

TEMA 46: *La empresa. Elementos. Objetivos. Criterios de clasificación de las empresas. Las áreas funcionales de la empresa.*

Esquema:

- 1.- Introducción.
- 2.- La empresa.
- 3.- Los elementos de la empresa
 - 3.1.- Socio-económicos.
 - 3.2.- Organizativos.
- 4.- los objetivos de la empresa
 - 4.1.- Elaboración de los objetivos.
- 5.- Clasificación de las empresas.
- 6.- Áreas funcionales de la empresa.
- 7.- Conclusiones.
- 8.- Referencias bibliográficas y documentales.

1.- INTRODUCCIÓN

El concepto de empresa ha evolucionado a lo largo de la historia, al igual que lo han hecho el pensamiento o la realidad social.

Tengamos en cuenta que la empresa está totalmente imbricada en esa sociedad y de ella participa y a ella sirve. Nos encontramos dos factores que pueden ser claves para entender la causa por la que la empresa ha adquirido un papel más preponderante, en la realidad actual, éstos son:

- a) La caída del denominado bloque comunista que ha supuesto el afianzamiento de la empresa privada.
- b) El convencimiento generalizado de que la situación de desempleo que sigue siendo uno de los problemas más importante de nuestra sociedad, sólo se resuelve con inversiones empresariales. Es decir, la creación de empresas debe estar en la base de la solución de este problema.

Pero la empresa se marca unos objetivos que consigue a través de la realización de sus funciones y dotándose de unos medios que se organizan de una determinada manera.

Esta organización es clave hoy día, pues la competencia es cada vez mayor y las empresas necesitan situarse en posiciones de ventaja respecto de la competencia o sino desaparecerán.

2.- LA EMPRESA

Como realidad socioeconómica que es, la empresa es estudiada desde distintos conceptos por diferentes ciencias; como economía, sociología, derecho..., pero de toda empresa puede decirse que:

- a) Está compuesta por distintos elementos o factores.
- b) Tiene una estructura organizativa.
- c) Se marca unos objetivos que trata de conseguir a través de planes a corto, medio y largo plazo.
- d) Realiza unas funciones específicas.

A su vez, como unidad básica de producción la empresa posee los siguientes aspectos típicos:

- a) Realiza una actividad económica productiva.
- b) Realiza una actividad con ánimo de lucro.
- c) Desarrolla su actividad asumiendo un riesgo.
- d) La actividad es desarrollada por un empresario, lo que le lleva a ser una “unidad de producción”, una “unidad de decisión o planificación” y una “unidad financiera”.

Las características de la empresa derivadas de este planteamiento son:

- a) Unidad de producción; dada porque existe una acción planeada por un sujeto (empresario) y una estructura interna organizativa entre sus elementos.
- b) Unidad de decisión, planificación y control; dada por las metas o fines que se marcan, las funciones que se desarrollan para conseguirlos y el riesgo de la actividad empresarial.
- c) Unidad financiera, dada por la autonomía financiera, la relación que mantiene con el mercado y la vocación de expansión.

Vistas las características de la empresa nos aproximaremos a su concepto. Pero, éste puede concretarse desde distintos puntos de vista.

Punto de vista microeconómico

La empresa sería una función de producción del tipo $X=f(Y)$. Y son las cantidades de factores productivos utilizados, X es el producto final y f es la función de transformación de acuerdo a una tecnología eficiente. Esto se denomina en la terminología tradicional como caja negra y la Economía de la Empresa lo que ha estudiado es esa "caja negra"; su funcionamiento interno, sus fines, objetivos, costes...

Punto de vista macroeconómico

La empresa en su actividad transformadora genera riqueza que se mide por el valor añadido, diferencia entre el valor de la producción de la empresa y el valor de los bienes y servicios adquiridos a otras unidades productivas. La suma del valor añadido por todas las empresas de un país en el período de un año forma el Producto Nacional.

Punto de vista de la Teoría general de sistemas

Un sistema está constituido por elementos de cualquier tipo, cumpliendo que cada uno de ellos influye sobre el todo. Y los subsistemas que lo integran tienen las mismas propiedades que el sistema que los contiene. Siguiendo a Kast y Rosenzweig, diremos que la empresa se caracteriza por ser un sistema artificial (diseñado por el hombre), finalista (pretende alcanzar unos objetivos), abierto (en relación constante con el entorno), cibernetico (necesita de retroalimentación que le proporcione la información necesaria para conocer las desviaciones que se producen respecto de los objetivos marcados), jerárquico (integrado por subsistemas).

