

UNIDAD  
DIDÁCTICA

# 2

## CONCEPTO DE EMPRESA Y DE ORGANIZACIÓN: EVOLUCIÓN TEÓRICA\*

### Objetivos de la unidad

1. Introducción: dimensiones conceptuales de la empresa
2. Evolución conceptual de la empresa: la teoría de la empresa
  - 2.1. Enfoque neoclásico o marginalista
  - 2.2. Enfoque administrativo
  - 2.3. Enfoque contractual
  - 2.4. Enfoque sistémico
3. La empresa como organización: un sistema sociotécnico abierto
4. La empresa como un sistema basado en el conocimiento
5. Clases y formas de empresas
  - 5.1. Clasificación de empresas de acuerdo con criterios económicos
  - 5.2. Clasificación de empresas de acuerdo con criterios jurídicos
  - 5.3. Clasificación de empresas de acuerdo con criterios organizativos

### Conceptos básicos

### Caso práctico

---

\* En la elaboración de esta unidad didáctica ha colaborado Hermógenes del Real Álvarez (profesor asociado del Departamento de Organización de Empresas de la UAM).

### INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA

---

Actividades de repaso

Ejercicios voluntarios

Referencias bibliográficas



## OBJETIVOS DE LA UNIDAD

Una vez observada la realidad socioeconómica de la empresa, su función y evolución como agente principal de la economía de mercado, y presentados los rasgos fundamentales que permiten enmarcar su base conceptual, según los contenidos expuestos en la unidad didáctica 1, es el momento de abordar, con mayor formalización, el concepto de la misma y su consideración como organización. Propósito que se lleva a cabo en la presente unidad didáctica.

Asimismo, en las páginas que siguen se irá desarrollando un análisis de las principales dimensiones y enfoques que ha protagonizado la evolución de la teoría de la empresa, o «teoría de la firma» (*theory of the firm*), según se ha considerado en la literatura clásica. Esta evolución teórica termina con la incorporación de las perspectivas modernas, que centran, por una parte, el concepto en el enfoque sistémico de la empresa y como organización y, por otra, como un sistema basado en el conocimiento y, en consecuencia, en la función relevante del gobierno o dirección del conocimiento (*knowledge management*) organizativo, necesaria para el logro de los objetivos de la empresa en la sociedad y economía del conocimiento que protagoniza el siglo XXI.

## 1. INTRODUCCIÓN: DIMENSIONES CONCEPTUALES DE LA EMPRESA

De lo expuesto en la unidad didáctica 1 se pueden sintetizar algunas ideas que pueden constituir el punto de partida de las dimensiones principales para ofrecer una definición o concepto de la empresa que posibilite entender mejor su naturaleza compleja y multidimensional. Planteamiento que, a su vez, justifica su estudio pluridisciplinar.

Llegar a entender y aceptar la «esencia» de la empresa es, en sí misma, una «acción ardua y difícil». Por ello, para ir allanando este camino se van a presentar las dimensiones conceptuales principales, deducidas de lo ya presentado hasta el momento, junto con nuevas consideraciones teóricas que se han incorporado en la presente unidad didáctica. En consecuencia, siguiendo a Bueno (2004), la empresa puede ser estudiada por medio de las dimensiones siguientes:

- **Funcional.** Representativa de la función en el sistema económico como actividad organizada y alternativa al mercado para evitar «costes de transacción» en el mismo, lo cual justifica su papel y beneficio.
- **Técnico-económica.** Expresiva de la actividad productiva de bienes y servicios con ánimo de lucro.
- **Económico-financiera.** Explicativa de la actividad económica, que crea valor y rentas monetarias en la economía de mercado.
- **Jurídico-mercantil.** Representativa de la actividad que genera diferentes relaciones contractuales con los propietarios de los factores de producción (tierra, capital, trabajo y conocimiento).
- **Social.** Expresiva de la actividad que desarrolla en relación con los restantes agentes sociales (relaciones humanas, institucionales y de poder).

En cada una de estas dimensiones se puede poner el énfasis en el concepto de empresa, como de hecho así ha sido en la literatura especializada; tal y como ha sido recogido en las páginas anteriores, y como se efectuará en las que integran esta unidad didáctica, junto a las siguientes. Con el ánimo de centrar un poco más el concepto, se

presentan a continuación las características definitorias de la empresa como «unidad económica», en un sentido amplio, y en correspondencia con las dimensiones conceptuales antes expuestas (véase cuadro 1).

Cuadro 1. Características de las definiciones de la empresa como unidad económica

- La empresa es una organización, dotada de una estructura interna según determinada relación de autoridad o con una «jerarquía», es decir, con una función directiva o empresarial, por la que pretende la obtención de un excedente o beneficio empresarial.
- La empresa es una unidad de producción que combina un conjunto de factores económicos, según una acción planeada, y que a través de un proceso de transformación obtiene unos productos o servicios.
- La empresa es una unidad financiera, dotada de un capital, según determinada estructura de propiedad, que invierte para actuar, como «sistema abierto», en el mercado para satisfacer una demanda de bienes y servicios, de forma que desarrollará un conjunto de transacciones financieras que llevarán a un crecimiento sostenido y equilibrado.
- La empresa es una unidad de decisión o de dirección que persigue unos objetivos a través del desarrollo de unas funciones características dirigidas por una determinada relación de propiedad y control, asumiendo el riesgo del sistema económico por medio de su correspondiente dimensión jurídica.
- La empresa es un sistema social, un conjunto de personas que mantienen unas relaciones formales e informales, una comunicación, con sus correspondientes motivaciones y comportamientos individuales y de grupo, lo que configura una determinada cultura y unas relaciones de poder.

Fuente: Bueno (2004).

Analizando estas características se puede proponer un concepto de empresa, en coherencia con todo lo expuesto en las páginas precedentes, tanto de la anterior unidad didáctica como de la presente. En concreto, se propone la siguiente definición de empresa:

**«Empresa es la unidad económica que combina los diferentes factores productivos, ordenados según determinada estructura organizativa, localizados en una o más unidades técnicas y físico-espaciales, que compite en un mercado y está dirigida de acuerdo a cierta relación de propiedad y control o administración, con el ánimo de alcanzar unos objetivos entre los que destaca el beneficio empresarial».**

Del concepto anterior se desprende, como corolario, que la empresa ha surgido como organización centrada en la creación de valor a través de la producción de bienes y servicios, con la que logrará la obtención de un excedente que le permite, después de retribuir a los diferentes agentes productivos intervenientes, con su aportación como factor en la citada actividad económica, obtener un beneficio empresarial que compensa y retribuye también su función de organización y asunción del riesgo en el mercado.

En definitiva, se pueden deducir tres aspectos principales que caracterizan las diferentes relaciones con los citados factores o agentes de producción: **aspecto jurídico**, relativo a las relaciones contractuales con poseedores de capital, trabajadores, clientes y proveedores, que facilitan los recursos financieros y materiales, para invertir y combinarlos con las instalaciones y bienes de equipo (**aspecto técnico-productivo**), de manera que se obtengan productos y servicios con demanda en el mercado, que generarán una serie de transacciones comerciales y monetarias en el sistema económico (**aspecto económico-financiero**).

