



ARTÍCULOS

## Enunciación de conceptos en el análisis del crecimiento de la empresa

Jorge S. Sapoff

Revista de Economía y Estadística, Tercera Época, Vol. 11, No. 3-4 (1967): 3º y 4º Trimestre, pp. 169-181.

<http://revistas.unc.edu.ar/index.php/REyE/article/view/3633>



La Revista de Economía y Estadística, se edita desde el año 1939. Es una publicación semestral del Instituto de Economía y Finanzas (IEF), Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Córdoba, Av. Valparaíso s/n, Ciudad Universitaria. X5000HRV, Córdoba, Argentina.  
Teléfono: 00 - 54 - 351 - 4437300 interno 253.  
Contacto: [rev\\_eco\\_estad@eco.unc.edu.ar](mailto:rev_eco_estad@eco.unc.edu.ar)  
Dirección web <http://revistas.unc.edu.ar/index.php/REyE/index>

Cómo citar este documento:

Sapoff, J. (1967). Enunciación de conceptos en el análisis del crecimiento de la empresa. *Revista de Economía y Estadística*, Tercera Época, Vol. 11, No. 3-4: 3º y 4º Trimestre, pp. 169-181.

Disponible en: [<http://revistas.unc.edu.ar/index.php/REyE/article/view/3633>](http://revistas.unc.edu.ar/index.php/REyE/article/view/3633)

El Portal de Revistas de la Universidad Nacional de Córdoba es un espacio destinado a la difusión de las investigaciones realizadas por los miembros de la Universidad y a los contenidos académicos y culturales desarrollados en las revistas electrónicas de la Universidad Nacional de Córdoba. Considerando que la Ciencia es un recurso público, es que la Universidad ofrece a toda la comunidad, el acceso libre de su producción científica, académica y cultural.

<http://revistas.unc.edu.ar/index.php/index>

## ENUNCIACION DE CONCEPTOS EN EL ANALISIS DEL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA

JORGE S. SAPOFF

### I

Crecimiento es una ley vital de la empresa pues es inmanente a la vida de todas sus esferas. John Dewey caracteriza cada desarrollo en el sentido físico, espiritual y moral como crecimiento cuando responde al principio de continuidad, es decir, cuando el desarrollo conduce a un crecimiento sucesivo o cuando las fuerzas de crecimiento se originan hasta cierto modo de manera autónoma <sup>(1)</sup>. Esta reflexión general puede referirse también a la esfera económica y, especialmente, a los problemas del crecimiento de empresa pues, como veremos más adelante, en esto es cuestión de capacidades existentes y de excedentes de capacidades.

La literatura que trata los problemas del crecimiento de la empresa parte casi siempre de consideraciones dogmáticas, presentando a este fenómeno en forma estática o limitándose sólo en las condiciones ambientales favorables para el crecimiento. Según nuestras investigaciones de las publicaciones que tratan estos problemas, una teoría dinámica integral del crecimiento de empresa aún no se ha creado. Las dificultades residen en que las investigaciones se basan generalmente en la microeconomía tradicional que considera la empresa y el mercado como realidades microeconómicas, o sea,

---

(1) DEWEY, John, *Experience and Education*, New York, 1952, p. 28 y sgtes. Considerado por HAX, Karl, *Industrielle Entwicklung, gesamtwirtschaftliches Wachstum und Unternehmenswachstum*, en *ZfbF*, NF, Heft 4/5, 1964, p. 206 y sig.

como realidades de más pequeña dimensión económica. En la teoría tradicional de producción, distribución y consumo, la empresa es un dato, y en la teoría clásica de los precios, el mercado está representado en régimen de libre competencia. Pero, un tal punto de vista y además que considera la empresa como realidad microeconómica no puede permanecer por mucho tiempo ya que las investigaciones más recientes dan otros enfoques de la microeconomía y de la macroeconomía <sup>(2)</sup>. Para una teoría del crecimiento de empresa se hacen actualmente estudios antropológicos de los factores primarios que obran dentro de la empresa y llevan a cabo su crecimiento. La economía de empresa como disciplina independiente nos soluciona los problemas económicos de la empresa, pero, para aclarar otros fenómenos y especialmente el fenómeno del crecimiento de empresa hay que tomar en cuenta los estudios antropológicos que lindan con la sociología, sicología y biología y que consideran las funciones económicas sobre todo como actos humanos.

