

I.11. Teoría de la oferta y de la empresa

I.11.1. Mercado y proceso productivo

Una **empresa** es una forma de organización adoptada por un grupo de personas para producir bienes y servicios. A través del mercado y de su sistema de formación de precios, la actividad económica de las personas es orientada a la *utilización eficiente* de los factores de producción escasos. La competencia obliga a los productores y vendedores a reducir los precios que piden por sus productos y, por lo tanto, impulsa la búsqueda de una ventaja a través de la reducción de los **costos de producción**.

Para reducir los costos, las empresas pueden adoptar los procesos de producción más racionales de los competidores (*imitación*) o desarrollar procedimientos novedosos aún más eficientes (*innovación*). Gracias a ello obtendrán un mayor beneficio, dados los precios de los bienes en un determinado momento.

Por un lado, esto conduce a aumentar la producción de bienes que permiten obtener un mayor margen de **ganancia** porque son más solicitados por los compradores. Por otro lado, las empresas abandonan la producción de bienes que generan pérdidas y destinan los factores de producción liberados en este proceso hacia aplicaciones más *económicas*.

El éxito de una empresa no depende únicamente del precio de los bienes que ofrece, sino también de otros aspectos, como la calidad de sus productos, la organización de la venta y distribución, el servicio, etc. Por consiguiente, los oferentes deben procurar una combinación favorable de estas características para satisfacer la demanda de la mejor manera posible.

La función principal de una empresa es su capacidad de comercializar, en condiciones de competencia, productos y servicios en los mercados. Para lograrlo, necesita contar con ventajas comparativas, que pueden darse por diversos motivos: como el producto, la técnica de fabricación, los costos de producción y la calidad del servicio; los canales de distribución, la imagen del producto y la marca; o la capacidad permanente de innovación de los bienes y servicios.

I.11.2. Oferta y organización empresarial

La teoría de la oferta en el mercado se basa en una descripción con respecto al funcionamiento de las empresas. A este respecto existe un primer enfoque, que consiste en la extensión de la *maximización de utilidad*, que en este caso adoptaría la forma de la **maximización de beneficios** por parte del propietario de la empresa, siendo una definición básica del beneficio, la diferencia entre los ingresos corrientes y los costos o egresos corrientes:

$$B = I - C$$

B = beneficio, I = ingresos, C = costos

Esta concepción implica la suposición de que para poder maximizar el beneficio, el propietario o los propietarios tratarán de cumplir todas las condiciones del buen desempeño de la empresa. A esta perspectiva también se la denomina **enfoque de los accionistas** (*stockholders*). Esto implica, por ejemplo, contratar administradores y trabajadores idóneos y remunerarlos adecuadamente, comprar los insumos y bienes de capital para producir los bienes, maximizar las ventas en el mercado, cumplir las leyes,

pagar los impuestos, mantener un proceso de producción que no tenga un impacto desfavorable en el medioambiente, tener una adecuada política de financiamiento, de proveedores, etc.

Sin embargo, si bien esto puede darse, existen circunstancias concretas en las que existe una diferencia entre la maximización de utilidad y el correcto desempeño en todas las actividades implicadas para el desenvolvimiento de la empresa. En este sentido se ha desarrollado un enfoque denominado **enfoque de los participantes** (*stakeholders*), que enfatiza la optimización de la actividad de la empresa como un proceso de balance entre los intereses de todos los grupos involucrados, ya sean internos (accionistas, administradores, empleados, etc.) o externos (proveedores, acreedores, Estado, sociedad civil, medioambiente, etc.). Según este enfoque, el beneficio de los accionistas es relevante, pero dentro del contexto en el que todos los demás grupos que participan en el funcionamiento de la empresa y en su entorno también vean satisfecha su contribución, remuneración o derechos.

En otras palabras, se sostiene que en un sistema basado en los mercados, el principal objetivo de la empresa es la *maximización de las ganancias*. Sin embargo, se indica también que el principio de la maximización de las ganancias no debe perseguirse en forma indiscriminada, sino tomando en consideración otras condiciones como, por ejemplo, la satisfacción del cliente, la responsabilidad social frente al personal, el respeto de normas de medioambiente, etc., como queda enfatizado en el segundo enfoque.

I.11.3. Liderazgo empresarial

Es así como mejor podemos encarar la tarea de describir el rol y la función del empresario y de la dirección de una empresa. Desde el punto de vista de la perspectiva de los *accionistas*, estos controlan la empresa simplemente revisando la ecuación de utilidad. Desde el punto de vista de los *participantes*, el rol del **empresario** se destaca como el del líder de un

conjunto de personas con diversas tareas que obtiene su beneficio en la medida en que logra la adecuada colaboración de todos los involucrados, haciendo que cada uno aporte de sí y sea reconocido y retribuido en consonancia.

Desde el punto de vista de la evolución histórica, la función de liderazgo empresarial puede seguirse a través de cómo estas funciones fueron variando en el tiempo. En un principio, el término empresario se refería exclusivamente a la persona que se encargaba de la dirección de la empresa y que a la vez era su dueño o propietario. Este *empresario* dirige su empresa en forma independiente y asume el *riesgo empresarial* al responsabilizarse con el capital invertido o con todo su patrimonio privado.

