



UNIVERSIDAD CATOLICA ANDRES BELLO
Urb. Montalbán - La Vega - Apartado 29068
Teléfonos: 407-42-68 y 407-42-69 Fax: 407-43-52
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Estudios de Postgrado

Estudios de Postgrado: Facultad de Ciencias Económicas y Sociales

I.- DATOS GENERALES

Programa de Postgrado: ESPECIALIZACIÓN EN ECONOMÍA EMPRESARIAL

Nombre de la Asignatura: **Economía de Empresas**

Nº de créditos: 3

Régimen: **Semestral**

Tipo de asignatura: Presencial / En línea

N horas semanales:

Obligatoria **X**

Electiva

Teóricas **3**

Prácticas

Consejo de Facultad de Ciencias Económicas y Sociales:

II.- JUSTIFICACION

El programa describe un curso de intermedio a avanzado que intenta cubrir aspectos de economía organizacional. La primera parte del curso tratará los temas relativos a la economía de empresa como disciplina autónoma y el papel del empresario, revisando aspectos como la racionalidad de las organizaciones y la naturaleza de la empresa en el mercado. Seguidamente se estudian los aspectos relativos a la organización interna de la empresa y la gerencia estratégica de la misma. La segunda parte del curso se dedicará al estudio de temas relacionados con la teoría de la organización industrial.

III.- CONTRIBUCION DE LA ASIGNATURA AL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS

Competencias generales: ASESORA

Asesora en procesos de consultoría y capacitación, proporcionando consejo experto y asistencia en los problemas particulares que se presentan en la implantación y ejecución de los Programas.

Unidad de competencia 1 (CG1 – U1):

Identifica problemas en su campo de experticia y contribuye a su delimitación.

Criterios de desempeño de la U1

1.1.1. Acompaña en la identificación de las necesidades de otros.

1.1.2. Delimita y evalúa el alcance de la asesoría.

Unidad de competencia 2 (CG1 – U2): <u>Diseña</u> y formula propuestas de solución a través de la identificación del alcance, los recursos y acciones a seguir. Propone alternativas más convenientes.	Criterios de desempeño de la U2 1.2.1. Define acciones y recursos para solucionar problemas de consultoría. 1.2.2. Elabora propuestas definiendo alcance, cronograma y presupuesto y selecciona la solución más conveniente. 1.2.3. Asiste en la aplicación de la propuesta.
Competencias generales: GESTIONA Planifica, organiza, dirige y controla programas, proyectos u organizaciones para garantizar el logro de los objetivos y metas, bajo criterios de eficacia, eficiencia y pertinencia.	
Unidad de competencia 1 (CG2 – U1): <u>Planifica</u> y fija objetivos y metas a alcanzar por programas, proyectos, organizaciones o grupos de trabajo, en el corto, mediano y largo plazo, así como las estrategias para lograrlas. Se apoya en técnicas de análisis de tendencias económicas, políticas, laborales, demográficas y sociales.	Criterios de desempeño de la U1 2.1.1. Estima posibles escenarios mediante el uso de técnicas de tendencias económicas apropiadas 2.1.2. Formula objetivos y metas a alcanzar en el corto, mediano y largo plazo. 2.1.3. Identifica las estrategias a aplicar para lograr los objetivos y metas.
Unidad de competencia 2 (CG2 – U2): <u>Organiza</u> y estructura los recursos disponibles para la ejecución de los procesos, programas, proyectos, actividades y tareas.	Criterios de desempeño de la U2 2.2.1. Procura los recursos necesarios para los procesos, programas, proyectos, actividades y tareas que contribuyan a la organización del trabajo y faciliten un desempeño armónico. 2.2.2. Diseña la estructura más adecuada para la ejecución de los procesos, programas, proyectos, actividades y tareas.
Competencias transversales Comportamiento ético: Actúa responsablemente cuidando y respetando valores humanos y profesionales. Alfabetización informacional: Ubica información relevante de fuentes físicas y digitales.	

IV.- CONTENIDOS

Unidad 1: Introducción

1. La empresa y el empresario. Definiciones y evolución histórica.
2. Economía de Empresas y Organización Industrial.
3. Teoría de la Organización y toma de decisiones. Racionalidad de las organizaciones.
4. Naturaleza de la Empresa. Costos de Transacción.

