

2011-12-01

Los empresarios vistos por algunos economistas

Elber Berdugo Cotera

Universidad de La Salle, Bogotá, eberdugoc@gmail.com

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/gs>

Citación recomendada

Berdugo Cotera, Elber (2011) "Los empresarios vistos por algunos economistas," *Gestión y Sociedad*: No. 2, Article 9.

Disponible en:

This Artículo de investigación is brought to you for free and open access by Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in *Gestión y Sociedad* by an authorized editor of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

Los empresarios vistos por algunos economistas

Elber Berdugo Cotera*

Recibido: 10 de junio de 2011 **Aprobado:** 22 de agosto de 2011

Resumen

El presente escrito da cuenta de la aproximación que han hecho algunos economistas y/o historiadores de la economía del empresario desde el siglo XVIII hasta el siglo XX, considerándolo como coordinador de factores productivos, inversionista de capital, como agente racional cuyo fin es el de minimizar costos y maximizar ganancia, o como aquel que asume riesgo e incertidumbre o aprovecha oportunidades que el entorno o el mercado le brindan.

Palabras clave

Empresario, teorías del empresario, papel del empresario, funciones empresariales, innovación.

Entrepreneurs as Seen by Some Economists

Abstract

This paper evidences the approach of some economists and/or economy historians to the entrepreneur from the eighteenth to the twentieth century, considered as coordinators of production factors, capital investors, rational agents whose purpose is to minimize costs and maximize profit, or as one who

* Economista de la Universidad La Gran Colombia, magíster en Ciencia Política de la Universidad de los Andes, magíster en Historia de la Universidad Nacional de Colombia, candidato a doctor en Historia en la Universidad Nacional de Colombia. Profesor de tiempo completo en la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de La Salle. Correo electrónico: eberdugoc@gmail.com

assumes risk and uncertainty or makes the most of the opportunities offered by the market or the environment.

Keywords

Entrepreneur; Theories about the Entrepreneur; Role of the Entrepreneur; Entrepreneurial Tasks; Innovation.

Introducción

Los empresarios y la empresa son considerados actores de la economía, la historia y el desarrollo social de una región o un país. Su objetivo es la obtención de ganancia. Sea que se les tilde de héroes o villanos, parásitos o explotadores, o que se les analice desde la ética, la moral, la conducción y configuración política o la economía del país, o que se les ensalce, si queremos comprender de una mejor manera la historia de un país, es importante abordarlos como fenómeno histórico-social. Si se trata de dar cuenta de una forma más completa de los procesos históricos que ha atravesado la sociedad, hay que involucrar indefectiblemente a estos actores y agentes económicos; de lo contrario, la visión quedaría recortada e incompleta, pues han sido y siguen siendo protagonistas de los cambios, ya sea en un sentido negativo, o en uno positivo.

El empresario visto por algunos economistas: un breve recorrido en el tiempo

Durante los siglos XVII y XVIII en Francia se definió al empresario como aquel individuo que asumía riesgos. Cantillon es considerado el primero que proporcionó a mediados del siglo XVIII, una

caracterización de la actividad que desarrolla ese actor social. Este autor asocia a su concepto de *entrepreneur* los de riesgo e incertidumbre. Según él, el empresario es aquel que combina factores de producción y asume el riesgo derivado de la incertidumbre que implica comprar a precios ciertos y vender a precios inciertos. La función empresarial, como se colige, consistía en afrontar la incertidumbre, y el beneficio surgía de la diferencia entre lo previsto y lo realmente ocurrido (Valdaliso y López, 2000, pp. 12-13).

Otro contemporáneo de Cantillon, Belidor, en la misma perspectiva, consideró que “el empresario asume el riesgo derivado de la incertidumbre que conllevaba comprar *inputs* a precios no establecidos de antemano (inciertos) para vender los bienes producidos a precios previamente contratados (ciertos)” (Torres, 2003, p. 9). Pero contrario a aquel, planteó que la incertidumbre se hallaba en los precios de venta de los bienes manufacturados —es decir, en los ingresos— y no en los *inputs* que eran conocidos, aun cuando en ocasiones podían ser inciertos.

A comienzos del siglo XIX, Say también asoció la función empresarial con la asunción de la incertidumbre, considerando el beneficio como un premio por el riesgo en que incurría. Según él, el empresario sería el responsable de la dirección y el control de la empresa. Pero además de asumir

el riesgo, lo consideró como el principal agente de la producción.

