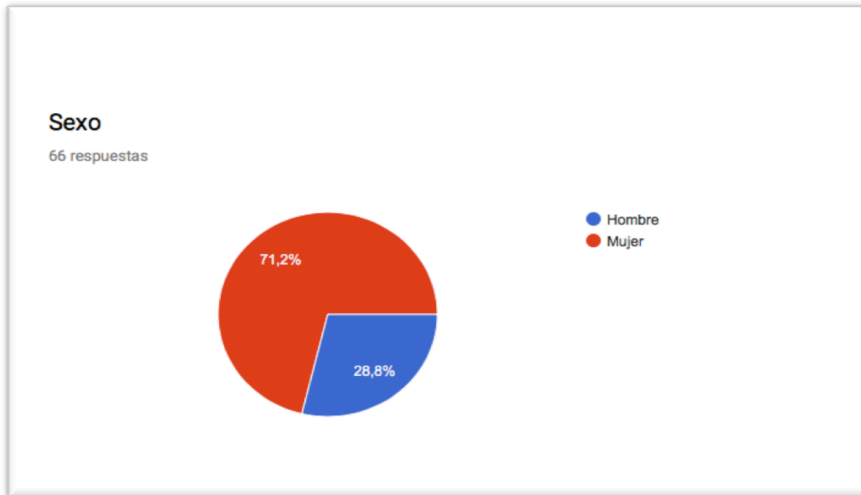
- ¿Debido a la reducción de la demanda, han tenido que rebajar los precios?

No, porque también ha subido el precio del oro con la crisis.

- ¿Cree que aparte de la crisis, en la actualidad también va a afectar a los bienes de lujo y en general a todos los mercados todo el tema de la independencia de Cataluña?

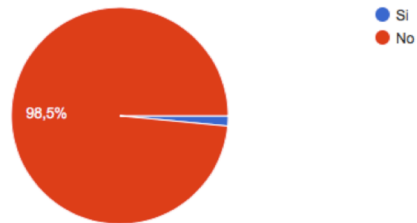
Si, porque el que tiene dinero y puede gastar no se atreve por la situación en la que estamos.

### 8.3. Anexo 3: Recogida de datos de las encuestas.



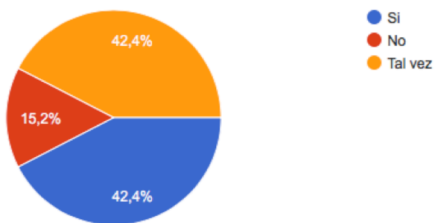
¿Crees que una empresa familiar obtiene más beneficios que una empresa multinacional?

66 respuestas



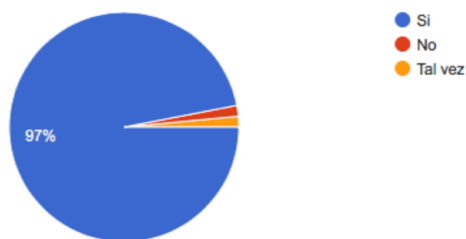
¿Consideras importante la construcción de una empresa para conseguir unos cuantiosos beneficios?

66 respuestas



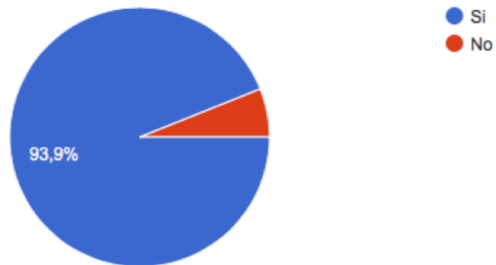
¿Crees que la crisis ha afectado actualmente a las empresas familiares?

66 respuestas



¿Consideras que la empresa familiar tiene un tamaño inferior a la empresa multinacional?

66 respuestas



¿Consideras que los bienes de primera necesidad (la comida), se han mantenido en su consumo mientras que los bienes de lujo han disminuido?

66 respuestas