Visto el concepto de empresa desde distintas perspectivas, conviene aproximarnos a las definiciones dadas por algunos autores importantes:

- a) Lancaster: "Es el control de la producción, considerando este como todo proceso que transforma un bien o bienes en otros diferentes".
- b) López Moreno: "Es toda acción encaminada a un fin concreto: "la satisfacción de unas necesidades".
- c) Fernández Pirla: "Unidad económica de producción".
- d) Uría: "La organización de los factores de producción con finalidad o propósito de lucro".
- e) Bueno Campos: "La célula o unidad de producción dentro del sistema económico".

Resumiendo, diremos que la empresa está compuesta por un conjunto de factores productivos con unas relaciones económicas, jurídicas y

sociológicas, coordinadas a través de una determinada organización y cuyo objetivo es producir bienes para el mercado con el fin de maximizar su función de utilidad.

Antes de seguir, conviene diferenciar algunos conceptos que se utilizan equívocamente como similares al de empresa:

- a) Negocio, que referimos a una operación o transacción económica. La idea de negocio no es de permanencia y la de empresa sí.
- b) Explotación, que asimilamos a unidad técnica.
- c) Sociedad, que puede estar compuesta por una o varias unidades técnicas, y una empresa por varias sociedades.

Conviene, ahora, destacar las funciones que desempeña la empresa en una economía de mercado:

- a) Consolidación del sistema económico; basado en el concepto de empresa como unidad de producción.
- b) Asignación de recursos; mediante su participación como agente en el mercado.
- c) Satisfacción de necesidades; como proveedor de bienes y servicios.

Desde un punto de vista más economicista y siguiendo a Fernández Pirla, diremos que la empresa cumple las siguientes funciones:

- a) Como agente generador de bienes y servicios que se integran en la renta nacional.
- b) Crea renta monetaria retribuyendo a los factores de producción.
- c) Dota a los factores productivos de capacidad de gasto debido a la retribución.
- d) Facilita la adquisición del producto social y la financiación de ulteriores procesos de capitalización, debido a la capacidad de gasto de los factores productivos.
- e) De coordinación, dirección y control de los factores de producción.

Por último, necesitamos conocer en qué entorno (factores externos que le afectan) desarrolla la empresa su actividad, pues en gran medida sus resultados dependen del mismo.

La empresa ha de ser capaz de predecir los cambios del entorno y estimar los efectos de los mismos. Diferenciamos entre entorno genérico, compuesto por el conjunto de factores que definen las reglas de juego y el marco en que desarrollan su actividad las empresas y entorno específico, compuesto por los factores medioambientales que afectan de manera concreta a empresas con características comunes.

Los factores que componen el entorno genérico los clasificamos en:

- a) Factores socioculturales: presión sindical, nivel educativo...
- b) Económicos: tipos de interés, inflación...
- c) Políticos: relaciones internacionales, estabilidad del sistema...
- d) Legales: legislación laboral, normativa fiscal...
- e) Tecnológicos: procedimientos industriales, informática...

El entorno específico viene caracterizado por los competidores, los compradores, los proveedores y los productos sustitutivos.

Respecto del entorno, Ansoff identifica tres períodos en la historia económica empresarial con posterioridad a la Revolución Industrial:

- a) La etapa de la producción en masa. El objetivo era producir más y a menor coste. "La producción es la estrella".
- b) La etapa del marketing en masa. El objetivo se centra en el mercado y su origen radica en la saturación de mercado. "Ya no se es capaz de vender todo lo que se es capaz de producir".
- c) La transición a la etapa postindustrial. Se caracteriza por un entorno más cambiante, competitividad mayor, globalización de los mercados, mayor incertidumbre... Conceptos como "just in time", "calidad total", "círculos de calidad", gestión del cambio", excelencia empresarial"... aparecen en esta etapa.

3.- ELEMENTOS DE LA EMPRESA

Tradicionalmente al hablar de elementos de la empresa se ha hecho referencia a los factores productivos (tierra, capital y trabajo). La tierra hace referencia al conjunto de recursos naturales necesarios para la actividad empresarial, el trabajo incluye la actividad humana en la empresa y el capital al conjunto de bienes y derechos que utiliza la empresa para el desarrollo de su actividad.

Nosotros vamos a describir los elementos de la empresa desde dos puntos de vista; socioeconómico y organizativo.

3.1.- Socio-económicos

La empresa es una realidad económico-social. La suma de actividades productivas de las empresas constituye la riqueza de un país (realidad económica) y por otro lado la empresa crea empleo, distribuye la renta nacional... (realidad social). Son elementos de la empresa desde el punto de vista socioeconómico:

- a) El empresario: persona/s que dirige/n la empresa sea/n o no propietario/s.
- b) El factor humano: conjunto de empleados de la empresa.
- c) Patrimonio: Conjunto de bienes o capital instrumental. Incluye el capital fijo y el circulante y el activo inmaterial (fondo de comercio...).
- d) Las relaciones públicas; pues la empresa está en función del mercado (clientes).
- e) La propia organización: ordenación de los factores productivos.
- f) El entorno; pues como sistema abierto la empresa forma parte de un sistema global organizado y regulado jurídicamente.
- g) La utilidad; en forma de beneficio o de posición en el mercado.
- h) La tecnología; necesaria para competir en el mercado.