## 2. EVOLUCIÓN CONCEPTUAL DE LA EMPRESA: LA TEORÍA DE LA EMPRESA

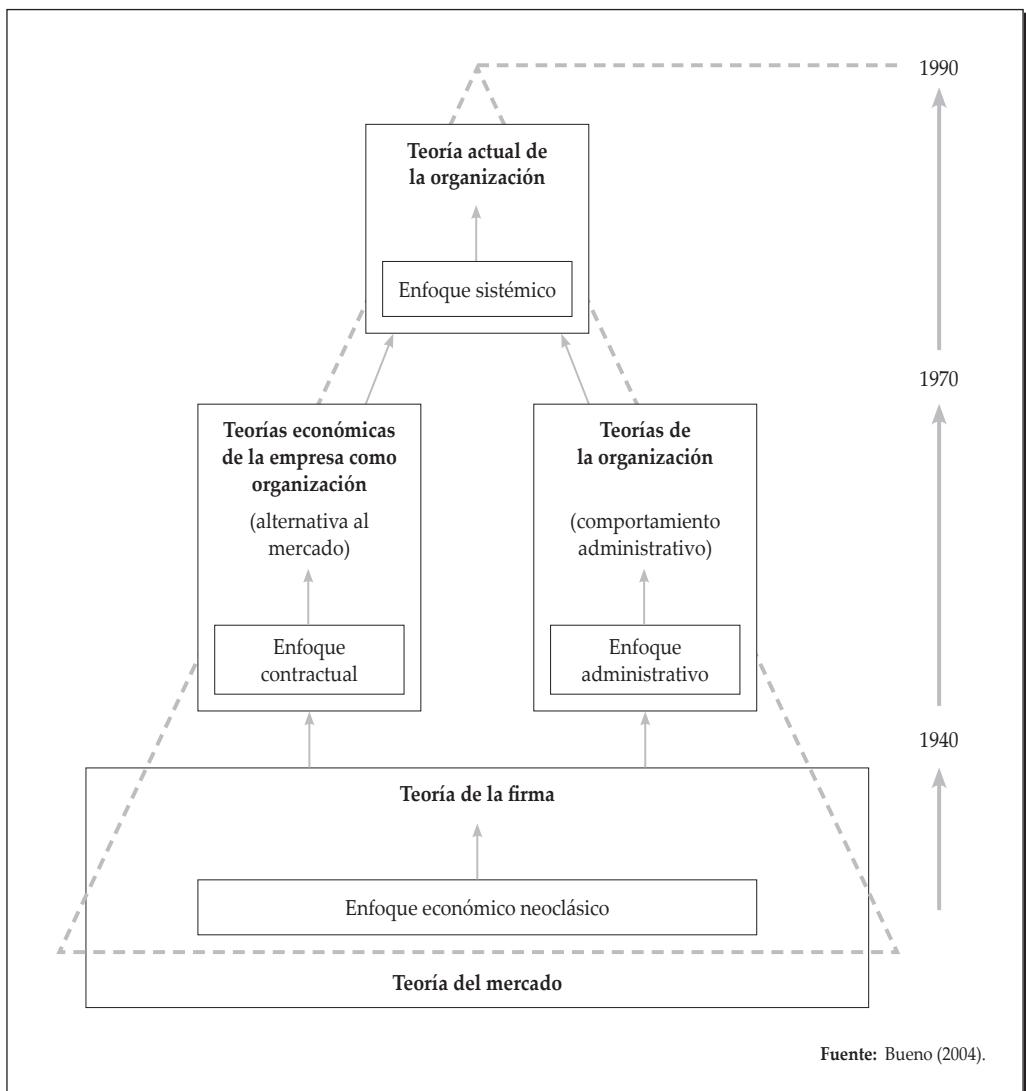
En este epígrafe se van a exponer las diferentes perspectivas teóricas desde las cuales se ha considerado el concepto de la empresa, y se pondrá especial énfasis en la concepción actual, basada en la visión de la empresa como un sistema complejo de relaciones entre varios elementos, tal y como ya ha sido introducido en la unidad didáctica 1.

Las diversas perspectivas o enfoques son recogidos en la figura 1 y se concretan en los siguientes:

- Enfoque neoclásico o marginalista.
- Enfoque administrativo.
- Enfoque contractual.
- Enfoque sistémico.

Enfoques que, en sentido ascendente en la expresión gráfica de la figura 1, han transcurrido desde la década de los cuarenta del siglo pasado hasta el presente.

Figura 1. Evolución de la teoría de la empresa



## 2.1. ENFOQUE NEOCLÁSICO O MARGINALISTA

Este enfoque considera que la empresa y, por lo tanto, el empresario, desde la perspectiva neoclásica de la economía, busca el lucro, por lo que la optimización o maximización del beneficio es su objetivo principal.

Por tanto, esta visión se fundamenta en el supuesto de que los agentes se comportan racionalmente en el mercado. Además, este planteamiento se apoya en la consideración del mercado como una institución que organiza la actividad económica. Concepción que Adam Smith definía como la «mano invisible». El **enfoque marginalista** fue desarrollado desde mediados de siglo XIX hasta las primeras décadas del XX por parte del economista inglés Jevons, el austriaco Menger, el francés Walras y el británico Marshall, entre otros (Bueno 2004).

Dentro de este mercado, la empresa se concibe como una «caja negra», es decir, como una unidad económica de producción que solo es observable por las decisiones tomadas en dicho mercado y que persigue su equilibrio económico como institución o mecanismo del sistema.

Louis V. Gerstner



«En este sentido, la creación de IBM sigue el principio marginalista de buscar el máximo beneficio. Los esfuerzos realizados, sobre todo, durante la crisis de la década de los noventa por Louis V. Gerstner, así lo ponen de manifiesto».

## 2.2. ENFOQUE ADMINISTRATIVO

Este enfoque se desarrolla a partir de las aportaciones anteriormente destacadas de Taylor y Fayol y se fundamenta en las limitaciones de la racionalidad humana a la hora de tomar decisiones y, por tanto, se contrapone a la racionalidad establecida en el enfoque anterior. El **enfoque administrativo** fue liderado por H. A. Simon (1947). Desde esta perspectiva teórica, se concibe la empresa como una organización definida por una relación de autoridad y como respuesta a los límites de la racionalidad humana (Bueno 2004).

En consecuencia, siguiendo a Simon, la empresa se conceptúa como un sistema social o una organización basada en las relaciones entre personas que esperan alcanzar unos objetivos mediante sus decisiones, que más que buscar la optimización del objetivo perseguido, intentan la satisfacción o el logro de un nivel subóptimo. En este sentido, se tiene que producir un equilibrio entre los objetivos esperados por los participantes y los objetivos de conjunto de la organización.

## 2.3. ENFOQUE CONTRACTUAL

Como se expuso en la unidad didáctica 1, hay que considerar como antecedentes o aportaciones pioneras de este enfoque las provenientes de los autores siguientes:

- **Veblen (1899 y 1904).** «La empresa como el motor del sistema capitalista de mercado».
- **Knight (1921).** «La empresa como la institución adecuada para afrontar el riesgo de las transacciones del mercado».
- **Coase (1937).** «La empresa como organización que reduce los costes de las transacciones en el mercado, costes ocasionados fundamentalmente por la falta de información».