En la nueva concepción, las funciones de la producción, de la distribución y del consumo, consideradas bajo su aspecto global y no como actividades de los individuos, forman la estructura de la macroeconomía. Pero, a eso se agregan las funciones institucionales (entre ellas las de la empresa) también como realidad global y no como lugar de acción de los individuos pues, en términos macroeconómicos no se habla de móviles humanos, sino de estructuras técnicas e institucionales que forman el ambiente en que se afirman los móviles humanos. La macroeconomía trata pues las funciones globales de la producción, la distribución y el consumo presentadas tanto bajo sus aspectos técnicos: la industria, la agricultura, el comercio o el mercado que forman los macrocosmos técnicos, como bajo sus aspectos institucionales: las empresas privadas y públicas, los diferentes mercados desde la competencia perfecta hasta el monopolio bilateral que forman los macrocosmos institucionales. Por lo tanto, la afirmación de que el mercado y la empresa son micro-

---

(2) Estos enfoques nuevos están representados por GLANSORFF, Maxime, *Introduction à l'étude de l'économie expérimentale*. Institut de Sociologie (Solvay), Bruselas, 1962.

cosmos, o sea, realidades microeconómicas, es falsa, según la moderna concepción, pues no son elementos primarios que componen todos los fenómenos económicos y tampoco son elementos de más pequeña dimensión observable de los fenómenos económicos. El único elemento con tales características es el hombre, el verdadero microcosmos que por su estructura mental lleva a cabo el dinamismo en los procesos económicos de los macrocosmos técnicos e institucionales y tiene carácter universal. La investigación debe ir pues más al fondo para estudiar las estructuras de los microcosmos empresariales y no limitarse sólo a las estructuras globales y detalladas, como es actualmente el estudio de la empresa en la microeconomía y en la economía de empresa, respectivamente.

## II

Si aplicamos esta concepción en el plano de la empresa, la aclaración del fenómeno de crecimiento se facilita por lo menos en sus líneas generales (para un estudio más detallado falta todavía una teoría de los actos humanos). Un intento de crear una teoría del crecimiento de empresa es el de EDITH PENROSE<sup>(3)</sup> que es, en el fondo, un desarrollo de la teoría schumpeteriana de la función empresarial y se limita en el ambiente económico que determina el crecimiento de la empresa por el simple proceso de adaptación. Pero, también en esta investigación falta la consideración de aquellos microcosmos empresariales, o sea, los impulsos primarios del trabajo humano que son esenciales en cada desarrollo y crecimiento económico<sup>(4)</sup>.

El propósito del presente trabajo es dar un esquema conceptual del crecimiento de la empresa basado en la idea de los microcosmos o los hombres diferenciados por su estructura mental, que actúan

(3) PENROSE, Edith Tilton, Teoría del crecimiento de la empresa, Aguilar, Madrid, 1962, Traducción de Félix Varela Parache.

(4) Con respecto a los impulsos primarios véase PAULSEN, Andreas, Sachkapital und Human Capital in der wirtschaftlichen Entwicklung, Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft, 120. Band, 4. Heft, 1964.

en el macrocosmos institucional "empresa" llevando a cabo su crecimiento. La empresa es para nosotros, en adhesión a la moderna concepción, una realidad macrocómica que se desarrolla y crece no sólo por su tamaño físico, sino por las dimensiones técnicas, económicas y antropológicas de los microcosmos diferenciados que la integran.