3.2.- Organizativos

La concepción de empresa como un sistema abierto, hace que desde el punto de vista organizativo consideremos una serie de elementos cuya dinámica está condicionada por elementos externos, éstos son:

- a) Los recursos: ya sean materiales, financieros o humanos.
- b) Trabajo: definido por las tareas que se realizan en la empresa.
- c) Dirección: marcada por la actividad de coordinación de los recursos para conseguir los objetivos empresariales.
- d) Los clientes: aquellas personas físicas o jurídicas que usan o compran los bienes o servicios de la empresa.
- e) Los proveedores: suministradores de bienes o servicios a la empresa.

4.- LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA

Para poder planificar el futuro, organizar los recursos o controlar los resultados, en una empresa, es necesario marcarse unos objetivos. Sin ellos no se puede dirigir, ni afrontar el cambio con éxito. Pero, el cambio social, en la organización, en el management... hace que el estudio de los objetivos empresariales haya pasado por diferentes etapas.

Los objetivos se encuadrarían dentro del proceso de planificación, una vez efectuados el diagnóstico y las previsiones tanto externas (entorno), como internas (organización).

Los objetivos serían las metas hacia las que la actividad de la empresa se dirige. Para poder conseguirlos necesitamos definir el cómo, cuando y quién, es decir definiremos unas políticas, unos procedimientos, unas normas, unos presupuestos y unos programas.

La importancia de definir los objetivos ha sido recogida por muchos autores que han marcado como ventajas principales:

- a) Unos objetivos comprendidos por todos en la empresa, son la mayor garantía de una efectiva organización.
- b) Los objetivos sirven como puntos de referencia para los esfuerzos de la organización.
- c) Los objetivos son necesarios para la coordinación de esfuerzos.
- d) Los objetivos organizacionales son los fines hacia los que toda organización está dirigida.
- e) Los objetivos son imprescindibles para determinar políticas, reglas, procedimientos y estrategias efectivos.
- f) Los objetivos sirven para animar a los individuos de la organización a trabajar en una misma dirección.
- g) Los objetivos permiten la evaluación de la organización.

El análisis de los objetivos empresariales ha pasado por diferentes etapas de las que hablaremos: la concepción clásica, la diferenciación de objetivos entre propiedad y dirección en la empresa, la teoría de la organización y la creación de valor.

El enfoque clásico en la formulación de los objetivos empresariales

En la teoría económica tradicional la empresa transforma unos inputs en unos outputs, mediante una organización dada y teniendo como objetivo la maximización del beneficio (excedente empresarial).

Es decir, asimila el objetivo de la empresa con el del empresario. Esta teoría ha sido cada vez más cuestionada, por los cambios sociales en la empresa, la relatividad del concepto de beneficio, los riesgos de la empresa, la introducción del elemento temporal (corto y largo plazo)...

La diferenciación entre los objetivos de la propiedad y la dirección

Cada vez más, con el aumento de tamaño de las empresas se buscan profesionales para dirigirlas, por lo que se diferencia entre propietarios (accionistas) y directivos. La función de utilidad de cada uno de ellos es diferente por lo que los objetivos que se plantean también.

Así el directivo además de objetivos monetarios tendrá objetivos no monetarios, como pueden ser prestigio, autonomía, permanencia...

Uno de los sistemas, ya clásicos, para evitar esta dualidad es relacionar la retribución del directivo con la consecución de beneficios.

La teoría de la organización o teoría de grupos

Parte de que los objetivos son el resultado de un continuo proceso de regateo. Este proceso se lleva a cabo entre los diferentes grupos que forman la empresa; dirección, trabajadores, clientes y proveedores propietarios/accionistas y representantes del interés público canalizado a través del Estado. A su vez, dentro de cada grupo existen subgrupos, denominados "camarillas, que pueden tener intereses diferentes.

La creación de valor

Es la teoría más moderna y parte de que el objetivo de la empresa es generar la máxima riqueza para todos los que tienen intereses en la misma, es decir maximizar su valor. Esto se conseguiría a través de maximizar el valor de la empresa en el mercado, de esta forma el valor de la empresa lo determinaría su capacidad para generar rentas para los distintos grupos que la forman.

Es importante, también, diferenciar entre objetivos generales, aquellos que abarcan a toda la organización, y objetivos específicos que afectan a grupos o subsistemas de esa organización.

Algunos autores como Bueno Campos diferencian entre fines y objetivos considerando los primeros como las metas a largo plazo y los segundos son la expresión concreta de lo que se desea conseguir para alcanzar los fines. Estos objetivos se hacen patentes en las estrategias (objetivos estratégicos) y programas formulados por la empresa en un período concreto. Los fines coincidirían más con los objetivos generales.