Unidad 2: Las Fronteras de la firma y su organización interna

1. Las Fronteras horizontales de la empresa: Economías de Escala y Alcance.
2. Las Fronteras verticales de la firma.
3. Integración vertical y sus alternativas.
4. Actividad Comercial de la Empresa.
5. Internacionalización de la Empresa.

Unidad 3: Teoría de la Agencia

1. Teoría de la Agencia.
2. Problemas de agencia y mercados laborales.
3. Ética y Teoría de la Agencia.

Unidad 4: Derechos de Propiedad

1. La Teoría de los Derechos de Propiedad.
2. Contratos e Intercambio.

Unidad 5: Análisis de la Industria

1. Las cinco fuerzas.
2. Dimensiones Estratégicas de la Empresa.

Unidad 6: Ventajas Competitivas

1. Posicionamiento Estratégico.
2. Información y Creación de Valor.
3. Sostenibilidad

Unidad 7: Empresa y Teorías Evolutivas

Unidad 8: Internacionalización de la Empresa

V.- ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y DE APRENDIZAJE

Estudio de los contenidos temáticos explicados en clase: El docente explicará progresivamente en cada sesión el contenido siguiendo el orden programado y el alumno lo desarrollará mediante el estudio de las fuentes asignadas. En consecuencia, cada participante es responsable de estudiar el tema para cada sesión (se estima que por cada hora de clase se requiere tres horas de estudio

individual).

Participación en las discusiones de grupo: Se plantean interrogantes en grupo para que los participantes discutan y lleguen a conclusiones relacionadas con el presupuesto del año corriente.

Respuesta a preguntas y aplicación de la teoría al estudio de casos.

Consultas con el profesor que se realizan durante la clase o a través de internet, si la modalidad fuera semipresencial.

VI.- ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

- Evaluación Sumativa: Exámenes escritos
- Ejercicios / Casos
- Trabajo

VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ARAYA LEANDRO, A. (2009). El Proceso de Internacionalización de Empresas. *Tec Empresarial*, Vol. 3, Ed. 3, 18-25. Documento en línea: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3202468>
2. ARGANDOÑA, A. (1994). *La estructura interna de la empresa en la visión de Coase*. Documento de Investigación N° 271, julio. Barcelona: IESE. Documento en línea: <https://media.iese.edu/research/pdfs/DI-0271.pdf>
3. ARRUÑADA, BENITO (1997). La estructura contractual de la empresa. En R. Febrero: *Qué es la economía*. Cap. 17. Pirámide: Madrid, 583-615. Documento en línea: https://www.researchgate.net/publication/238623590_La_estructura_contractual_de_la_empresa
4. ARRUÑADA, BENITO (2002). Bases Institucionales de la Estrategia Empresarial. En Morcillo y Fernández: *Dirección Estratégica*. Barcelona: Ariel. Documento en línea: http://www.arrunada.org/Files/Research/%2FARRUNADA_2002_Bases_Instit_Estrat_Empr_Ariel.pdf
5. BUENO CAMPOS, E. (2013). Bioeconomía: Una Experiencia Multidisciplinar en el Ámbito Universitario. *Encuentros Multidisciplinares*, N° 43, enero-abril. Documento en línea: http://www.encuentros-multidisciplinares.org/Revistan%C2%BA43/Eduardo_Bueno_Campos.pdf
6. BUENO CAMPOS, E. (2017). La Economía de la Empresa y su Desarrollo Científico en Clave Multidisciplinar. *Encuentros Multidisciplinares*, N° 56, mayo-agosto. Documento en línea: https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/681433/EM_56_2.pdf?sequence=1&isAllowed=y
7. COASE, RONALD (1960). The Problem of Social Cost. *The Journal of Law and Economics*, octubre, 1-44. Edición en español publicada por el Centro de Estudios Públicos. Documento en línea: https://www.cepchile.cl/cep/site/artic/20160303/asocfile/20160303184107/rev45_coase.pdf
8. DURÁN, J. J. y ÁLVAREZ, I. (2019). Expansión internacional de las empresas multinacionales. Estructura y naturaleza institucional. *ICE Revista de Economía*, N° 909, julio-agosto, 7-22. Documento en línea: <http://www.revistasice.com/index.php/ICE/article/view/6898/6912>