Aquí cabe aclarar algo sobre la terminología empleada en esta investigación. En el lenguaje corriente, las palabras tamaño y dimensión se emplean indistintamente y, según los diccionarios, son también sinónimos; pero, para los fines de nuestro análisis, es conveniente emplearlas como dos términos que expresan conceptos diferentes: la empresa tiene tamaño por el tamaño de sus máquinas, instalaciones, etc.; pero, ella tiene también una dimensión económica por la dimensión de sus microcosmos calificados de dirección y organización, una dimensión técnica por la dimensión de sus microcosmos calificados de administración y una dimensión antropológica por la dimensión, mental o biológica, de los microcosmos empresariales en general.

### III

En las investigaciones científicas sobre el crecimiento de la empresa está en primer plano siempre la apreciación del crecimiento por magnitudes cuantitativas, tales como máquinas, instalaciones, procedimientos de producción, grado de mecanización, etc. comparando las empresas por categorías de pequeñas, medianas y grandes. Sin embargo, el crecimiento de la empresa es un proceso *sui generis* y como tal no debe ser tratado en forma estática, sino como un cambio estructural permanente y continuo de todas sus esferas vitales. La capacidad existente que posee una empresa en un momento dado determina su estado como pequeña o grande pero no enuncia nada sobre las causas que originan su crecimiento. En el macrocosmos "empresa" <sup>(5)</sup> actúan microcosmos con diferentes es-

(5) El carácter de macrocosmos es más evidente en las grandes empresas, pero eso no cambia nada en el concepto del macrocosmos también para las medianas y pequeñas empresas.

estructuras y, precisamente, el cambio de estas últimas es que origina excedentes de capacidad y forma la capacidad existente de la empresa en un momento dado. Los conceptos de equilibrio y desequilibrio de la combinación de los factores de producción y con eso el concepto del ritmo de crecimiento tampoco enuncian las causas del crecimiento sino sólo el grado de adaptación. Los únicos que llevan a cabo y determinan la manera del crecimiento son los hombres, los microcosmos que actúan en la empresa y, por consiguiente, son factores significativos para el análisis del crecimiento<sup>(6)</sup>; de sus estructuras y sus cambios depende si hay crecimiento o inercia en la empresa. Sobre las estructuras de los microcosmos empresariales volveremos a hablar más adelante, después de haber examinado las estructuras tecnológicas y económicas de la empresa.

En la empresa como macrocosmos institucional pueden observarse tres estratos fundamentales<sup>(7)</sup>: el tecnológico, el económico y el antropológico, cada uno de los cuales tiene su propia dimensión de capacidad y es susceptible de crecimiento como aumento permanente y continuo de las capacidades por los cambios estructurales de las capacidades existentes.

#### IV

En el estrato tecnológico hay cambios no sólo en el tamaño físico que es la capacidad existente, p. ej., de las máquinas e instalaciones, sino también cambios en la dimensión técnica de la empresa que originan excedentes técnicos de capacidad. Los excedentes técnicos de capacidad se deben a la utilización eficiente de nuevos procedimientos técnicos en lo cual se aprovechan los resultados de los progresos técnicos en el dominio de la producción (nuevas máquinas, nuevos métodos de producción, etc.), de la venta (investigación del mercado, métodos de venta, etc.) y la orga-

(6) Aunque esta afirmación parezca trivial, es necesario tenerla en cuenta en el análisis del crecimiento de empresa.

(7) Con respecto a la división en estratos compárese: KLODT, Heinrich, Grundsätzliches zum Messen und Bewerten in der Betriebswirtschaft, Organisation und Rechnungswesen, Festschrift für ERICH KOSIOR, Duncker & Humblot, Berlin, 1964, p. 288 y sgtes.

nización. Esta última no sólo en el sentido de empleo eficiente de los medios de producción, sino como una disposición especial que forma la estructura técnica de la empresa.