Después del surgimiento de las *sociedades anónimas* en el siglo XIX se creó la forma del *empresario empleado* o *gerente*. El gerente también cuenta con amplio poder de decisión, pero toma sus decisiones por cuenta y riesgo ajenos. Con la opción de acciones (remuneración que permite escoger entre un sueldo en dinero o acciones de la empresa), el gerente puede también convertirse en copropietario o socio de la empresa. El control de la dirección de la empresa incumbe al *Consejo de Supervisión* y tiene la atribución de supervisar la dirección y, eventualmente, reemplazar a sus responsables.

Tanto legal como formalmente, el control de la empresa y de sus directivos incumbe al Consejo de Supervisión como verdadero órgano de gobierno de la empresa (*corporate governance*). Por lo general, el Consejo de Supervisión es designado anualmente por la asamblea general de accionistas. En la medida en que se abren los mercados financieros internacionales, el control real de las empresas se ejerce también a través de los informes financieros y un sistema de información transparente para los mercados de capitales.

El *empresario* es una persona en posesión de una empresa o emprendimiento, que asume la responsabilidad por los riesgos y el resultado de su operación. El empresario es un agente económico que combina los factores

de producción de forma eficaz y eficiente. Esto requiere el uso de cualidades como la inteligencia, el conocimiento, la creatividad y la iniciativa. La conducción de las empresas suele ser dificultosa e implica riesgos; por lo tanto, el empresario debe estar sujeto a correrlos. Los empresarios crean valor ofreciendo nuevos bienes o servicios, o de formas nuevas. Suelen ser individuos inclinados a *aceptar riesgos* personales, profesionales o financieros para aprovechar una oportunidad.

El mayor activo que despliegan los empresarios es su **capacidad innovadora**, que les permite, en una economía de mercado, mejorar los resultados de su empresa gracias a la iniciativa, a la voluntad de rendimiento y a la capacidad para asumir riesgos. La implementación de inventos, la innovación permanente de productos y procesos de producción, así como la apertura de nuevos mercados, cuentan entre las funciones primarias de los empresarios. La capacidad de imponerse, la creatividad, las facultades organizacionales y de liderazgo personal, son algunas de las competencias principales de un empresario.

Sin embargo, la innovación económica y el *cambio estructural* no excluyen la pérdida temporal de puestos de trabajo que han perdido su rentabilidad. La competencia y el proceso de selección del mercado ofrecen, no obstante, las mejores oportunidades para volver a un alto nivel de empleo y conservar la competitividad gracias a una alta dinámica innovadora, una nueva competitividad y el crecimiento económico.

En la actualidad, con el proceso de globalización y el desarrollo de los sistemas de información y comunicaciones, la *responsabilidad socio-económica* del empresario se desarrolla en un nuevo contexto. Nuevas formas internacionales de producción y modelos de negocio, así como la competencia a nivel mundial, contribuyen a que los países compitan cada vez más por atraer industrias e inversiones. La aceleración de los procesos de decisión tiene que ser sostenida por jerarquías empresariales más ágiles. En condiciones de competencia tan difíciles, el éxito sustentable de una empresa no puede lograrse en contra de la voluntad de los trabajadores.

I.11.4. Contabilidad y cálculo de la ganancia

La **contabilidad**, como subdisciplina de las ciencias de la administración de empresas, es el registro cuantitativo de hechos económicos en un determinado momento. Para definir y delimitar los flujos de productos y servicios y los flujos financieros de una empresa se han definido términos que se utilizan también en el lenguaje corriente. En particular, se distingue entre cuatro *rubros*: *Cobros y pagos*, *Ingresos y egresos*, *Gastos e ingresos*, *Beneficios y costos*.

Los ingresos y costos son la base de la contabilidad del *cálculo costo-beneficio*. El cálculo costo-beneficio es parte de la contabilidad interna, no regulada por la ley. Cada empresa puede concebirla a su manera y no está disponible para personas externas. Las ventas son la generación valorada de bienes por parte de la empresa durante un período determinado, mientras que los costos son el consumo valorado de bienes por la empresa; el saldo se llama *resultado operativo*.

Como hemos visto, la empresa determina la ganancia a través del cálculo de sus costos operativos con el fin de verificar si ha sido exitosa con los productos fabricados o servicios prestados a los precios de mercado. El *rol de la ganancia* es fundamental para el funcionamiento de la empresa. Generalmente constituye la base para la remuneración variable de los directivos, el pago de dividendos a los accionistas de una sociedad anónima y el monto de los impuestos que deben tributarse al fisco. Las ganancias también se calculan para informar a quienes tienen intereses en la empresa y a la opinión pública sobre la situación económica de la empresa. Los sindicatos, por ejemplo, deciden sus reclamos salariales en parte de las ganancias de la empresa, los empleados sacan sus conclusiones en cuanto a la seguridad de su puesto de trabajo y los bancos consideran el nivel de ganancias a la hora de otorgar un crédito.