Los economistas clásicos ingleses Smith, Ricardo y Mill, así como el economista alemán Marx, asociaron al empresario con el capitalista y el beneficio empresarial con el interés del capital invertido. Aun cuando algunas veces el primero parecía reconocer una cierta especificidad en la función empresarial, sin embargo, al igual que los demás, en últimas no fue capaz de distinguir los beneficios empresariales de los del capital.

Los economistas neoclásicos hacia finales del siglo XIX y comienzos del XX, no les asignaron al empresario y a la función empresarial un papel destacado. Así por ejemplo, a pesar de que Marshall separó la capacidad organizadora de los negocios, de la disponibilidad de capital, haciendo un tratamiento sistemático del factor organización como cuarto factor de producción, lo asoció con las condiciones objetivas de la organización de la industria y menos con la actividad empresarial propiamente dicha. Otro representante de la escuela neoclásica, Walras, fue más contundente en sus apreciaciones respecto del papel del empresario, al considerar que no era un factor productivo especial. En palabras del economista:

... cada agente económico, en equilibrio a largo plazo, es remunerado por su productividad marginal, y el valor del producto se consume por completo en la retribución de los factores productivos. Por lo tanto, no queda excedente alguno para remunerar la función empresarial. En otras palabras, el empresario no es un factor productivo especial, cualquiera puede desempeñar esa función (Valdaliso y López, 2000, p. 16).

Va a corresponder a Sombart, historiador y economista, hacia finales del siglo XIX y principios

del siglo XX, a través de un estudio sistemático, rescatar al empresario del ostracismo en que algunos economistas lo tuvieron, empleando categorías como "espíritu de empresa", entendido este como el compendio de todas las características psíquicas que son necesarias para la feliz ejecución de una empresa, las cuales designa con los nombres de: conquistador, organizador y negociador; la "moral de los negocios", que se refiere al conjunto de normas tendiente a mantener un comportamiento especial de cara al mundo exterior y que implica al mismo tiempo moral *en y para* los negocios. La primera asociada con la formalidad comercial: confianza en el cumplimiento de lo prometido, en la efectividad del servicio, en la puntualidad del suministro, fidelidad en el cumplimiento de los contratos, etc. La segunda, que la llama también moral por el negocio, con el vivir "correctamente", no ser borracho, jugador o mujeriego; asistir a la santa misa y al sermón. El cultivar estas virtudes, o al menos aparentar poseerlas, es conveniente, pues toda conducta moral *eleva el crédito*; y la "mentalidad económica", es decir, el afán de lucro ligada al espíritu de economía o de buena administración, que llama "santa economicidad" y que encierra en sí todas las normas económicas conducentes a una buena economía: "La racionalización de la administración económica, entendiéndolo por ello en esencia el establecimiento de una prudente relación entre gastos e ingresos, es decir, la creación de un arte especial de la administración" (Sombart, 1977, p. 118).

La idea fundamental que traduce la racionalización de la administración es la de no permitir nunca que los gastos sobrepasen a los ingresos. Pero no solamente eso, sino lo más importante: gastar menos de lo que se gana, o sea ahorrar. De esta manera surge la idea del ahorro, no como algo forzoso, sino absolutamente voluntario; del ahorro, no como necesidad, sino como virtud.

El administrador ahorrativo se convierte a partir de ese momento en el ideal del burgués rico.

El surgimiento de esta mentalidad económica, el afán por ahorrar y de adquirir riqueza, en un principio tenía como propósito la vida, al hombre como medida de todas las cosas. La riqueza no se concebía como un fin, sino como un medio para adquirir la felicidad. Con el sujeto moderno económico que Sombart ubica en el siglo XIX, la mentalidad económica cambia. La estructura psíquica varía: el hombre real, con sus placeres y sufrimientos, con sus necesidades y exigencias, ha dejado de ser el centro de interés, dando paso a abstracciones como la ganancia y los negocios. A partir de este momento el hombre deja de ser el centro de atención. Las aspiraciones del sujeto económico se orientan hacia la mayor ganancia posible y la máxima prosperidad en el negocio. "Lo que preocupa y absorbe a todo hombre de negocios, lo que llena su vida y da sentido a su actividad, es el interés por su empresa" (Sombart, 1977, p. 180).

La frontera natural de la ganancia, al decir de Sombart, ahora no encuentra límite:

... Por mucho que aumente el beneficio total, nunca podrá llegar a un punto en que se pueda decir: basta. Y si en alguna fase del desarrollo la expansión del negocio no contribuye a aumentar la prosperidad del mismo, la eficacia del moderno empresario soslaya este inconveniente incorporando al primer negocio un segundo y un tercero, de suerte que no podemos decir que el único afán del gran empresario de nuestros días es la expansión de un solo negocio, sino igualmente la fundación sucesiva de otros muchos (Sombart, 1977, p. 181).