Los cambios del tamaño físico y de la dimensión técnica son dos factores de crecimiento en el estrato tecnológico de la empresa que pueden apreciarse de diferente manera. Mientras que el tamaño físico de la empresa es una magnitud cuantitativa que puede medirse (por el tamaño de las instalaciones, por el número de las horas/máquina, horas/hombre y otras categorías semejantes), la dimensión técnica (las técnicas de producción, de venta, de organización, etc.) es una magnitud cualitativa que es susceptible sólo de evaluaciones (del estado tecnológico en general o del estado de la técnica de producción, venta y organización, en particular) y tiene una importancia primordial para el crecimiento de la empresa. Apreciar el crecimiento de una empresa sólo por su tamaño es proceder sin el criterio de desarrollo, pues la empresa puede crecer de tamaño por el simple proceso de adaptación a las condiciones ambientales, pero este crecimiento será precario si junto con eso no va un crecimiento de la dimensión técnica por el aprovechamiento de las oportunidades que ofrecen los progresos técnicos. El crecimiento de la empresa en el estrato tecnológico no es sólo un proceso mecánico de adaptación expresado en un momento dado por los valores cuantitativos, sino un proceso permanente y continuo de cambios de las estructuras tecnológicas que llevan de un estado a otro, de capacidades existentes en un momento dado a excedentes de capacidad y así sucesivamente. Por consiguiente, en el estrato tecnológico de la empresa podemos distinguir dos formas puras de crecimiento: crecimiento sin desarrollo, condicionado por el tamaño físico de la empresa, y crecimiento con desarrollo, condicionado por su tamaño físico y su dimensión técnica. En la realidad, es difícil separar ambas formas de crecimiento ya que el crecimiento del tamaño supone también un crecimiento de la dimensión técnica; pero, para los fines del análisis, es necesario distinguirlas claramente.

## V

En el estrato económico de la empresa se llevan a cabo los cambios estructurales de la empresa por los dirigentes empresariales que son resortes y vehículos de la voluntad dispositiva racional de la planificación y de la organización. Este factor dispositivo es al mismo tiempo un factor coordinador de todas las esferas vitales de la empresa y por su calidad se forma la dimensión económica de la empresa. Mientras que la dimensión técnica se constituye por aptitudes técnicas racionales, la dimensión económica es de carácter espiritual<sup>(8)</sup> que por lo irracional del talento y de la intuición empresariales se convierte en una dimensión económica racional de aptitudes de planificación y organización<sup>(9)</sup>. Como la dimensión técnica, la dimensión económica es cualitativa y susceptible sólo de evaluaciones. Sin embargo, su importancia para el crecimiento de la empresa es preponderante. La función de los ejecutivos técnicos en la gerencia es de carácter consultivo pues a las actividades económicas corresponde eliminar la rigidez en el cambio de las estructuras técnicas<sup>(10)</sup>. Por su lado, las estructuras técnicas no son inmóviles, ya que son sometidas a cambios por las actividades técnicas, pero en ellas existiría siempre una resistencia a los cambios si los dirigentes empresariales no logran crear las condiciones favorables para los cambios estructurales en general, que son los únicos que cuentan en el crecimiento total de la empresa. Las dimensiones técnicas y económicas aumentan según como cumplen con sus tareas los cuadros técnicos y económicos de la empresa. Aunque en la realidad, las funciones técnicas y económicas se confunden ya que a menudo los técnicos asumen el papel de economistas de empresas; sin embargo, en el análisis del crecimiento de empresa es necesario considerarlas por separado en forma de dos dimensiones puras de crecimiento.

(8) Compárese KLOID, Heinrich, op. cit. p. 289.

(9) Para más detalles véase GÜTENBERG, Erich, Fundamentos de la economía de empresa, "El Ateneo", Buenos Aires, 1961, Traducción por Dr. C. H. Arnold, p. 97 y stes.

(10) Compárese GLANSDORFF, Maxime, op. cit., p. 54.



