

DIRIGIR EMPRESAS: DE LA TEORÍA A LA REALIDAD

Miguel Alfonso Martínez-Echevarría y Ortega

EDICIONES INTERNACIONALES UNIVERSITARIAS
MADRID

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación, total o parcial, de esta obra sin contar con autorización escrita de los titulares del *Copyright*. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (Artículos 270 y ss. del Código Penal).

© 2005: Miguel Alfonso Martínez-Echevarría y Ortega
Ediciones Internacionales Universitarias, S.A.
Pantoja, 14 bajo – 28002 Madrid
Tfno.: +34 91 519 39 05 – Fax: +34 91 413 68 08
e-mail: info.eiunsa@eunsa.es

ISBN: 84-8469-144-6
Depósito legal: NA 1.308-2005

Ilustración cubierta: Stock Photos

Tratamiento: Pretexto. Estafeta, 60. Pamplona

Imprime: GraphyCems, S.L. Pol. San Miguel. Villatuerta (Navarra)

Printed in Spain – Impreso en España

ÍNDICE

PRÓLOGO	11
---------------	----

CAPÍTULO I LOS ORÍGENES DE LA TEORÍA DE LA EMPRESA

ELEMENTOS PARA UNA TEORÍA DE LA EMPRESA	17
El sentido de la producción económica	17
LA PRODUCCIÓN EN EL MUNDO ANTIGUO	17
La incompreensión de la artesanía y del comercio	22
La producción y la aparición de la sociedad comercial	26
LA CRISIS DE LA CONCEPCIÓN NATURALISTA DE LA PRODUCCIÓN	34
Libertad de comercio, división de la labor y nuevo orden revolucionario	34
Las instituciones y la producción	36
La producción sin labor y las máquinas como solución	39
El extraño caso de una división de la labor que no requiere labor	42
Marx o el paroxismo de la producción materialista	45
LAS PRIMERAS TEORÍAS DE DIRECCIÓN DE FACTORÍAS	49
La división de la labor y el gobierno despótico	49
El panóptico o la factoría como reformatorio	55
La dirección como pedagogía	58
Owen: el directivo como reformador social	62
La dirección entre la técnica y la filantropía	65
La dirección como tecnología	69
CONCLUSIONES	73

CAPÍTULO 2

VISIONES RACIONALISTAS Y ROMÁNTICAS DE LA EMPRESA

INTRODUCCIÓN. UN ENFOQUE POSITIVISTA DE LA ACCIÓN HUMANA	77
La dimensión social de la acción: el sentido de la justicia	78
Teoría de la acción y lenguaje matemático	82
LAS BASES DE UNA TEORÍA MECANICISTA DE LA ACCIÓN: SU «ESPACIALIZACIÓN»	83
¿Es posible una teoría mecanicista de la empresa?	89
LAS BASES DE UNA TEORÍA BIOLOGICISTA DE LA ACCIÓN: SU «TEMPORALIZACIÓN»	91
¿Es posible un modelo biologicista de empresa?	95
Las contradicciones del esquema marshalliano	96
EL LLAMADO MODELO NEOCLÁSICO DE LA EMPRESA	99
LA REACCIÓN ROMÁNTICA: LA SUBJETIVIDAD DE LA TEORÍA DE LA ACCIÓN	101
El sentido económico de la producción	104
El empresario frente a la incertidumbre	106
TEORÍAS MECANICISTAS DE LA DIRECCIÓN DE EMPRESA	107
Taylor: la dirección como ingeniería	110
Ford: la producción para una sociedad de masas	113
Fayol: la dirección como planificación	119
Sloan: el control de los ejecutivos	120
UNA VISIÓN ROMÁNTICA DE LA TAREA DIRECTIVA: MARSHALL	124

CAPÍTULO 3

TEORÍAS DE LA EMPRESA Y CRISIS DE LA MODERNIDAD

LA CRISIS DEL PROYECTO ILUSTRADO	129
Positivismo lógico y teoría del lenguaje	131
El pragmatismo	133
Lenguaje, realidad y acción económica	135
ORGANIZACIÓN Y MANIPULACIÓN	138
CONDUCTA DEL EMPRESARIO Y EQUILIBRIO GENERAL	141
El empresario entre la realidad y el lenguaje	141
Schumpeter o el empresario como artista	142
Knight: el empresario entre el riesgo y la incertidumbre	147
Keynes: el vitalismo del empresario	152
LA DIMENSIÓN INSTITUCIONAL DE LAS EMPRESAS	157
El institucionalismo biologicista de Veblen	158
El institucionalismo jurídico de Commons	162

CRISIS MODERNISTA Y TEORÍAS DE LA DIRECCIÓN	167
Motivación e incertidumbre	167
Mayo y las «relaciones humanas»	171
La organización como sistema cooperativo: Barnard	176
La dimensión institucional de la organización: Selznick	181
CONCLUSIONES: LA COMPLEJIDAD DE LA ACCIÓN ECONÓMICA	186