En consecuencia, este enfoque considera la empresa como una alternativa al mercado. Planteamiento basado en que la organización de la actividad económica, mediante la empresa, puede reducir los costes de las transacciones que se producen en el mercado para los diferentes partícipes en el mismo.

Estos costes se derivan fundamentalmente del proceso de búsqueda de individuos u organizaciones con los que realizar las transacciones y de la necesidad de coordinar y supervisar el desarrollo de la transacción establecida.

En definitiva, en esta perspectiva teórica la empresa se conceptualiza y se estructura mediante un conjunto de contratos, gracias a los cuales los propietarios de los factores de producción vinculan los recursos financieros, físicos y humanos con los objetivos empresariales.

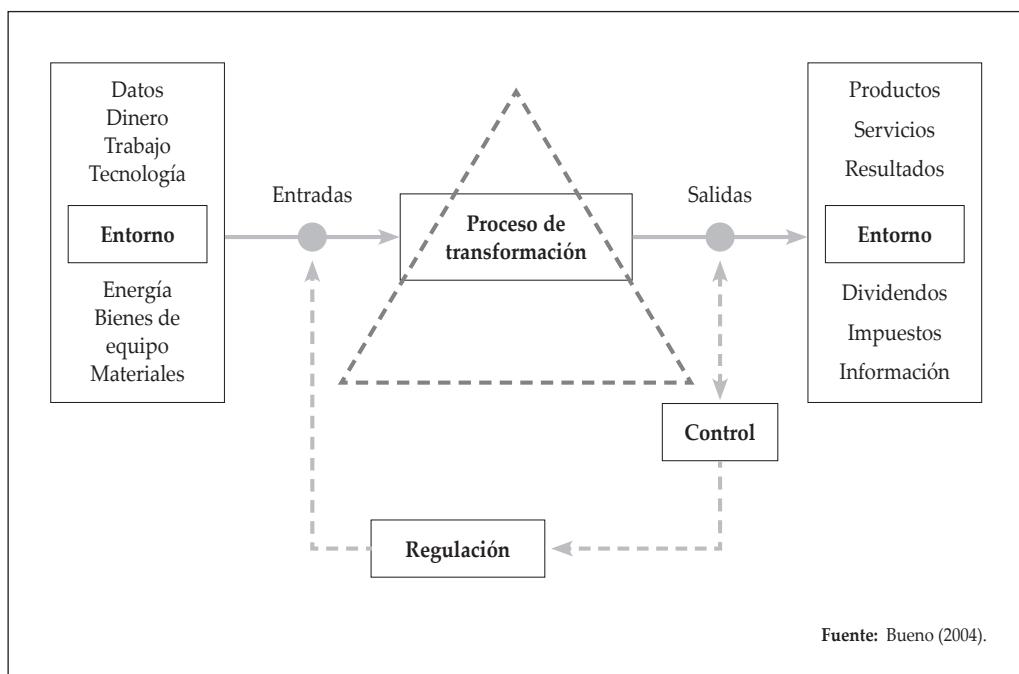
En el caso de IBM, se puede observar claramente el enfoque contractual. La empresa se integra verticalmente en la fabricación de componentes y semiconductores con la finalidad de preservar el control de su tecnología y obtener las rentas de la innovación. En este caso, IBM organiza la actividad sustituyendo los mecanismos de mercado.

## 2.4. ENFOQUE SISTÉMICO

La teoría actual de la empresa, basada en el enfoque sistémico (Kast y Rosenzweig 1970), la concibe como un sistema o conjunto de flujos de entradas y salidas, cuyas rela-

ciones se explican por un determinado proceso de transformación que responde a una estrategia concreta del modelo de producción desarrollado según determinado control y regulación. Enfoque explicado por la teoría general de sistemas, tal y como se recoge en la figura 2. En esta figura se relaciona el conjunto de las entradas con el de las salidas a través del citado proceso de transformación o de creación de valor por parte de la empresa.

Figura 2. La empresa como sistema



Este enfoque teórico, ya introducido en la unidad didáctica 1, permite describir la compleja composición de la empresa y entender su comportamiento. La complejidad de la empresa viene determinada, como ya se ha indicado, por el gran número de partes que interactúan entre sí.

En las empresas, siguiendo a Bueno (2004), se puede observar que circula una serie de unidades físicas de materias primas, productos semielaborados y productos acabados (**subsistema físico-económico**). Estos flujos generan una información que se dirige a los diferentes participantes de la empresa (**subsistema de comunicación**) con la finalidad de que se puedan tomar decisiones (**subsistema de información-decisión**) y actuar en consecuencia de manera eficiente (**subsistema de acción-información**).

Por lo tanto, la empresa se considera un sistema técnico y social abierto que está compuesto por varios subsistemas. Este análisis de los sistemas o subsistemas empresariales será desarrollado en esta unidad didáctica, como introducción, y en las siguientes como concreción para su administración o dirección.

En definitiva, la empresa, como **sistema técnico**, está compuesta por un conjunto de procesos tecnológicos y métodos que explican los procesos de los negocios y explotaciones que caracterizan económicamente la organización. De otro lado, la empresa, como **sistema social**, está compuesta por un conjunto de personas que actúan con funciones, intereses y objetivos diferentes, pero con unas relaciones de interdependencia, vinculadas por una determinada estructura organizativa y con una dirección que diseña y practica unas directrices, rutinas organizativas y principios que permitirán la consecución de un plan común.

La empresa, en definitiva, es un **sistema abierto** o en continua relación con su entorno, del que obtiene los elementos o recursos productivos que requiere para su negocio, retribuidos a los precios y rentas que se establezcan en el mercado, y que devuelve convertidos en bienes y servicios junto a las rentas monetarias que explican los resultados obtenidos por los agentes en el proceso de «creación de valor».

### 3. LA EMPRESA COMO ORGANIZACIÓN: UN SISTEMA SOCIO-TÉCNICO ABIERTO

En el epígrafe 2 de la unidad didáctica anterior se presentó la evolución de la empresa en el sistema económico, desde su etapa de «empresa primitiva», pasando por las etapas de «empresa comercial» y de «empresa industrial», hasta llegar a la situación actual de «empresa como organización» (véase el cuadro 1 de dicha unidad). En consecuencia, se terminaba dicho epígrafe proponiendo una definición muy descriptiva de la empresa, desde esta perspectiva moderna y actual, que será recogida, como antecedente, a continuación:

La empresa es una organización que se define como una unidad compleja que puede incluir varias sociedades, estar presente en diversos países y conformada por varias divisiones productivas. Además, es definida como un sistema compuesto por diversos subsistemas: técnico, humano, de dirección, cultural y político o de poder. Estos subsistemas se integran en una estructura que pretende un plan común, relacionando diversos comportamientos, procesos y objetivos en conexión con otros sistemas de su entorno.

En síntesis, se puede indicar, siguiendo lo expuesto en el enfoque sistémico del epígrafe anterior, según Bueno (2004), que:

«La empresa, como organización, es concebida como un sistema sociotécnico abierto que se compone de cinco aspectos o subsistemas, expresando una naturaleza mixta entre lo técnico y lo social, siguiendo la tradición del enfoque administrativo moderno en la teoría de la organización o en la economía de las organizaciones, expresiva del substrato teórico de la actual economía de la empresa».

