



Organizarme... ¡eso definitivamente me conviene!

Autor: Elder Flores Durán

Palabras: 1348

Índice

- 3 Mercados y jerarquías: La empresa
- 10 Glosario
- 11 Referencias



La gran mayoría de veces, el problema que tenemos, es que las personas quieren resultados diferentes, haciendo las mismas cosas. La gran interrogante sería ¿cómo obtener nuevos resultados haciendo exactamente lo mismo que hacíamos antes? El principal objetivo de la presente lección, es poderte ilustrar, mediante la teoría con ejemplos, ¿cómo es que las personas más organizadas (estructuralmente) pueden llegar a tener éxito?

Mercados y jerarquías: La empresa

Se ha demostrado que la Economía se ajusta al mundo real, en el que predomina la incertidumbre y hay poco conocimiento, en donde existen errores y aprendizajes, donde los emprendedores encuentran oportunidades y tratan de aprovecharlas. Los emprendedores se guían por la información que transmite el sistema de precios en donde las ofertas y demandas se igualan en forma “automática” alcanzando el equilibrio y una **distribución óptima de los recursos**.

La Ciencia Económica, avanza por esos rumbos del modelo del equilibrio, en el que la oferta y la demanda, se igualan. Algunos economistas planteaban preguntas que podían parecer obvias. Pero son las preguntas que realmente nos han ayudado para comprender a la sociedad.

Ronald Coase, señala que la descripción del mercado, resulta como un mecanismo de coordinación y ajuste automático no describe fielmente lo que sucedía en el interior de las empresas.

Y eso es exactamente lo que te queremos enseñar, es poder hacerte a TI un emprendedor que puedas, en la manera de lo posible, ser mejor incluso que toda la teoría, y que TU encuentres el verdadero camino del éxito.

De acuerdo con el diccionario de la Real Academia Española, la «gobernanza» es el «arte o manera de gobernar... promoviendo un sano equilibrio entre el Estado, la sociedad civil y el mercado de la economía» y es de esto de lo que trata «economía de la gobernanza»: del arte de gobernar sobre la base de un equilibrio sano entre diversos componentes, entre los que destacan el Estado, el mercado... y las empresas.

Gracias al premio Nobel Coase, se conoce que las economías de mercado contienen relaciones de no mercado que se realizan dentro de las empresas, en las que existe la jerarquía, “el ordeno y mando”.

Es decir que el empleado sigue las instrucciones del jefe, debido a que él sabe que el liderazgo de su superior, es lo que hará que la compañía en su conjunto, pueda llegar a las metas y objetivos planeados.



Hay pues, mercados y jerarquías y, dentro de estas últimas, hay jerarquías públicas como el Estado y jerarquías privadas como las empresas. Lo planteado por Oliver Williamson (Premio Nobel de Economía, 2009) es el análisis de la gobernanza privada, osea de las empresas, en un ambiente en el que hay libertad del mercado.

En el momento en el que Williamson publica su artículo de 1971, la visión establecida respecto a la **integración vertical** era, básicamente, negativa, ya que incrementaba el poder de la empresa resultante de la integración, con lo que iba en contra de la eficiencia.

Pues bien, frente a dicha visión, lo primero que señala Williamson es que:

«La empresa es más que un sencillo instrumento de eficiencia» en el sentido que «tiene también un potencial de coordinación que a veces supera al del mercado».

La empresa se relaciona con la eficiencia y, también, con la coordinación y así aumentar la eficiencia por medio de la integración vertical, ya que la sustitución del intercambio de mercado por la organización interna es atractiva. En algunas ocasiones hay «fallos del mercado» por lo que la operación «ocasiona costos de transacción», los cuales se pueden evitar mediante la integración vertical o, dicho de otra manera, mediante la «internalización».

Por ejemplo, lo que tenemos que tomar en cuenta, es que la empresa, tiene un orden, por lo tanto, lo que tratamos de alcanzar es un objetivo. Así mismo la

economía es un orden, pero este es de manera espontánea, no como la empresa que es un orden dirigido.