## VI

El estrato antropológico es el estrato de las calidades de todos los agentes diferenciados del crecimiento: los microcosmos calificados que son los técnicos y los dirigentes empresariales, y los microcosmos no calificados que son los ejecutantes subalternos. Por sus calidades, ellos forman la dimensión antropológica como factor del crecimiento de la empresa. Para aclarar la dimensión antropológica de los microcosmos diferenciados y sus estructuras, empecemos por aclarar el término "antropología". El aspecto antropológico del crecimiento de la empresa puede determinarse como una relación entre la biología, la psicología y la sociología como disciplinas separadas que todas se refieren a la ciencia sobre el ser humano (en la etimología griega: *anthropos* = hombre; *logos* = ciencia). Estas disciplinas son pues antropológicas y cada una tiene su objeto de reconocimiento: la biología se ocupa de la vida orgánica del hombre, la psicología de su vida espiritual y la sociología, de la vida, en conjunto de los hombres <sup>(11)</sup>. Para los fines de la economía de empresa que estudia sólo los procesos económicos de la empresa, estas disciplinas o sus resultados de investigación son auxiliares. Sin embargo, para una teoría del crecimiento de empresa son necesarios estudios antropológicos especiales que pueden aclarar las estructuras de los microcosmos empresariales en que se basa el crecimiento de la empresa. De la amplitud y el desarrollo de estas estructuras depende la dimensión antropológica de la empresa como magnitud cualitativa. Estos estudios sobre el hombre deben ser estudios interdisciplinarios <sup>(12)</sup>, con el fin de crear una antropología propia de la empresa pues las antropologías biológica, psicológica y social ofrecen resultados aptos para sus finalidades específicas y difícilmente puedan aplicarse en los análisis de empresa. Así, p. ej., aprovechar los resultados de investigación de la sociología general

(11) PLEISS, Ulrich, *Der anthropologische Aspekt einer Organisations-  
theorie der Unternehmung - ein Zugang zur Betriebspädagogik,  
Organisation und Rechnungswesen, Festschrift für ERICH KOSIOL,  
Duncker & Humblot, Berlin, 1964, p. 16 y stes.*

(12) PLEISS, Ulrich, *op. cit.* p. 51.

para aclarar la vida del hombre en la empresa conduce al peligro de confundir dos características fundamentales: de los hombres como compañeros de trabajo en la empresa como un conjunto cultural técnico-económico y de los hombres fuera de la empresa que forman otros conjuntos culturales diferentes.

En la forma cultural "empresa", como en cualquier forma cultural (idioma, literatura, orden jurídico, etc.), los hombres no son sólo creadores sino creaciones de la cultura (<sup>13</sup>). Si partimos de esta concepción podemos decir que, en la persecución de sus fines propuestos, los hombres que actúan en la empresa crean excedentes de capacidad por el cambio de sus estructuras mentales. Además, dado que los fines de los dirigentes son distintos de los fines de los ejecutivos, es necesario lograr una reconciliación de objetivos. Eso se lleva a cabo por el camino de los compromisos entre el objetivo económico y el objetivo personal para llegar así a una mayor satisfacción social. Otro camino de reconciliación de objetivos es el de la armonía. Dado que el hombre, imperfecto por su naturaleza, se perfecciona como creación y creador de la cultura, las tareas que se le entregan ineludiblemente dependen hasta cierto punto de él cómo ejecutarlas, de manera que se logre mayor efectividad con una satisfacción máxima (<sup>14</sup>). La armonización de los fines económicos y los personales en una teoría del crecimiento de empresa basada en la antropología se debe pues a dos criterios: el de la economicidad y el de la productividad humana (<sup>15</sup>) que forman el concepto de excedente de capacidad.

Los excedentes de capacidad en el estrato antropológico de la empresa se originan pues:

1. De la estructura mental del individuo, o sea, de las predisposiciones psicológicas (tendencias) que caracterizan su cerebro y

(<sup>13</sup>) PLEISS, Ulrich, op. cit. p. 18.

(<sup>14</sup>) PLEISS, Ulrich, op. cit. p. 43.