Naturaleza que explica el conjunto de relaciones de transformación de valor; unas, basadas en la tecnología, y otras, en el comportamiento y la comunicación de las personas, como grupo social y capital humano, que integran la organización.

La propuesta conceptual basada en la teoría general de sistemas, nacida en y para las ciencias de la naturaleza, ha sido gradualmente aplicada a las ciencias sociales, es decir, al estudio de los sistemas sociales, como es el caso de la empresa.

Esta propuesta y su aplicación sociológica y económica, siguiendo a Bueno (2007), ha permitido revisar el concepto tradicional de subsistema y observarlo como un aspecto del todo, ya que se apoya en la denominación de «sistema de aspectos» de un sistema o, en otras palabras, en el «conjunto de elementos de este, visto con solo un subconjunto (aspecto) de los atributos generales de los mismos». Lo más importante es que si el subsistema definido es, en sí mismo, un sistema, el «sistema de aspectos» no tiene por qué funcionar como tal, aunque así lo haga, dado que lo determinante del enfoque es permitir analizar la organización con toda la variedad de aspectos que todo elemento o subsistema puede mostrar.

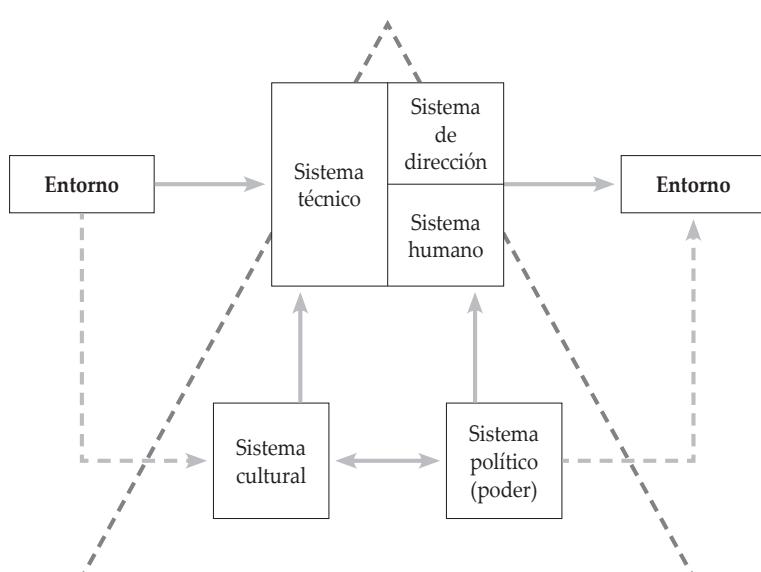
En este sentido, la empresa, en cuanto organización, está constituida por elementos que poseen distintos aspectos o atributos; unas veces es lo técnico y otras, lo humano o social lo que interesa observar. En suma, como se ha dicho, la «empresa, como organización, es un sistema sociotécnico abierto, constituido por cinco aspectos o subsistemas.

El «sistema de aspectos» o «pentagrama organizativo» se recoge en la figura 3. En esta aparece un núcleo central, configurado por los sistemas (subsistemas o aspectos): técnico, de dirección y humano, que se completa con dos susbsistemas o aspectos muy interdependientes con el entorno, a la vez que subyacentes a los anteriores, como son: cultural y político o de poder.

En conclusión, estos cinco aspectos o sistemas organizativos permiten definir la empresa como organización de esta forma (Bueno 2004):

«Un sistema sociotécnico abierto compuesto por cinco elementos principales, subsistemas, o aspectos organizativos: sistema técnico, sistema humano, sistema de dirección, sistema cultural y sistema político (poder) y en el que se persiguen unos objetivos básicos».

Figura 3. La empresa como organización: sistema sociotécnico abierto



Fuente: Bueno (2004).

Estos sistemas empresariales u organizativos serán abordados en las próximas unidades didácticas. A continuación serán analizados en su consideración de pertenencia, bien al núcleo central básico de la organización, o bien, al segundo nivel o bloque de subsistemas o aspectos, antes comentados.

En consecuencia, como primer bloque de análisis se abordan seguidamente el sistema técnico, el sistema de dirección y sistema humano; aspectos que integran el núcleo de la organización, en permanente interacción con el entorno.

- **Subsistema técnico.** Se centra en el aspecto técnico-económico, o transformador de valores, en términos reales y monetarios. Su objetivo es combinar de la mejor manera posible los factores de producción (productividad) y los factores monetarios (rentabilidad).
- **Subsistema de dirección.** Hace referencia al aspecto administrativo y organizativo de la actividad económica. Su finalidad es alcanzar los objetivos marcados (eficacia) con el mínimo coste (eficiencia).
- **Subsistema humano.** Está relacionado con el aspecto social de las personas, con sus características, sus comportamientos y motivaciones. Su objetivo es la satisfacción y motivación de las personas.

Este primer bloque, en suma, representa el sistema básico o fundamental de la organización. Por ejemplo, el ingeniero jefe de una fábrica es un elemento del sistema técnico por su función operativa en la explotación; por otro lado, es miembro del sistema de dirección, ya que forma parte del equipo directivo, pero también es un integrante del sistema humano, por el hecho de estar contratado y pertenecer a la plantilla de la empresa.

Como segundo bloque de análisis del «sistema de aspectos», aparecen dos subsistemas o nuevos aspectos, aparentemente separados de los fundamentales, pero muy interdependientes con el entorno, dadas sus vinculaciones y efectos. Se trata del sistema cultural y el político o de poder. Aspectos que subyacen y sirven para explicar la evolución estructural y conductual de los anteriores aspectos o sistemas organizativos.

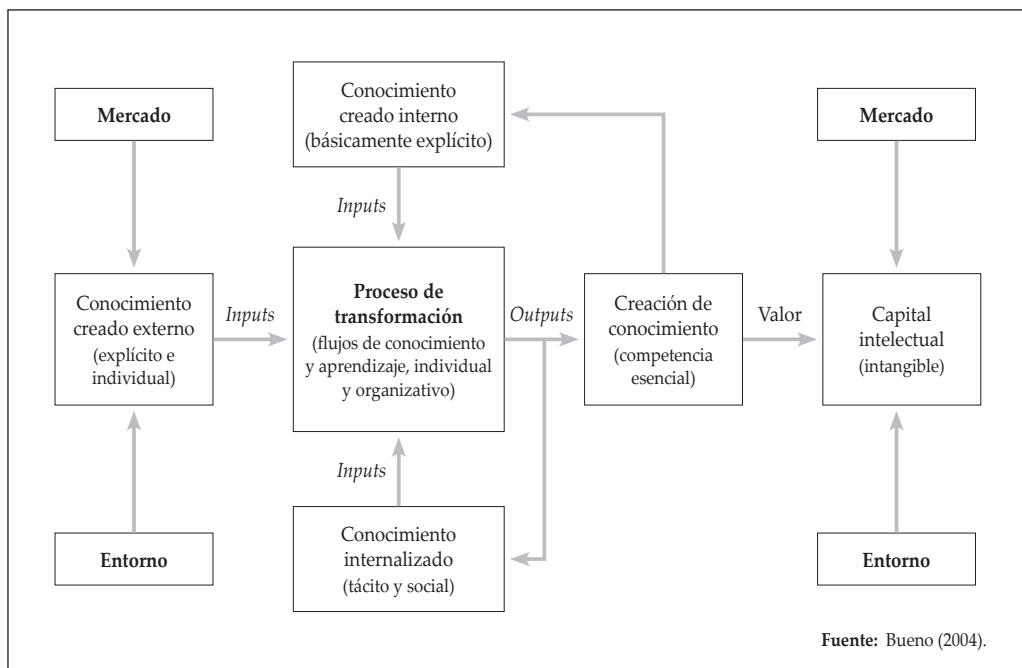
- **Subsistema cultural.** Se refiere a los aspectos culturales, o valores y normas, que influyen en la organización y permiten la cohesión de sus miembros. Su objetivo es crear «valores y normas compartidas» por los miembros de la organización y en consonancia con el entorno, con lo que se alcanza el llamado desarrollo organizativo (Bueno 2007). Este sistema o aspecto organizativo será ampliado en la unidad didáctica 7.
- **Subsistema político o de poder.** Hace referencia a los aspectos de poder o fuerzas que afectan a los resultados de la organización. Su finalidad fundamental es alcanzar el equilibrio entre las fuerzas que influyan en los resultados de la empresa. Igualmente, este sistema o aspecto organizativo será ampliado en la unidad didáctica 7.