Los fines u objetivos generales deberán planificarse teniendo en cuenta:

- a) Objetivo de rentabilidad: obtener los máximos beneficios y producción mediante los principios de productividad, economicidad y rentabilidad.
- b) Objetivo de crecimiento: conseguir un desarrollo económico armónico de la empresa como sistema global y en sus diferentes subsistemas.
- c) Objetivo social: conseguir la estabilidad entre los recursos humanos y el resto de factores.

4.1.- Elaboración de los objetivos

Los objetivos generales de una empresa deben elaborarse en términos amplios y permanentes para aglutinar y conseguir la participación de todos los componentes de la empresa. Esos objetivos se pueden poner en relación con diferentes grupos, como consumidores, personal de la empresa, comunidad... o por áreas.

Peter Druker establece las siguientes áreas: rentabilidad, situación en el mercado, innovación, recursos, productividad, eficiencia y desarrollo de los directivos, aptitudes y actitudes de los trabajadores y responsabilidad pública.

Es importante tener en cuenta que los objetivos serán diferentes en función de las empresas. Así, una empresa privada tenderá a crear valor, mientras que algunas empresas públicas buscarán el equilibrio financiero y otras que son de carácter deficitario y su déficit es financiado por los presupuestos del Estado y socialmente aceptado, tratarán de mejorar las prestaciones de sus servicios públicos. También, es importante diferenciar entre los objetivos globales (para toda la empresa), que hemos denominado antes como generales, de los objetivos específicos. Ambos tipos de objetivos hemos de intentar conciliarlos y evitar posibles conflictos entre diferentes niveles de la estructura de la empresa. George S. Ordiorne define tres categorías de objetivos:

- a) Objetivos regulares o de rutina. Los necesarios para la supervivencia de la empresa. Ej: informe mensual para la Dirección General. El no cumplimiento de estos objetivos implica que la empresa no funcionaría, pero su cumplimiento no supone que la empresa crezca, sino que se mantenga.
- b) Objetivos de solución de problemas. Restituyen la normalidad cuando la situación se ha desviado de lo correcto. Cumplir estos objetivos exige habilidades más elevadas que para cumplir los objetivos de rutina, determinar las causas de la desviación y encontrar soluciones.
- c) Objetivos de innovación o mejora. Están en el nivel superior de la jerarquía de los objetivos y parten de la necesidad de avanzar. Exige mucha creatividad y niveles elevados de capacitación técnica. Estos objetivos son fundamentales para el crecimiento de la empresa.

Para elaborar los objetivos habrá que tener en cuenta el macroobjetivo para toda la organización y el cómo se fijan esos objetivos.

Respecto al macroobjetivo, será de supervivencia para la organización y de desarrollo cualitativo y se apoyará y concretará en las siguientes estructuras de objetivos:

- a) Objetivos operativos. Son objetivos económicos que controlamos a través del presupuesto. Harán referencia a los ingresos, costes, capital, rentabilidad...
- b) Objetivos de productividad. La productividad viene dada por la relación entre el input utilizado y el output obtenido. Harán referencia a la propia estructura, a cada actividad, a cada área...

- c) Objetivos de innovación e investigación. Referidos a los cambios y mejoras en la empresa. Pueden ser sobre productos, servicios, sistemas...
- d) Objetivos relacionados con el factor humano. Los recursos humanos se consideran, cada vez más, como elementos decisivos del éxito o fracaso de una organización. Se referirán a la selección del personal, su cualificación, integración en la estructura organizativa, su motivación...

Respecto a la fijación de los objetivos habrá de tenerse en cuenta:

- a) Los objetivos han de ser mensurables cuantitativa o cualitativamente, pues de lo contrario no sabremos si se han alcanzado y no tendría sentido el fijarlos.
- b) Los objetivos deben ser flexibles y alcanzables. Si comprobamos que no se puede llegar a los objetivos fijados habrá que modificarlos y rebajarlos, lo contrario supone desmotivación. A su vez, deberíamos analizar el proceso mediante el que hemos fijado esos objetivos que se han comprobado inalcanzables o estudiar si han existido fallos en la implementación que ha hecho imposible su consecución.
- c) Los objetivos deben estar coordinados. Esto supone que sean compatibles entre sí y entre los distintos niveles; temporal (los de corto plazo con los de medio y largo plazo), horizontal (coordinados a nivel de diferentes áreas) y vertical (ordenados en forma de pirámide, estando arriba el que sea más general).
- d) Los objetivos deben ser ambiciosos, difíciles y comprometidos. Es necesario que obliguen a mantener un determinado nivel de esfuerzo. Ayudarán, también, a dar cohesión a la organización entorno a la consecución de unas metas difíciles.