(<sup>15</sup>) STRÜCK, Gerhard, *Anthropologische Grundlagen betrieblicher Arbeitsorganisation*, Diss. Frankfurt. 1958, p. 88 stes., en: PLEISS, Ulrich, op. cit. p. 43.

que dependen de la herencia y de las influencias geográficas, históricas y sociales <sup>(16)</sup>.

2. De la constitución física, o sea, del estado de salud y edad del individuo <sup>(17)</sup>.

3. De la adaptabilidad social, o sea, de las posibilidades del individuo de adaptarse en el ambiente empresarial.

Este es el cuadro antropológico de cada microcosmos empresarial. Las dimensiones mentales (intelectuales), biológicas (constitución física) y social (de empresa) se constituyen por las capacidades de los agentes del crecimiento. Pero, para lograr un crecimiento de la empresa no es suficiente sólo la utilización de estas capacidades existentes o latentes; lo esencial para el crecimiento es lograr excedentes de capacidad. Y eso se lleva a cabo por la experiencia, la instrucción y, sobre todo, por la intensidad de los empujes o impulsos que radican en la esfera volitiva del carácter del individuo <sup>(18)</sup>. El excedente de capacidad en el estrato antropológico de la empresa es, pues, resultado de un cambio permanente y continuo de las estructuras de los microcosmos como creadores y creaciones de aquella forma cultural que es la empresa y que forman su así llamado capital humano <sup>(19)</sup>.

## VII

Los crecimientos así como los hemos presentado en los tres estratos de la empresa participan conjuntamente en el crecimiento total de la empresa. Pero, este último está por su lado sometido a influencias ambientales, de factores independientes de la voluntad empresarial que podemos calificar como un determinismo condicionado por la complementaridad tecnológica y la complementaridad económica de las relaciones internas y externas de la empresa <sup>(20)</sup>.

<sup>(16)</sup> GLANSDORFF, Maxime, op. cit. p. 235 y stes.

<sup>(17)</sup> GUTENBERG, Erich, op. cit., p. 17.

<sup>(18)</sup> GUTENBERG, Erich, op. cit. p. 15 y stes.

<sup>(19)</sup> PAULSEN, Andreas, op. cit. p. 598 y stes.

<sup>(20)</sup> GLANSDORFF, Maxime, op. cit., p. 43 y sgtes.

Semejante al ser viviente, la suerte de la empresa depende de su determinismo interno y de su determinismo externo o del equilibrio entre el uno y el otro, pues de su constitución dependen las posibilidades de sobrevivir y de prosperar en el ambiente económico.

Para llevar a cabo una actividad económica es necesario emplear conjuntamente varios elementos que se complementan. Así p.ej., para fabricar cigarrillos es necesario tabaco y papel. Y esta conjunción debe cumplirse no para seguir una voluntad sino para respetar una necesidad experimental de orden tecnológico más imperiosa que cualquier voluntad; es pues un determinismo tecnológico que no depende de la voluntad empresarial pero sí depende de los progresos técnicos que influyen el crecimiento de la empresa.

El determinismo económico radica en la complementariedad económica, o sea, en las relaciones externas de la empresa condicionadas por el orden económico respectivo y, por tanto, no depende de la voluntad del empresario sino de la política económica del poder público que crea las condiciones de crecimiento.

Por consiguiente, tanto en su determinismo tecnológico como en su determinismo económico, la empresa no puede llevar a cabo su crecimiento si no aprovecha las oportunidades técnicas y económicas que crean excedentes de capacidad y que, empleadas eficientemente para la capacidad existente, crean nuevos excedentes sucesivos.

Si nos representamos el proceso del crecimiento a la luz del ambiente económico, podemos distinguir dos formas de crecimiento: por extensión y por expansión.