Este segundo bloque, en definitiva, hace referencia a los aspectos implícitos o subyacentes que sirven para explicar la estructura y el comportamiento de los anteriores. De esta manera, siguiendo con el ejemplo, para entender el comportamiento y los resultados del ingeniero jefe habrá que saber si sus valores concuerdan o no con los de los otros miembros de la organización, y si está vinculado o no a cierta fuente de poder interna o externa a la empresa.

## 4. LA EMPRESA COMO UN SISTEMA BASADO EN EL CONOCIMIENTO

El enfoque del gobierno o de la dirección del conocimiento (*knowledge management*), introducido en el epígrafe 5 de la unidad didáctica anterior, plantea una nueva concepción de la empresa como sistema basado en el conocimiento, dada la nueva sociedad y economía basada en el mismo. Planteamiento que ofrece una nueva visión de la empresa como agente principal del sistema económico o del mercado basado en el conocimiento tecnocientífico como recurso o factor estratégico y fundamental en la nueva creación de valor en la economía. El nuevo concepto de empresa se recoge en la figura 4.

Figura 4. La empresa como sistema basado en el conocimiento



Se viene considerando y aceptando generalmente que el conocimiento puede ser entendido como un «conjunto de experiencias, valores, información, percepciones e ideas que crean una estructura mental para evaluar e incorporar nuevas experiencias, ideas e información» (Bueno 1998). Desde esta perspectiva se puede comprender el concepto de empresa como un sistema centrado en el proceso de creación y desarrollo de los conocimientos existentes en la misma y que son aplicados a los procesos productivos o a sus procesos de negocio.

Este proceso de creación y desarrollo del conocimiento en el seno de la organización se produce, básicamente, gracias a un conjunto de procesos que representan las funciones de I+D: los de innovación, así como los de diseño industrial, de información y de calidad total; los cuales, junto a las políticas empresariales de formación y aprendizaje, etc., y gracias a la utilización masiva de las TIC, generan y difunden el citado conocimiento en la organización. Se trata de un conjunto de actividades de naturaleza intangible que representan los procesos de conocimiento que el sistema de dirección de la empresa debe gobernar o dirigir para la creación de valor de los productos de naturaleza intangible que caracterizan la «nueva economía», basada en el conocimiento.

Como es evidente, por la empresa circulan procesos con información o con conocimientos básicos entre sus elementos (entradas o *inputs*), adquiridos del exterior, o bien existentes y creados en el interior de la empresa. Estos conocimientos, mediante un proceso de transformación, basado en determinadas estrategias de creación de valor, generan un nuevo conocimiento que se va incorporando a los productos (bienes y servicios) como competencias esenciales, es decir, como los aspectos o características que diferencian a unos competidores de otros. Estos caracteres se basan en los aspectos idiosincrásicos de la propia organización, de las personas que la componen y de su tecnología. Estas cuestiones serán ampliadas en las unidades didácticas 4, 5 y 7.

Concretando un poco más lo comentado, y según lo recogido en la figura 4, la empresa, como sistema basado en el conocimiento, puede analizarse según las fases y niveles de captura, creación y desarrollo de los conocimientos en la organización que se exponen a continuación. Estos conocimientos, que presentan un conjunto de dimensiones y categorías o clases, son recogidos en el cuadro 2.

- **Fase de captura e incorporación de conocimientos externos.** En una primera consideración, hay que definir, por parte de la dirección de la empresa, los conocimientos necesarios, según las dimensiones y categorías principales recogidas en el cuadro 2, para el desarrollo del negocio de la misma. Es evidente que algunos de estos conocimientos pueden estar, en parte, disponibles en los elementos o factores que integran la empresa, expuestos en la unidad didáctica 1, por lo que los que falten deberán ser incorporados,

como conocimiento creado externo a través del mercado, según determinada transacción o contrato. Estos conocimientos son de naturaleza explícita e individual, dado que los poseen personas civiles o jurídicas.

- **Fase de transformación del conocimiento.** La empresa pondrá en marcha un modelo de gobierno o de dirección del conocimiento existente en la organización, a través de sus elementos, por el que los flujos o procesos de conocimiento existentes irán creando valor o nuevo conocimiento, al incorporarse al diseño y producción de los productos de la empresa, según las competencias esenciales que primen en el mercado de actuación. Este proceso de transformación deberá llevar incorporado el necesario «proceso de aprendizaje», para que las personas, grupos y la propia organización memoricen y puedan reutilizar el conocimiento existente y creado internamente, básicamente explícito, como entrada o *input* en nuevos procesos de creación de valor.
- **Fase de internalización de conocimiento.** En el proceso de transformación del conocimiento o de creación del mismo en el seno de la organización se genera un conocimiento nuevo de naturaleza implícita o tácita, como entrada de naturaleza estratégica, dada su influencia en las competencias personales y organizativas y en la cultura, como base de la competitividad de la empresa. Estas cuestiones serán analizadas de nuevo en las unidades didácticas 5 y 7.
- **Fase de creación de valor o de capital intelectual.** Finalmente, todo el proceso considerado lleva a la empresa a una creación de valor en la economía del conocimiento, basado en una medida de las competencias esenciales creadas por la empresa para alcanzar su mayor competitividad, o bien, del valor añadido expresado por los activos intangibles, reconocido por el mercado, y que debe ser revelado en términos de capital humano, capital estructural (organizativo y tecnológico) y capital relacional (de negocio y social), tal y como ha sido introducido en la unidad didáctica 1.

Cuadro 2. Dimensiones conceptuales y categorías del conocimiento

Dimensiones conceptuales	Categorías o clases de conocimiento		
Epistemológica	Explícito	Objetivo, formulado y codificado	
	Tácito	Técnico-experto	Experimental, simultáneo y dependiente del contexto
		Cognitivo	Subjetivo, emocional y comprometido
.../...			