9. ESTRADA, F. (2008). Economía y racionalidad de las organizaciones. *Revista de Estudios Sociales*, N° 31, diciembre, 84-103. Documento en línea:
https://www.researchgate.net/publication/26625420_Economia_y_racionalidad_de_las_organizaciones_Los_aportes_de_Herbert_A_Simon
10. MALDONADO, J. A. (2017). *Economía de la Empresa*. Documento en línea:
https://www.academia.edu/34891563/Econom%C3%ADa_de_la_Empresa_Fundamentos
11. MARTÍNEZ-ECHEVARRÍA, MIGUEL A. (2000). *Hacia una nueva teoría de la empresa*. Cuadernos Empresa y Humanismo, N° 79, noviembre. Documento en línea:
<https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/4004/1/79.pdf>
12. MARTÍNEZ-ECHEVARRÍA, MIGUEL A. (2001). *Teorías de la empresa y crisis de la modernidad*. Cuadernos Empresa y Humanismo, N° 83, mayo. Documento en línea:
<https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/4470/1/83.pdf>
13. PINTO GARAY, J. y LISBOA CORDARO, P. (2017). Ética y Agencia. Una revisión crítica de la neutralidad moral de la Teoría de la Agencia. *Revista Empresa y Humanismo*, Vol. XX, N° 2, 51-86. Documento en línea: <https://www.unav.edu/publicaciones/revistas/index.php/empresa-y-humanismo/article/view/9328>
14. RIVAS TOVAR, LUIS Arturo (2002). Nuevas Formas de Organización. *Estudios Gerenciales*, N° 82, enero-marzo, 13-45, Universidad ICESI. Documento en línea:
<https://www.redalyc.org/pdf/212/21208201.pdf>
15. ROBERTS, J. (2007). *The Modern Firm. Organizational Design for Performance and Growth*. New York: Oxford University Press. Documento en línea:
https://www.academia.edu/8954083/Modern_Firm_Organizational_Design_for_Performance_and_Growth
16. SALAS FUMÁS, V. (2009). *La economía de la empresa*. Documento en línea:
<https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2009/02/BBVA-OpenMind-La-economia-de-la-empresa-Vicente-Salas-Fumas.pdf.pdf>
17. VILLASALERO DÍAZ, M. (1999). *Economía de los costes de transacción, teoría de la agencia y enfoque de los derechos de propiedad: Diferencias básicas en el ámbito de la economía de las organizaciones*. Documento en línea: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/565293.pdf>
18. ZABALLA, J. J. (2019). La decisión de inversión directa en el exterior: Naturaleza, factores y condicionantes. *ICE Revista de Economía*, N° 909, julio-agosto, 125-141. Documento en línea:
<http://www.revistasice.com/index.php/ICE/article/view/6897/6913>

VIII.- CASOS

1. ALDERMAN, J. (2019). Million dollar gamblers: a case of embezzlement in South Whitehall Township. *The Case Journal*, Vol. 15, N° 3, 171-180. Documento en Línea:
https://www.dropbox.com/s/t7vyvvqyh5z3gk9/10-1108_TCJ-12-2018-0122_Million%20dollar%20gamblers%20a%20case%20of%20embezzlement.pdf?dl=0
2. ANDERSON, BEAUVAIS R., ANDERSON, J. Y WILLIAMS, S. (2019). Burned-N-Turned: feeding the fracking boom. *The Case Journal*, Vol. 15, N° 4, 253-266. Documento en línea:
https://www.dropbox.com/s/ttexjn7z9fy3xtj/10-1108_TCJ-01-2019-0004_Burned-N-Turned%20feeding%20the%20fracking%20boom.pdf?dl=0