La integración vertical comprende un conjunto de decisiones que, por su naturaleza, se sitúan a nivel corporativo de una organización. Dichas decisiones son de tres tipos:



- 1.** Definir los límites que una empresa debería establecer.
- 2.** Establecer la relación de la empresa fuera de sus límites, fundamentalmente sus proveedores, distribuidores y clientes.
- 3.** Identificar las circunstancias bajo las cuales dichos límites y relaciones deberían cambiar para aumentar y proteger la ventaja competitiva de la empresa.

Estos conjuntos de decisiones permiten caracterizar a una empresa: qué bienes y capacidades forman parte de la empresa y qué tipos de contratos se establecen con agentes externos.

Una empresa se puede concebir como una cadena de actividades en las cuales pueden estar incluidas las siguientes:

- Administración.
- Producción.
- Distribución.
- Comercialización.

Para mostrar los «fallos de mercado» relacionados con los costos de transacción y, consecuentemente, abrir la posibilidad de mejorar los resultados mediante la integración vertical, Williamson parte de un **mercado estático** en el que en un determinado sector hay intercambios de componentes específicos del sector (esto es, de componentes que sólo sirven para dicho sector).

Se supone que hay **economías de escala** y esto lleva a que sólo entren unos pocos productores eficientes.





Lo habitual es que se termine con un **monopolio bilateral**, que los consumidores como los oferentes o productores van a influir directamente en los precios.

Es preciso, pues, negociar los precios y, dado que «cualquier precio **coherente** con beneficios no negativos para ambas partes es

factible, cabe esperar que se inicie una negociación..., un regateo... que, siendo desde un punto de vista conjunto (y socialmente) improductivo, constituye una fuente de ganancias **pecuniarias** privadas».

Como por ejemplo cuando vas a la plaza central, y te llamó la atención una billetera de cuero que tiene Don Juan en un puesto. Lo primero que haces es preguntar ¿cuánto cuesta? Luego lo que haces es negociar con él y lo tecero, si tu valoras más la billetera que el dinero que tienes, vas a poder llevártela a casa.

Dicho de otra manera, la negociación no es productiva en el sentido de que las ganancias totales de ambas empresas no van a aumentar, pero sí puede ser productiva para la empresa que logre quedarse con la mayor parte de compradores, y de ahí que exista tal regateo. Ahora bien, dado que esa negociación genera unos costos (es lo que te cuesta realizar el intercambio), es posible que una de las empresas involucradas se plantea la conveniencia de optar por una fórmula que evite los costos de dicha negociación.

Para concluir el tema de la integración vertical, podemos ver su aplicación práctica

- Resuelve el problema, en resumen, sustituyendo al mercado por la empresa.
- Se puede hacer por medio de un contrato.

Ahora, ¿qué son los costos de transacción que dijimos que ibamos a tratar de evitar?

Glosario

Coherente. Relación lógica y adecuada entre las partes que conforman.

Economías de escala. Se entiende por economía de escala las ventajas en términos de costos que una empresa obtiene gracias a la expansión.

Integración vertical. Conjunto de decisiones que, por su naturaleza, se sitúan a nivel corporativo de una organización.

Internalización. Es el proceso de expansión a nivel internacional del capital. Es el resultado de la característica fundamental del capital, su tendencia a expandirse o reproducirse para obtener más capital.

Marketing. Traducido al castellano como mercadeo o mercadotecnia. Se trata de la disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores. El marketing analiza la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades.

Mercado Estático. Mercado que permanece en un mismo estado, sin cambios.

Monopolio bilateral. Un monopolio bilateral es un mercado en donde cohabitan un monopolio de oferta y uno de demanda, y en donde tanto el vendedor como el comprador pueden influir en los precios.

Pecuniarias. Del dinero efectivo o relativo al mismo.

Perspectiva. Figura, vista, apariencia.

Subsidios. Obligaciones, impuestos, contribuciones.

Referencias

Martín Krause, Economía para emprendedores, 2004

<http://www.elblogsalmón.com/conceptos-de-economía/de-los-costos-de-transacción-a-la-ley-de-coase>

<http://www.lne.es/economía/2009/11/15/oliver-williamson-mercados-jerarquias-consejos/834397.html>

http://es.wikipedia.org/wiki/Competencia_perfecta

Imágenes extraídas de: <https://pixabay.com>