Dimensiones conceptuales	Categorías o clases de conocimiento	
.......		
Ontológica	Individual	Poseído por la persona
	Social	Poseído por los grupos y la organización
Sistématica	Dato	Hecho, elemento o parte ( <i>input</i> )
	Información	Tratamiento y transformación de datos (proceso)
	Conocimiento	Resultado o creación de nuevo conocimiento ( <i>output</i> )
Estratégica	Visión	Básicamente tácito-cognitivo
	Recurso	Básicamente explícito
	Capacidad	Básicamente tácito técnico-experto
Fuente: Bueno (1998) y Bueno y Salmador (2003).		

## 5. CLASES Y FORMAS DE EMPRESAS

En los últimos años, las empresas han experimentado una evolución importante en su crecimiento. Esta evolución ha pasado por tres etapas: crecimiento patrimonial, crecimiento financiero y crecimiento contractual.

La empresa inicia su crecimiento incrementando su capacidad productiva por medio de unas inversiones de carácter interno (crecimiento patrimonial). Después, las empresas recurren al crecimiento financiero por medio de políticas de fusiones, adquisiciones o de tomas de participación en el capital social (crecimiento financiero). Finalmente, la empresa crece mediante relaciones contractuales que le permiten cooperar y establecer alianzas (crecimiento contractual).

Este crecimiento ha provocado la evolución de los modelos organizativos, desde estructuras unitarias, caracterizadas por una jerarquía piramidal muy centralizada y orientada a los procesos, hasta estructuras múltiples. Las estructuras múltiples se caracterizan

por tener, por un lado, una dirección general asistida por expertos para la toma de decisiones estratégicas y, por el otro, una línea de ejecutivos responsables de las decisiones operativas de las divisiones.

## 5.1. CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS DE ACUERDO CON CRITERIOS ECONÓMICOS

Cabe destacar, entre los principales criterios económicos, los siguientes: el sector, el tamaño, la estructura social de producción, el sistema técnico, la localización y el ámbito de competencia (véase cuadro 3).

Cuadro 3. Criterios económicos de clasificación empresarial

Criterio	Clases de empresas
<b>Sector económico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas agropecuarias</li> <li>• Empresas industriales</li> <li>• Empresas de construcción</li> <li>• Empresas de servicios</li> </ul>
<b>Tamaño</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas muy grandes (megaempresas)</li> <li>• Empresas grandes</li> <li>• Empresas medianas</li> <li>• Empresas pequeñas</li> <li>• Empresas muy pequeñas</li> </ul>
<b>Estructura social de producción</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresa artesanal</li> <li>• Empresa de economía social</li> <li>• Empresa capitalista</li> </ul>
<b>Sistema técnico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresa monoproducto</li> <li>• Empresa multiproducto</li> <li>• Empresas de producción en serie</li> <li>• Empresas de producción por pedido</li> </ul>
.../...	

## INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA

Criterio	Clases de empresas
.../...	
Localización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas monoplanta</li> <li>• Empresas multiplanta</li> </ul>
Ámbito de competencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas monomercado</li> <li>• Empresas multimercado</li> <li>• Empresas nacionales</li> <li>• Empresas multinacionales</li> </ul>

## 5.2. CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS DE ACUERDO CON CRITERIOS JURÍDICOS

El criterio jurídico clasifica las empresas de acuerdo con la titularidad de los medios de producción o del capital de la empresa y teniendo en cuenta, también, cuáles son las características jurídicas de su propiedad.

En este sentido, según la titularidad de los medios de producción, se puede hablar de **empresas privadas**, cuyo capital es propiedad de particulares, y de **empresas públicas**, cuyo capital es total o parcialmente propiedad del Estado, siempre que este ejerza el control de las mismas.

En función de las características jurídicas de la propiedad, las empresas privadas pueden clasificarse en empresas individuales y sociedades mercantiles. Dentro de las segundas estarían las sociedades de personas, las sociedades mixtas, las sociedades capitalistas y las sociedades de economía social (véase cuadro 4).

Cuadro 4. Criterios jurídicos de clasificación empresarial

<b>Empresas públicas</b>	
<b>Empresas privadas</b>	Empresa individual
.../...	

.../...

<b>Empresas privadas</b> <i>(cont.)</i>	<p>Sociedades mercantiles</p> <p>Sociedades de personas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sociedad colectiva</li> </ul> <p>Sociedades mixtas o intermedias:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sociedad comanditaria</li> </ul> <p>Sociedades capitalistas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sociedad de responsabilidad limitada</li> <li>• Sociedad anónima</li> </ul> <p>Sociedades de economía social:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cooperativa</li> <li>• Sociedad anónima laboral</li> <li>• Sociedad agraria de transformación</li> </ul>
--	--

Fuente: Bueno (2004).

### 5.3. CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS DE ACUERDO CON CRITERIOS ORGANIZATIVOS

Finalmente, se pueden clasificar las empresas de acuerdo con los criterios organizativos, tanto estructurales como de comportamiento. En este sentido, se observan las formas o diseños básicos de la empresa como organización, por lo que se pueden clasificar de la manera siguiente (véase cuadro 5).

Cuadro 5. Criterios organizativos de clasificación empresarial

Criterio	Clases de empresas
<b>Configuración básica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas jerárquicas o «altas»</li> <li>• Empresas profesionales o «planas»</li> <li>• Empresas polimórficas o «flexibles»</li> </ul>

.../...

## INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA

Criterio	Clases de empresas
.../...	
<b>Estilo de decisión</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas centralizadas</li> <li>• Empresas descentralizadas</li> </ul>
<b>Ejercicio de autoridad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas autoritarias</li> <li>• Empresas participativas</li> </ul>
<b>Organización jurídica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas unisociedades</li> <li>• Empresas plurisociedades</li> </ul>
<b>Estilo de dirección</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas jerarquizadas-burocráticas (estilo conservador)</li> <li>• Empresas funcionales-profesionales (estilo tecnocrático)</li> <li>• Empresas creativas y flexibles (estilo innovador)</li> </ul>
Fuente: Bueno (2004).	

Estos criterios organizativos, que permiten el diseño de la organización, su estructura y procesos (Bueno 2007) serán sujeto de alguna ampliación en la unidad didáctica 9.



## CONCEPTOS BÁSICOS

- **Conocimiento.** Conjunto de experiencias, valores, información, percepciones e ideas que crean una estructura mental para evaluar e incorporar nuevas experiencias, ideas e información. El conocimiento, en su dimensión epistemológica, se clasifica en explícito (objetivo y formulado) y tácito (subjetivo, experimental y no articulado); en su dimensión ontológica, se clasifica en individual (poseído por las personas) y social o colectivo (poseído por los grupos y la organización); en su dimensión estratégica (siguiendo la teoría de los recursos y capacidades), se clasifica como recurso (naturaleza explícita) o como capacidad (naturaleza tácita, habilidad y talento), y en su dimensión sistémica, se clasifica en externo (información y creado por otras organizaciones) e interno (creado por la propia organización).
- **Costes de transacción.** Existencia de las cargas monetarias y de los esfuerzos que se derivan para poder llevar a cabo las transacciones en el mercado, dadas sus fricciones y la falta de información completa sobre aquellas.
- **Desarrollo organizativo.** Valores y normas compartidos entre los miembros de la organización y la sociedad exterior que permiten una adaptación permanente y una competitividad en el entorno económico.
- **Dirección del conocimiento (*knowledge management*).** Sistema o conjunto de programas que permiten el tratamiento de los flujos de conocimientos existentes en la organización para crear conocimiento nuevo o generar innovación, difundirlo entre los miembros de la organización y facilitar su medición para una gestión más eficiente.
- **Eficacia.** Grado de cumplimiento de los objetivos pretendidos.
- **Eficiencia.** Cumplimiento de los objetivos con el menor consumo posible de recursos y con la máxima calidad percibida.
- **Equilibrio de la organización.** Estado que explica las contribuciones de cada participante o miembro de la organización, que se efectuarán a la misma siempre que sigan recibiendo compensaciones (pecuniarias o no) superiores o iguales a aquellas.
- **Equilibrio (de poder).** Fuerzas que influyen en los resultados de la organización y en el cómo y quiénes los efectúan.