Para R. Sullivan, toda empresa a la hora de fijar los objetivos tendrá en cuenta que deben reunir una serie de requisitos para ser eficaces:

- a) Estar coordinados entre sí y ser compatibles.
- b) Tener una continuidad en el tiempo.
- c) Alcanzar a todos los aspectos importantes de la actividad de la empresa para permitir un control equilibrado.
- d) Representar una solución óptima.
- e) Ser difíciles, pero alcanzables pues de lo contrario provocarán escepticismo y desmoralización en el factor humano.
- f) Ser elaborados, si es posible, con la participación de los que estarán encargados de conseguirlos.
- g) Ser específicos para cada caso o situación.
- h) Ser poco numerosos para cada persona, departamento o área.
- i) Estar expresados en términos concretos y poder ser cuantificados.
- j) Estar provistos de indicadores de evaluación de su consecución.

Algunos de los problemas básicos que podemos encontrarnos en la elaboración y formulación de los objetivos se evitarán:

- Tomando conciencia clara de lo que son los objetivos, adaptando los mismos a las circunstancias y evitando la rutina en su elaboración.
- Considerando el factor oportunidad en la generación de los mismos.
- Formulándolos objetivamente para conseguir una cierta racionalidad.

5.- CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

Para clasificar las empresas podemos utilizar muchos criterios. Aquí vamos a ver los más usuales: por su tamaño, por la forma en que se toman las decisiones, por su tipo de producción, por el sector económico en el que están encuadradas, por los mercados en los que actúa, por el número de productos y servicios que producen o prestan, por los criterios que usa en la departamentalización, por su ámbito geográfico, por su desarrollo histórico, por el uso de los factores de producción, según la propiedad del capital, por su forma jurídica.

Clasificación de las empresas por su tamaño

Según este criterio se puede hacer la clasificación atendiendo al número de trabajadores, activo, cifra de negocio o combinar estos parámetros. Tendríamos así:

- a) Microempresas; que tienen cinco o menos trabajadores.
- b) Empresas pequeñas. Son aquellas que durante dos años no superan las siguientes cifras: un activo de 300 millones, una cifra de negocio de 600 millones anuales o una plantilla de 50 empleados.
- c) Empresas medianas. Son aquellas que durante dos años no han superado las siguientes cifras: un activo de 1.200 millones, una cifra de negocio anual de 2.400 millones y una plantilla de 250 empleados.
- d) Empresas grandes. Cuando durante dos años consecutivos, al menos, rebasan dos de las cifras mencionadas para las empresas medianas.

Clasificación de las empresas por la forma de tomar las decisiones

- a) Empresas centralizadas. Cuando el poder de decisión se concentra en una persona u órgano de la empresa.
- b) Empresas descentralizadas. Cuando la capacidad para la toma de decisiones está repartida entre los diferentes órganos o personas de la empresa.

Clasificación de las empresas por su tipo de producción

Siguiendo al profesor Fernández Pirla, podemos diferenciar entre:

- a) Empresas extractivas. Son empresas que crean utilidad mediante la obtención de los recursos que ofrece la naturaleza.
- b) Empresas transformadoras. Se encargan de dar una forma apta, para su utilización, a los productos.
- c) Empresas de transporte. Desplazan los bienes para situarlos donde van a ser utilizados.
- d) Empresas comerciales. Se encargan de ofrecer el bien a quienes lo puedan desear.
- e) Empresas de servicios. Son las que hacen posibles las anteriores actividades.

Clasificación de las empresas por el sector económico en el que están encuadradas

Esta clasificación diferencia a las empresas por el sector económico en el que se encuadran; primario, secundario o terciario.

Clasificación de las empresas por el mercado en que actúan

- a) Empresas que actúan en un mercado global. Son las empresas multinacionales y utilizan el mundo como si fuese un único mercado para su actuación.
- b) Empresas que actúan en mercados zonales. Cuando intervienen en una zona geográfica del mundo.
- c) Empresas que actúan en un mercado nacional. Cuando su mercado es un país concreto.
- d) Empresas que actúan en una zona geográfica local. Su mercado es más pequeño que un país.

Clasificación de las empresas por el número de productos o servicios que producen o prestan

- a) Empresas monoproductoras. Si producen un solo bien o servicio.
- b) Empresas multiproductoras. Aquellas que producen varios bienes o servicios.

Clasificación de las empresas por los criterios que usan en la departamentalización

- a) Empresas departamentalizadas por la especialización de funciones. Su organización se basa en las funciones que realiza la empresa,

- responsabilizando en cada una a una persona concreta.
- b) Empresas departamentalizadas por la especialización en el objeto. Su organización atiende a los productos o servicios que realiza.
 - c) Empresas departamentalizadas en "staff". Se da cuando carece un departamento de mando real sobre los que están por debajo en la pirámide empresarial, pero sin embargo influye en ellos.
 - d) Empresas departamentalizadas matricialmente. En este tipo de organizaciones "el jefe" se ha convertido en "coordinador" de los trabajos.