3. BICK, G. (2019). Uber SA: disruption of the local taxi industry? *Emerald Emerging Markets Case Studies*, Vol. 9, N° 2, 1-9. Documento en Línea: https://www.dropbox.com/s/zfztokpklas8ljo/10-1108_EEMCS-05-2019-0099_Uber%20SA%20disruption%20of%20the%20local%20taxi%20industry.pdf?dl=0
4. BLACKBURN, S., LABERGE, L., O'TOOLE, C. AND SCHNEIDER, J. (2020). *Digital strategy in a time of crisis*. McKinsey & Company, abril. Documento en Línea: <https://www.dropbox.com/s/ampbsduk8q83b2o/Digital%20strategy%20during%20the%20coronavirus%20crisis%20%20McKinsey.pdf?dl=0>
5. BOUDET, J., GORDON, J., GREGG, B., PERREY, J. y ROBINSON, K. (2020). *How marketing leaders can both manage the coronavirus crisis and plan for the future*. McKinsey & Company, abril. Documento en Línea: <https://www.dropbox.com/s/3vu8ohkxosody6v/how-marketing-leaders-can-manage-coronavirus-crisis.pdf?dl=0>
6. CURLEY, A., DICHTER, A., KRISHNAN, V., RIEDEL, R., Y SAXON, S. (2020). *Coronavirus: Airlines brace for severe turbulence*. McKinsey & Company, abril. Documento en Línea: <https://www.dropbox.com/s/metd94f6tx09u14/Coronavirus%20Airline%20capacity%20%20McKinsey.pdf?dl=0>
7. EMERALD INSIGHT (2020). *Misinformation will undermine coronavirus responses*. Expert Briefing, marzo. Documento en Línea: <https://www.dropbox.com/s/ee8ivyjuflwtsdp/Misinformation%20will%20undermine%20coronavirus%20responses%20%20Emerald%20Insight.pdf?dl=0>
8. FRITZE, M. P., GÄNSER-STICKLER, G. M., TÜRK, S. Y ZHAO, Y. (2019). "F*ck off Google": protest against Google Campus Berlin. *The Case Journal*, Vol. 15, N° 6, 669-688. Documento en Línea: https://www.dropbox.com/s/n0glmayr7mz1kjt/10-1108_TCJ-03-2019-0013_F_ck%20off%20Google%20protest%20against%20Google%20Campus.pdf?dl=0
9. FURTADO, V., KOLAJA, T., MUELLER, C. Y SALGUERO, J. (2020). *Managing a manufacturing plant through the coronavirus crisis*. McKinsey & Company, abril. Documento en Línea: <https://www.dropbox.com/s/92crmsadoie9afb/Managing%20manufacturing%20organizations%20during%20coronavirus%20%20McKinsey.pdf?dl=0>
10. HIRUDAYARAJ, MALARVIZHI Y SPARKMAN, TORRENCE E. (2019). Building leadership capacity: a framework for disruptive events in tourism. *Industrial And Commercial Training*, Vol. 51, N° 2, 114-124. Documento en línea: https://www.dropbox.com/s/pwqm76996ocwrjp/10-1108_ICT-09-2018-0077_Building%20leadership%20capacity%20a%20framework%20for%20tourism.pdf?dl=0
11. MAZZEI, MATTHEW J. Y GALDO, JOHN A. (2020). A case of the blues: depression screenings in a community pharmacy. *The Case Journal*, Vol. 16, N° 1, 34-50. Documento en Línea: https://www.dropbox.com/s/ybqwukwh6fnpilt/10-1108_TCJ-04-2019-0040_A%20case%20of%20the%20blues%20depression%20screenings.pdf?dl=0
12. MORDEZKI, MARCEL (2009). *Un caso de internacionalización en empresas de tecnología: la estrategia de Infocorp*. Innotec Gestión, N° 1. Documento en línea: <https://ojs.latu.org.uy/index.php/INNOTEK-Gestion/article/download/4/3/>
13. MORRIS, REBECCA J. (2015). Sorry, no carnitas: balancing "Food with Integrity" and growth at Chipotle. *The Case Journal*, Vol. 11, N° 3, 369-381. Documento en Línea: https://www.dropbox.com/s/0pnzp47zj837fjm/10-1108_TCJ-06-2015-0016_Sorry%20no%20carnitas%20balancing%20Food%20with%20Integrity.pdf?dl=0