Las ganancias se determinan según diferentes *métodos de cálculo*. En la contabilidad externa, la ganancia es el superávit de los ingresos frente a los gastos. Entre las ganancias se cuentan, básicamente, todos los saldos

(positivos) de los rubros básicos de la contabilidad empresarial, es decir, de los cobros/pagos, ingresos/egresos, utilidades o beneficios/costos. El **estado financiero** no sólo incluye el balance, que debe reflejar el patrimonio de la empresa, sino también el llamado *estado de resultados*, que refleja cuáles fueron los factores que determinaron el éxito. A diferencia del balance, que presenta un cálculo de existencias a una fecha precisa, el estado de resultados es un cálculo de flujo a lo largo de todo un año.

El estado de resultados debe indicar si se ha alcanzado el objetivo de toda empresa privada, que es el de generar ganancias. Para obtener una visión más clara del éxito de las actividades propias de una empresa, se recurre frecuentemente al **resultado operativo**. El resultado operativo se calcula depurando el superávit anual de rubros extraordinarios no causados por la actividad empresarial, rubros irregulares, no periódicos y gastos no directamente relacionados con el objetivo de la empresa.

Además del concepto de ganancia del derecho comercial y de la contabilidad de costos y beneficios se discuten también concepciones teóricas. De acuerdo con la teoría de la ganancia económica, sólo se puede hablar de ganancia si el llamado **valor capitalizado** de la empresa es más alto al fin del ejercicio económico que al inicio del mismo. El valor capitalizado de una empresa se calcula como valor efectivo de todos los flujos de pago futuros, es decir que los flujos de pago futuros son sometidos a la deducción de un tipo de interés calculado según el período analizado. Se consideran como ganancia únicamente los valores generados más allá de los montos requeridos para garantizar el valor global de la empresa.

Para saber si una empresa trabajó de manera rentable en un ejercicio económico transcurrido, resulta útil analizar e interrelacionar los datos contenidos en el estado de resultados. El análisis de los estados financieros emprendido con el fin de conocer la situación y el desarrollo económico de una empresa es llamado **análisis del balance** o, más correctamente, análisis del estado financiero. En el marco de este análisis se generan indicadores que permiten realizar comparaciones económicas también entre empresas de diferente tamaño. Para poder evaluar las ganancias se suele recurrir al

balance y al estado de resultados para calcular los indicadores de rentabilidad del capital contable, rentabilidad total y rentabilidad de las ventas.

I.11.5. Tipos de empresas y sociedades

Mientras que las **empresas de propiedad privada** suelen perseguir fines de lucro y sus dueños asumen el riesgo y la responsabilidad empresarial, existen **empresas públicas** de derecho público, que se orientan hacia el cumplimiento de un mandato público de atención y servicios. En este caso es el Estado, en cualquiera de sus distintos niveles, es decir, en última instancia el contribuyente, el que asume el riesgo y la responsabilidad.

Con frecuencia, las palabras empresa y sociedad son utilizadas como sinónimos. Desde el punto de vista de la administración de empresas, el término **sociedad** hace énfasis en el *aspecto financiero y legal* (perspectiva externa). Al hablar de **empresa** se hace más bien referencia a los *aspectos técnico-administrativos* de la unidad económica (perspectiva interna).

La *Ley de sociedades* trata sobre las empresas y compañías, su forma de organización y sus características desde el punto de vista jurídico. En este sentido, la empresa es una persona jurídica, una personería legal separada. Con respecto a las posibles *formas jurídicas*, se distingue entre empresas individuales, sociedades personales y sociedades de capital.

Las *empresas individuales* se caracterizan por el poder de administración único del empresario, que responde ilimitadamente (con su patrimonio comercial y privado) por sus obligaciones. La propiedad implica también obligaciones sociales; las decisiones empresariales no pueden tomarse en forma arbitraria.

Las **sociedades de personas** deben tener por lo menos dos socios. También aquí la propiedad del capital y la dirección de la empresa suelen estar en manos de la misma persona. A excepción de los socios comanditarios de una **sociedad en comandita** (responsabilidad limitada al monto de la participación), los socios se responsabilizan igualmente con todos sus

bienes. Entre las **sociedades de capital**, la responsabilidad se limita al patrimonio de la sociedad como persona jurídica. Con frecuencia, el capital y la administración de la empresa están en manos distintas.

Para acceder a los mercados internacionales se desarrollan además nuevas formas de organización, como por ejemplo los *joint ventures* (varias empresas fundan una empresa conjunta) o alianzas estratégicas, en las cuales, muchas veces, ya no se puede partir de la unidad económica o jurídica del negocio.

Palabras clave

Empresa
Costos de producción
Ganancia
Maximización de beneficios
Enfoque de los accionistas
Enfoque de los participantes
Empresarios
Innovación
Contabilidad
Resultado operativo
Estado financiero
Valor de capitalización
Balance
Tipos de empresas, privadas, públicas
Sociedades de personas
Sociedades en comandita
Sociedades de capital