Clasificación de las empresas por su ámbito geográfico.

Es una clasificación similar a la que hemos denominado por el mercado en que actúan. Podríamos, aquí, diferenciar entre empresas locales, nacionales e internacionales.

Clasificación de las empresas por su desarrollo histórico

Ballesteros diferencia tres tipos de empresas:

- a) Ecotécnicas. Utilizan energía natural, una tecnología primaria y poco hierro como materia prima. Proporcionan seguridad y adaptación y se dan en un contexto de injusticia social y de un bajo nivel de vida.
- b) Paleotécnicas. En esta etapa la empresa es industrial, comercial y expansiva. Su actuación se basa en el liberalismo económico. Usan grandes inversiones y aplican la tecnología y la división del trabajo. Aportan un aumento del nivel de vida y la adaptación del hombre al trabajo y un aumento de las tensiones sociales y la inseguridad.
- c) Neotécnicas. Aprovechan las ventajas de las anteriores, pero usan una estructuración dinámica de su trabajo y objetivos.

Clasificación de las empresas por el uso de los factores de producción

Según use los factores de producción la empresa puede ser intensiva en el uso de mano de obra, intensiva en el uso de capital o intensiva en el uso de materiales, según que lo que más utilice para el desarrollo de su actividad sea trabajo, maquinaria o materias primas.

En esta clasificación, a veces, se diferencian las denominadas empresas intensivas en el uso de energía, cuando utilizan energía en gran abundancia. Esta clasificación es en ocasiones confusa pues las empresas intensivas en maquinaria suelen serlo en energía, pues la segunda es consecuencia de la primera.

Clasificación de las empresas según la propiedad del capital

- a) Empresas públicas. Cuando el estado participa como socio mayoritario en el capital de la empresa. No es necesario que sea el estado central, puede ser una Comunidad Autónoma, Ayuntamiento...
- b) Empresas privadas. Cuando el capital está en manos privadas.
- c) Empresas mixtas. Cuando el estado participa en el capital, pero no de forma mayoritaria.

Clasificación de las empresas por su forma jurídica

Una primera clasificación, desde le punto de vista jurídico, diferencia las empresas en personas físicas o personas jurídicas (sociedades).

Por persona física entendemos, tradicionalmente, la llamada empresa individual, denominación que puede resultar confusa, desde el momento que se crean las sociedades unipersonales.

Cuando la empresa es una persona física, el patrimonio empresarial no está separado del patrimonio personal, aunque una lógica administrativa y fiscal nos obliga a delimitar lo que son resultados empresariales y patrimonio afecto a la actividad empresarial. No existe cuantía máxima ni mínima de capital, la responsabilidad es ilimitada, el órgano soberano es el propio empresario y este ejerce la administración y gestión o la delega y el nacimiento de la empresa y la adquisición de la personalidad se produce cuando se comienza a ejercer la actividad económica con habitualidad.

Respecto a las sociedades decir que el art. 122 del C. Comercio establece las siguientes formas de constitución de las sociedades: colectivas, comanditarias simples, comanditarias por acciones, anónimas y de responsabilidad limitada y en el art. 124 aparecen las sociedades cooperativas y las mutualidades de seguros. A su vez, el decreto de 26/7/78 fija como sociedad mercantil a las sociedades de garantía recíprocas.

El art. 1670 del C. Civil permite, también, crear sociedades civiles que pueden revestir todas las formas jurídicas reconocidas en el Código de Comercio, aplicándose éste en lo no opuesto al C. Civil.

Las sociedades nacen mediante la formalización del contrato de sociedad en escritura pública y la personalidad jurídica la adquiere por la inscripción en el Registro Mercantil, retrotrayendo sus efectos al día de la escritura.

a) Sociedad Colectiva

Está formada por dos o más socios que participan en la gestión de la sociedad y responden con sus bienes de forma solidaria, subsidiaria e ilimitada. Su capital social es ilimitado y las aportaciones pueden ser dinerarias y no dinerarias.

c) Sociedad Comanditaria Simple

Tiene dos tipos de socios; los colectivos que responden subsidiaria, solidaria, e ilimitadamente con su patrimonio y los comanditarios que responden con el capital que aportan a la sociedad.

La administración y gestión recae en los socios colectivos.

d) Sociedad comanditaria por acciones

Es una mezcla de sociedad comanditaria simple y sociedad anónima. Requieren un capital mínimo de 10 millones. Existen unos socios colectivos con el mismo régimen que en la sociedad comanditaria simple y unos socios comanditarios cuyo capital está representado por acciones. La gestión recae en los socios colectivos.