## VIII

Crecimiento por extensión tenemos cuando el excedente de capacidad se logra por la extensión de las capacidades existentes; es pues cuestión de elasticidad de las estructuras internas de la empresa necesaria para el aprovechamiento de las oportunidades del mercado. La extensión se efectúa por crecimiento del tamaño y de las dimensiones técnica, económica y antropológica. El tamaño de

la empresa crece cuando se agregan a su capacidad existente más máquinas y mano de obra (aumento proporcional de factores) o cuando p. ej., se agrandan los edificios, se utilizan tanques u hornos de mayor tamaño, etc. Pero, este crecimiento cuantitativo no lleva a un crecimiento total de la empresa si no va parejo con aumentos dimensionales según los criterios de economicidad y de productividad humana. Por los cambios estructurales originados por la experiencia y la instrucción, los microcosmos diferenciados encuentran su realización propia en la realización de sus tareas. Y para destacar mejor la importancia del factor humano en el crecimiento de la empresa podemos señalar el hecho de que la extensión puede efectuarse aun sin el crecimiento del tamaño de la empresa: por el simple crecimiento de la dimensión económica, p. ej., o sea, por la extensión de aquellas capacidades de los dirigentes empresariales que logran bajar el nivel de los costos y, con eso, ganar una ventaja (renta) de la empresa con respecto a las demás empresas o realizan en el mercado un precio más favorable; extensión que en todos los casos produce excedentes de capacidad.

El crecimiento por extensión de la empresa llega a su límite cuando se aprovechan todas las posibilidades de crear excedentes de capacidad. Este crecimiento se llama crecimiento "natural" pues es automantenido, es decir, las fuerzas del crecimiento se producen por sí mismas, espontáneamente, hasta el límite de un aprovechamiento máximo de las oportunidades de crear excedentes en los estratos tecnológico, económico y antropológico.

## IX

El crecimiento por expansión de la empresa no es espontáneo; aquí las fuerzas de crecimiento no se crean por sí mismas sino por fusión o unión con otras empresas (concentración de capacidades ya existentes en la economía total). Este proceso de crecimiento se impone por el determinismo en el ambiente económico que plantea problemas de adaptación y de sobrevivencia. En el afán de aprovechar las oportunidades que le da el ambiente económico o

para sobrevivir en un ambiente más complejo (de competencia más avanzada), la empresa se arrastra en una dirección u otra según como se presentan las condiciones ambientales. Así, el crecimiento de la empresa por expansión puede caracterizarse como crecimiento vertical, o como crecimiento horizontal<sup>(21)</sup>.

El crecimiento vertical es un crecimiento por agregación de otras empresas ya existentes en la economía total a la capacidad existente de la empresa que le reúne. La unión es de índole orgánica, pues puede efectuarse por la fusión de empresas que producen un mismo producto (p. ej., la fusión de varias fábricas de zapatos o de automóviles) o por la integración de empresas que presentan para la empresa integrante postetapas o preetapas de producción (una fábrica de material plástico, p. ej., puede integrar en la preetapa de producción una fábrica de productos químicos y en la postetapa otra fábrica de objetos de materia plástica). El crecimiento vertical es posible pues por la complementariedad económica de la fusión y por la complementariedad técnica de la integración. Su límite se impone por el determinismo económico según las oportunidades que ofrece para la fusión o la integración de empresas marginales, creando así a la empresa que les incorpora situaciones monopolísticas o, simplemente, condiciones de economicidad necesarias para subsistir en la competencia.

El crecimiento horizontal de la empresa por expansión es prácticamente sin límite. Aquí no tenemos ni fusión de empresas que producen un mismo artículo, ni integración de etapas de producción, sino combinaciones o articulaciones, p. ej., por razones financieras, de empresas de diferentes ramos económicos con el único propósito de crear posiciones dominantes. Las oportunidades que el determinismo económico ofrece son ilimitadas, pues no responden ni a la complementariedad técnica, ni a la complementariedad económica, que plantea problemas de adaptación y sobrevivencia, sino al propósito de dominación.

---

(21) WÖHE, Günter, *Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre*, Verlag Franz Vahlen CmbH, Berlin, 1963, p. 119.