CAPÍTULO 4

LA EMPRESA ENTRE EL PSICOLOGISMO Y EL CONDUCTISMO

LA CRISIS DEL PSICOLOGISMO	191
EL SENTIDO DE LA RACIONALIDAD DEL EMPRESARIO	196
La controversia marginalista	196
Economía y psicologismo	199
La postura de Friedman	201
LOS ENFOQUES «DIRECTIVISTAS»	204
Las consecuencias de la separación entre propiedad y dirección	204
Baumol o la centralidad de lo financiero	205
Marris o la complejidad psicológica del directivo	207
Williamson o la medición del poder	208
LA RACIONALIDAD Y EL ENTORNO	209
Las empresas y la estructura de la competencia	209
El modelo del coste pleno: el modelo de Kalecki	212
Otras variantes	213
EL EVOLUCIONISMO COMO ALTERNATIVA CONDUCTISTA	215
La evolución como conductismo: Alchiam	215
La superación del conductismo: Penrose	217
CRISIS DEL PSICOLOGISMO Y TEORÍAS DE LA DIRECCIÓN	221
Organización y toma de decisiones	221
El posfordismo	223
Diseñar la racionalidad del obrero	225
Psicologismo y marxismo en la teoría de la dirección	229
El enfoque «conductista» de la teoría de la dirección. La escuela de Simon ...	231
DESARROLLOS POSTERIORES: CYERT Y MARCH	238
La complejidad de la toma de decisión: el modelo «cubo de basura»	239
Teorías ecologistas de la «contingencia estructural»	241
LOS LOGROS DE ESTE DEBATE	244

CAPÍTULO 5
HACIA UNA NUEVA TEORÍA DE LA EMPRESA

¿POR QUÉ EXISTEN LAS EMPRESAS?: UNA PREGUNTA FUNDAMENTAL	247
LA TRANSACCIÓN CON INCERTIDUMBRE	250
La aparición del «coste de transacción»	251
Transacción, propiedad y contratos	254
La asimetría de información	255
El problema de la eficiencia con incertidumbre	256
LOS INSTITUCIONALISTAS NEOCLÁSICOS	258
La empresa como contrato de mercado	260
La empresa como contrato de jerarquía	263
La empresa como tratado	265
Límites y posibilidades del institucionalismo neoclásico	268
UNA VISIÓN CIBERNÉTICA DE LAS INSTITUCIONES	269
Cibernética y evolución	269
Una visión evolucionista de la empresa	273
La visión cibernética de los austríacos	277
LA VISIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA	281
El descubrimiento de la importancia de la estrategia	281
La planificación contable	282
La planificación estratégica	285
La dirección estratégica	290
UNA TEORÍA CONVERGENTE	295
La empresa como núcleo de competencias	295
El enfoque basado en los recursos	298
CONCLUSIÓN	300
BIBLIOGRAFÍA	305
ÍNDICE DE CONCEPTOS Y AUTORES	325

PRÓLOGO

La dirección de empresa es una práctica, algo que se adquiere con la experiencia, pero con la ayuda de la teoría. Como el director de orquesta, que tiene delante la partitura, pero en realidad la recrea, la hace nueva, como si cada vez que se interpreta fuese un nuevo nacimiento. El director de una empresa sabe que no se limita a aplicar modelos, sino a dar vida, cada día, a esa forma singular e irrepetible que es cada empresa.

En una reunión informal de empresarios, donde se buscara establecer algún tipo de definición sobre lo que sea una empresa, pronto se comprobaría que no se trata de una tarea sencilla, y serían muchas las opiniones al respecto. Por ejemplo, no hay un solo modo de establecer su finalidad, ni es única la manera en que se relaciona con la actividad concreta que lleva a cabo cada empresa. Resulta ciertamente complejo describir su dinámica, su forma de operar y actuar. Serían muy diversas las posturas que se adoptarían sobre el procedimiento de integrar los planes de las personas con los objetivos de la empresa. Diversidad que resultaría todavía más amplia cuando se tratase de hablar sobre la responsabilidad social de la empresa, o de cómo se relaciona con su entorno. En general, se haría patente que lo que sea la empresa, y el mejor modo de gobernarla, forma parte de un gran debate abierto.

Este libro no pretende dar una respuesta directa y taxativa a los interrogantes de ese debate, entre otras cosas porque en temas relacionados con la acción humana, como son los de la empresa, toda respuesta debe ser considerada relativa y circunstancial. Lo que pretende este libro es, mediante la elaboración de un relato del proceso cultural que ha dado lugar a la empresa, explicar por qué en nuestros días ha llegado a desempeñar un papel tan importante en la configuración de nuestra sociedad. Para eso resulta imprescindible remon-