Se regulan por los arts. 151 a 157 del C. c. y la ley de sociedades anónimas.

e) Sociedades de responsabilidad limitada

El número de socios es ilimitado. En el caso de sociedades de un solo socio deben denominarse unipersonales. El capital mínimo es de 500 mil ptas. y no hay límite máximo. Este capital está dividido en participaciones cuya transmisión está limitada y en el momento de la constitución deberá estar totalmente desembolsado. Puede estar constituido por aportaciones dinerarias y no dinerarias.

El órgano soberano es la junta de socios y la administración y gestión puede hacerse mediante administrador único, administradores que actúen de forma mancomunada o solidaria o mediante un consejo de administración.

La responsabilidad de los socios es limitada a la aportación social, salvo que de su actuación se deduzcan otras responsabilidades.

f) Sociedad limitada laboral

Tienen que tener al menos tres socios trabajadores, que lo sean por

tiempo indefinido. Los socios trabajadores deben poseer mayoría en el capital social y ningún socio podrá poseer más de 1/3 del capital social.

Los trabajadores no socios contratados por tiempo indefinido no podrán superar el 15% de las horas trabajadas por los socios trabajadores, en empresas de más de veinticinco trabajadores (socios y no socios con contrato indefinido) y el 25% en las de 25 o menos trabajadores.

f) Sociedad anónima

Es la sociedad capitalista por excelencia. Su capital mínimo ha de ser de 10 millones, representado por acciones cuya transmisibilidad es libre y que debe estar desembolsado en, al menos, un 25% en el momento de la constitución de la sociedad.

El número de socios es ilimitado pudiendo haber sociedades anónimas unipersonales (de un solo socio).

La responsabilidad de los accionistas se limita a la participación en el capital de la sociedad.

El órgano máximo de representación es la junta general de accionistas, y la administración y gestión puede realizarse mediante administrador único, administradores solidarios o mancomunados o a un consejo de administración.

Existen sociedades anónimas especiales que tienen una regulación específica como las sociedades de inversión colectiva, instituciones de financiación colectiva, sociedades de arrendamiento financiero...

g) Sociedad anónima laboral

Vale como aplicación a la sociedad anónima lo dicho como excepcional para las sociedades limitadas laborales en cuanto a la participación de los trabajadores, límites...

h) Sociedad cooperativa

Vienen reguladas en el art. 124 del C. Comercio y por la ley de 2/4/87, modificada en julio de 1999. Existen dos tipos, las de primer grado integradas por personas físicas y de 2º grado integradas por, al menos, otras dos cooperativas.

Algunas Comunidades Autónomas, con competencias, han desarrollado su propia ley de cooperativas.

Las más importantes, por lo que se refiere al autoempleo, son las denominadas de trabajo asociado. En ellas los socios son trabajadores de la sociedad.

El número mínimo de socios es de tres y no hay límites en las cantidades necesarias de capital para constituirla.

El órgano soberano es la asamblea de socios y la administración la desempeña el consejo rector de la cooperativa.

i) Las mutualidades aseguradoras

Tienen un estatuto jurídico propio y realizan seguros de prima fija.

j) Sociedades de garantía recíprocas

Los socios son empresarios y se crean con el fin de prestar garantías, a través de sus socios, para la financiación externa que puedan necesitar los empresarios asociados.

6.- ÁREAS FUNCIONALES DE LA EMPRESA

Entendemos como áreas funcionales de la empresa las de producción o técnica (donde se define y realiza el bien o servicio que la empresa pone en el mercado), marketing o comercial (se encarga de poner ese producto o servicio en el mercado) y financiera (organiza las decisiones y gestión de los recursos económicos de la empresa). Reciben este nombre para diferenciarlas de las denominadas áreas organizativas de la empresa (administración y recursos humanos).

La función de producción o técnica

Se encarga de fabricar los productos o servicios de la empresa. Realiza el proceso de transformación para la obtención del output que ha de poner en el mercado. Ese proceso de transformación es lo que se llama proceso productivo. El mismo output puede obtenerse por distintas combinaciones de inputs y mediante diferentes procesos productivos, por lo que la función productiva debe decidir la mejor combinación de inputs y elegir el proceso productivo que mejor se adapte para conseguir el output en las mejores condiciones para competir.

Según Shingo este proceso de transformación lo componen las tareas, los flujos de bienes o información y el almacenamiento. Cuando hablamos de tareas no nos referimos a la mera realización física de un

producto, sino su investigación, diseño, desarrollo, control... Para ese proceso usaremos capital, trabajo, energía, materiales, tecnología e información.