- **La empresa como sistema.** Conjunto de elementos agrupados en subsistemas empresariales y ordenados según cierta estructura, los cuales se relacionan a través de unas funciones características para lograr un plan común.
- **La empresa como organización.** Sistema sociotécnico abierto compuesto por cinco elementos principales o aspectos organizativos y que persiguen unos objetivos básicos. Pentagrama compuesto por: sistema técnico, sistema humano, sistema de dirección, sistema cultural y sistema político.
- **Principio de la racionalidad limitada.** Existencia de límites en la racionalidad humana, derivados de la incapacidad de la mente para aplicar a una decisión única todos los aspectos de valor, conocimiento y de comportamiento de importancia.
- **Productividad.** Rendimiento del proceso económico, medido en unidades físicas o monetarias, por relación entre factores empleados y productos obtenidos.
- **Relación de agencia.** Contrato por el que el agente realiza algo por cuenta del principal con delegación de autoridad decisoria.
- **Relación de autoridad.** Dependencia y comunicación entre las personas de la organización, con la que se ejerce un poder que permite mandar sobre ellas y tomar decisiones.
- **Rentabilidad.** Aumento de la riqueza o del capital utilizado, medida en una unidad de tiempo y como ratio entre la renta obtenida y el valor invertido. Se define como económica la que relaciona el beneficio neto con el activo o inversión total y como financiera con respecto al capital propio.
- **Satisfacción.** Grado de vinculación, motivación y participación en las tareas basado en un buen equilibrio entre «contribuciones» y «compensaciones» personales.
- **Teoría contractual.** Enfoque que estudia la empresa como un contrato entre los propietarios de los factores y que presenta unas características diferenciadas de los contratos de las transacciones de mercado.
- **Teoría de la firma.** Enfoque que se deriva de la teoría de los mercados e investiga a la empresa como unidad de producción, actuando en un mercado, normalmente, de competencia perfecta y en el que estudia cómo persigue su equilibrio, consistente en la maximización de su utilidad o beneficio.



## CASO PRÁCTICO

### General Motors Corporation

General Motors nace a finales de 1908 en Flint (Michigan) de la mano de W. C. Durant, antiguo fabricante de carretas y maquinaria agrícola desde 1885.

Los inicios de la fabricación del automóvil con motor de gasolina en los Estados Unidos, un poco después de que lo hicieran Daimler y Benz en Europa, se deben a los hermanos Duryea en 1893 y, ya fabricados en masa, a Ransom Olds, que en 1900 lanza REO y Oldsmobile. En 1904, funciona en Flint una pequeña empresa, Buick Motor Co., la cual, al quebrar, es comprada por Durant. Con esta compra, más las incorporaciones de Weston-Mott, Co. (fabricante de ejes y ruedas) en 1905, y A. Champion (fabricante de bujías) en 1908, inicia la competencia frente a Ford, Olds y Cadillac al montar una red nacional de ventas, a la vez que organiza la cadena de asistencia técnica, accesorios y piezas de repuesto. Con ello, y con las acciones que Durant poseía de Olds Motor y de W. F. Stewart Co., se crea el 5 de septiembre de 1908 General Motors Holding, que en 18 meses controla plenamente Cadillac, Oakland, seis fábricas de automóviles, tres de camiones y diez de accesorios y piezas sueltas. La base de General Motors se creó en torno al control de Cadillac, Buick, Olds, Oakland y la canadiense McLaughlin Motor Car Co.

Durant siguió una política de expansión a ultranza y abandonó en cierta medida la organización y la coordinación de las fábricas y empresas filiales. Su gran preocupación fueron el mercado y la productividad de las plantas. Esto le llevó a problemas financieros graves, como los de 1910, que le obligaron a abandonar la dirección. La empresa quedó a merced de bancos acreedores, que nombraron como director general a J. J. Storrow. En 1915, Durant vuelve a la dirección e inicia una etapa más fuerte de crecimiento con la compra de 20 empresas entre 1916 y 1920, además de la adquisición de Chevrolet en 1915. Este mismo año, nombra presidente del consejo de administración a Pierre du Pont, como reconocimiento al paquete de acciones que poseía la firma que dirigía. En esta carrera expansiva funda un *holding*, United Motors Co., para controlar el mercado de accesorios y piezas de repuesto. Al frente de ella pone a Alfred Pritchard Sloan, Jr.

En 1919, Du Pont aporta 50 millones de dólares. Es entonces cuando se produce la gran expansión y diversificación productiva, con lo que consiguen dejar muy atrás a Ford Motor, su eterna competidora. Además, la entidad posee fuertes paquetes de acciones

en empresas como Goodyear y General Leather Co., que fabricaban componentes básicos del automóvil. Tanta expansión provoca que Durant abandone los aspectos organizativos y financieros, que se vislumbran cada vez más graves. Para intentar solventarlos, se constituye un comité financiero dirigido por Raskob, hombre de confianza de Pierre du Pont. Durant, en contraposición, refuerza su control ejecutivo, centraliza al máximo las decisiones industriales y comerciales y choca con su hombre de confianza, W. P. Chrysler, antiguo director de Buick Motor Co., quien sucede a Nash, otro de los hombres básicos de Durant. Aquel abandona la empresa a finales de 1919 para crear en 1920 la «tercera grande» del automóvil, que lleva su nombre. A pesar de que la DuPont pone parte de su staff a disposición de Durant para reorganizar sus actividades y su administración, la crisis llega inevitablemente a mediados de 1920, favorecida a su vez por la entrada en el juego de Chrysler y porque Ford baja sus precios de un 20% a un 30%; golpes que no puede soportar General Motors, que ve cómo se reducen las ventas y se agrava la falta de liquidez. A su vez, las acciones se cotizan muy bajo. Para paliar la situación, J. P. Morgan & Co. (poseedores de un gran paquete de acciones) y DuPont compran a un precio muy bajo las acciones de Durant, quien abandona la compañía el 20 de noviembre de 1920, que pasa a estar dirigida, temporalmente, por Pierre du Pont, con lo que los nuevos accionistas-controladores saldan las grandes deudas adquiridas.

Este es el momento de la entrada en escena de un personaje fundamental, Alfred Pritchard Sloan Jr., quien se incorpora como director general y propone un plan de organización que se basa en juxtaponer las unidades técnicas y jurídicas, en cierta medida independientes, como una unidad económica o como una empresa que se coordina a través de la dirección general, la cual debe afinar la política que se debe seguir, los objetivos principales que se deben tener en cuenta y las numerosas decisiones en relación con las exportaciones y plantas de la compañía. Sloan posee una formación técnica, al contrario que Durant, que abandonó la escuela, y al igual que Pierre du Pont. El precio fue de 5.000 dólares, y al que se le vendió a la General Motors en 1916 fue de 13.500.000 dólares. Él pone en práctica, al igual que Du Pont, pero de forma mucho más brillante, la nueva estructura multidivisional y descentralizada. A pesar de ella, la dirección general supervisa muy de cerca las decisiones y su ejecución, al crear varios niveles, asesores y directores delegados y adjuntos, de forma que con pocos dirigentes en cada escalón inmediato inferior se puedan controlar los siguientes. Todo ello parte de dos piezas maestras, que son los comités financiero y ejecutivo en la alta dirección. Este plan organizativo de 1920, sintéticamente, ofrecía esta estructura.

Alfred Pritchard Sloan Jr.



Hasta 1925, Sloan no consigue implantar su organización, la cual exigía un gran esfuerzo de todo el equipo directivo. La misma se basaba en:

- Un reparto de actividades y divisiones.
- La puesta a punto de datos exactos y necesarios para que se comunique por los circuitos de la nueva estructura.
- La creación de nuevos circuitos que aseguren una dirección y ejecución más eficaz para las divisiones con base en el esfuerzo de los consejeros y consultores.

Cada división queda netamente definida, y para ello se diseña perfectamente el área de actividad y la capacidad de decisión. Con ello, Sloan cumple con el proyecto declarado en la memoria de fin del ejercicio 1923, que deseaba fabricar y comercializar una gama completa de automóviles, desde el más caro al más barato. En frase suya: «un modelo para cada bolsillo y para cada uso».

Sloan es reconocido por impulsar el cambio anual de estilos de los automóviles, del cual se derivó el concepto de obsolescencia planificada para promover la renovación de unidades. También impuso una estructura de precios y gamas con las marcas que formaban General Motors (de más económicas a más caras), Chevrolet, Pontiac, Oldsmobile, Buick y Cadillac, de manera que no compitieran entre sí, y que los compradores tuvieran un abanico de ofertas disponibles que los retenían en la «familia General Motors», en la medida que aumentaba su poder de compra y sus preferencias cambiaban con su edad. Estos conceptos, junto con la resistencia de Ford al cambio durante la década de 1920, impulsaron que General Motors alcanzara la posición de liderazgo en ventas de automóviles a comienzos de la década de 1930, una posición que retendría por más de 70 años. Bajo la conducción de Sloan, General Motors se convirtió en el conglomerado industrial más grande, exitoso y redituable que se hubiera visto nunca antes en todo el mundo.

Durante el periodo de liderazgo de Alfred P. Sloan en General Motors, numerosos sistemas de tranvías en los Estados Unidos fueron reemplazados por autobuses. Existen quienes creen que esta conversión fue impulsada y armada por General Motors, Firestone Tire Corp., Standard Oil of California y Mack Trucks Co. para impulsar las ventas de automóviles.

Esta organización es la típica de las grandes compañías divisionalizadas o con estructura múltiple, tanto por los productos y servicios que ofrece, como por las plantas industriales que posee y los mercados en los que opera. Dicha estructura es la que, como característica, se viene dando en la gran expansión de las actuales compañías o corporaciones preocupadas por el crecimiento, por la innovación y diversificación y por la competencia en el mercado mundial.

#### Preguntas del caso

- ¿Qué dimensiones y en qué parte del mismo aparecen las dimensiones de la empresa?
- ¿Qué clasificación le daría a la empresa si atendiese a los criterios económicos, jurídicos y organizativos que aparecen en el caso?
- ¿Dónde localizaría los distintos subsistemas de la empresa en el caso?



## ACTIVIDADES DE REPASO

1. ¿Cuáles son las dimensiones principales de la empresa?
2. ¿Puede explicar en qué se basa el enfoque neoclásico?
3. ¿Dónde aparece el término «transacción»? ¿Qué cree que significa?
4. ¿Cuáles son las características de las definiciones de la empresa como unidad económica?
5. ¿Por qué se define la empresa como un sistema sociotécnico abierto?
6. ¿Podría enumerar los diferentes subsistemas de la organización?
7. ¿Cómo clasificaría la empresa desde una perspectiva organizativa?



## EJERCICIOS VOLUNTARIOS

1. ¿En qué se diferencian las concepciones de la empresa que la observan como unidad económica y unidad financiera y las que la visualizan como organización y sistema social?
2. ¿Cuáles son las razones o las causas que justifican la coincidencia en el tiempo de los enfoques contractual y administrativo?

3. ¿Por qué cree que se aplican las ciencias de la naturaleza a la empresa? ¿Cuál es su relación?
4. Busque ejemplos de transferencia de conocimiento atendiendo a la fase en la que se encuentren. Justifique si todos deben encontrarse en la misma fase al mismo tiempo.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Básica

«Alfred P. Sloan». Disponible en <[www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)>.

Bueno, E. *Curso básico de economía de la empresa. Un enfoque de organización*. 4.<sup>a</sup> ed. Madrid: Pirámide, 2004.

—*Organización de empresas. Estructura, procesos y modelos*. 2.<sup>a</sup> ed. Madrid: Pirámide, 2007.

### Avanzada

Bueno, E. «El capital intangible como clave estratégica en la competencia actual». *Boletín de Estudios Económicos*, 1998, agosto, vol. 53, núm. 164, pp. 207-229.

Bueno, E. y Salmador, M.<sup>a</sup> P. «La dirección del conocimiento en el proceso estratégico emergente de la empresa: información, complejidad e imaginación en la espiral del conocimiento». *Revista de Economía y Empresa*, 2003, 2.<sup>º</sup> cuatrimestre, vol. XIX, núm. 48, pp. 17-32.

Coase, R. H. «La naturaleza de la empresa», en G. J. Stigler y K. E. Boulding (eds.). *Ensayos sobre la teoría de los precios*. Madrid: Aguilar, 1963 [1937], pp. 303-321.

Fayol, H. *Administración industrial y general*. México: Herrero Hermanos, 1961 [1916].

Kast, F. E. y Rosenzweig, J. E. *Organization and Management. A Systems Approach*. Nueva York: McGraw-Hill, 1970 (*Administración de las organizaciones. Un enfoque de sistemas*. México: McGraw-Hill, 1979).

Knight, F. H. *Riesgo, incertidumbre y beneficio*. Madrid: Aguilar, 1947 [1921].

Simon, H. A. *Administrative Behavior*. Nueva York: Macmillan, 1947 (versión española de la 2.<sup>a</sup> ed. de 1957: *El comportamiento administrativo*. Madrid: Aguilar, 1964).

Taylor, F. W. *Principios de administración científica*. México: Herrero Hermanos, 1991 [1961].

Veblen, T. *Teoría de la clase ociosa*. México: Eudeba, Fondo de Cultura Económica, 1944 [1899].

—*Teoría de la empresa de negocios*. Buenos Aires: Eudeba, 1965 [1904].