Algunas de las nuevas tendencias en la organización de la producción:

- a) Calidad total. Se basa en la idea de que la calidad debe interesar a la totalidad de la organización y a todos los aspectos relacionados con el proceso de producción. Por tanto bajo este concepto la calidad no es sólo un resultado final, sino un proceso.
- b) Just in time (justo a tiempo). Surge en Japón, concretamente en la empresa Toyota. El sistema consiste en producir en las diferentes fases del proceso de producción lo que se necesita, en el momento adecuado y en la justa cantidad necesaria. Permite realizar pequeñas series de muchos productos y de alta calidad y reducir las existencias y responder más rápidamente a los cambios del mercado. El objetivo se cifraría en cero existencias, cero rechazos, cero paradas de cadena, cero transporte y cero esperas. Los impulsores de este sistema en Toyota fueron Ohno y Shingo.
- c) Total Manufacturing management (TMM). La gestión se centra en la máxima participación de los trabajadores para lograr un sistema muy flexible, con cero defectos, con tiempos de flujo mínimos y con una importante reducción de los costes de producción.
- d) Círculos de calidad. Se basa en la agrupación de los trabajadores por equipos. Cada equipo se responsabiliza de unas determinadas tareas y de la calidad de las mismas.

Función de marketing o comercial

Comprende todas las tareas relacionadas con la venta de los productos o servicios que produce la empresa. Las tareas que podríamos incluir en esta función serían: investigación de mercados, publicidad, ventas propiamente dicha, distribución y servicio de atención al cliente. Es decir, la función comercial actúa sobre las variables que influyen en la demanda del producto o servicio.

La función de marketing ha de diseñarse en función de las necesidades y deseos del mercado y tratar de cubrirlas reportando la máxima utilidad tanto para los consumidores como para la organización.

Hay algunas ideas que conviene mencionar en este punto. Por un lado la diferenciación que algunos autores hacen entre función comercial y marketing, entendiendo que este último es más un concepto por el cual la empresa se enfoca hacia el mercado, habiendo empresas que no tienen esa concepción, mientras que la función comercial la realizan

todas las empresas. Otra es la diversidad de posturas de incluir la tarea de compras dentro de la función comercial. La postura que más se impone hoy día es que la tarea de compras sirve a todas las áreas funcionales y organizativas dentro de las cuales es necesaria y que no es ni un área funcional en sí misma ni integrada dentro de la comercial.

La función financiera

Su objetivo es proporcionar el dinero necesario, en el momento necesario y al menor coste posible. Es decir, se encargará de buscar las mejores fuentes de financiación en cada momento y colocar los posibles excedentes de liquidez de la forma más rentable.

Deberá de realizar un estudio de los flujos de entradas y salidas de dinero y predecir en qué momento se va a necesitar dinero o va a haber excedentes. Esto supone una participación importante en decisiones tales como: futuras inversiones, políticas de descuentos, anticipos de pedidos, crédito a clientes, campañas de promoción, dimensión de la empresa y ritmo de crecimiento, alquilar o comprar activos necesarios,... Andrés Suárez define como el objetivo máximo de la función financiera en una empresa el aumento del valor de la misma.

Es muy importante diferenciar y realizar un equilibrio adecuado entre la financiación interna y externa de la empresa. El que una empresa tenga un correcto equilibrio financiero es una de las claves del éxito.

7.- CONCLUSIONES

La empresa, integrada en una realidad social determinada, cumple un papel económico y un papel social. Pero esos papeles los desarrolla en un contexto con el que interactua; influye en el mismo y a su vez es influida por él.

De la capacidad de adaptación que tenga dependerá mucho el que pueda conseguir los objetivos que se plantea.

Objetivos y elementos no son dos cosas inconexas en una empresa ya que para marcarse los primeros debemos definir con que elementos hemos de contar y además de dotarlos de una estructura organizativa, decidir bajo que forma jurídica va a actuar.

Además hay que entender que en esa estructura que tiene una empresa, aunque sea considerada como un todo hay unas áreas que actuarán para cumplir los objetivos comunes. Las áreas funcionales de

la empresa definen las funciones que dentro de la misma se llevan a cabo para poner bienes y servicios en un mercado competitivo, en las mejores condiciones.

Además de las áreas funcionales, nos encontramos con áreas organizativas y otros autores añaden las áreas de logística o de aprovisionamiento.

8.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y DOCUMENTALES

- *Álvaro Cuervo García*. "Introducción a la administración de empresas". Civitas.
- *Henry Mintzberg*. "La estructuración de las organizaciones". Ariel.
- *José Emilio Navas López y Luis Ángel Guerras Martín*. "Economía de la Empresa". Copycom.
- *Aurelio Abacens López*. "Organización empresarial". Donostiarra.
- *Eduardo Bueno Campos*. "Economía de la empresa". Pirámide.
- Innovación de la gestión empresarial. Cuadernos de Cinco Días.
- *M. Paz Sánchez*. "Tema 3 de Administración de Empresas". Preparadores de Oposiciones para la Enseñanza.
- *Eduardo Bueno Campos*. "Dirección estratégica de la empresa". Pirámide.