Los ideales que guían la conducta del empresario moderno los resume Sombart en los siguientes valores: la valoración cuantitativa. Lo que más se

admira es la magnitud de una suma de dinero; solo será valioso lo que cueste mucho. El sentido de la magnitud mensurable es un fenómeno concomitante de la apreciación del éxito; el sentimiento de poder. Se siente placer al mostrarse superior a los demás. La rapidez de cualquier acontecimiento, de la concepción y ejecución de un proyecto interesa al hombre moderno casi tanto como su carácter masivo y cuantitativo. El concepto de récord adquiere mucha importancia. Todos los sueños de grandeza y velocidad se encuentran expresados en este concepto, llevándole una y otra vez a buscar la novedad. Rápido. Rápido es la consigna, caracterizada por la frenética marcha hacia adelante y la agitación continua.

Para Sombart, con el advenimiento del capitalismo, los principios que presiden la conducta de los negocios se transforman. El empresario moderno que surge con él se orienta por otras normas como "la racionalización absoluta", consistente en aplicar siempre el método más perfecto, ya sea de organización comercial, de técnica de producción o de contabilidad, porque es el más racional. "La economía se organiza con miras únicamente a la producción de bienes de cambio": El fin es la venta, no importa la calidad del producto:

... Poco importa el producto con tal de que aporte buenas ganancias. De ahí que el empresario moderno no sienta ningún escrúpulo ante la producción de bienes de calidad ínfima ni ante la fabricación de sucedáneos. Si las botas de mala calidad se venden mejor que las de buena calidad, sería pecar gravemente contra el santo espíritu del capitalismo el empeñarse en fabricar botas buenas (Sombart, 1977, p. 188).

Al cliente se le busca. Se trata de llamar la atención de los clientes. Despertar en ellos el deseo de comprar, no importa los medios que se utilicen. Con el fin de atraer clientes se busca reducir al

mínimo los costos de producción y los precios de venta. El objetivo es ganar poco en muchos negocios. Se exige por parte de los empresarios "libertad de acción" para poder alcanzar sin trabas las metas impuestas por el afán de lucro. Esto significa libertad formal de poder hacer y omitir lo que se estime necesario en interés del negocio. No se desea ninguna clase de limitación impuesta por las leyes o las buenas costumbres. Se proclama la "superioridad del valor lucrativo sobre todos los demás valores".

En el nuevo contexto de desarrollo del capitalismo, las virtudes burguesas del viejo empresario, de aplicación, espíritu de ahorro y honestidad, han dejado de ser esenciales y necesarias al empresario capitalista moderno, al decir de Sombart. Han dejado de ser propiedades inherentes a hombres reales, para pasar a ser principios objetivos de la conducta económica. Así, respecto de la aplicación, el hombre moderno no ejercita una virtud, sino que se somete a una coacción. "El ritmo de la vida económica determina el ritmo de su propia actividad. Mientras el artesano podía elegir entre trabajar o no, el sujeto económico moderno, y para el caso el obrero, no puede permanecer ocioso ni un instante" (Sombart, 1977, p. 192). En cuanto al ahorro, se da una disociación radical entre la conducta económica privada de un empresario y la dirección económica de sus negocios. Se practica en la empresa, pero raramente en la casa. En lo que tiene que ver con la formalidad comercial, lo que cuenta es la reputación de la empresa, desligada del comportamiento personal.

Otros autores que van a resaltar el papel del empresario son Schumpeter, de origen austriaco, y Knight, estadounidense, a principios del siglo xx, quienes lo van a colocar en un sitio de honor, al considerarlo un agente importante del desarrollo económico. Así, para el primero, el empresario

es el encargado de iniciar el cambio económico, y lo lleva a cabo mediante la dirección y/o la puesta en práctica de nuevas combinaciones a las cuales llama desarrollo económico. La ganancia es el resultado de la introducción de las innovaciones (Schumpeter, 1957, pp. 76-77, 88, 141-142). Según Schumpeter:

... la función del empresario consiste en reformar o revolucionar el sistema de producción, explotando un invento, o, de una manera más general, una posibilidad técnica no experimentada para producir una mercancía nueva o una mercancía antigua por un método nuevo, para abrir una nueva fuente de provisión de materias primas o una nueva salida para los productos, para reorganizar una industria, etc. (Schumpeter, 1957, p. 181).

Sostiene este autor que esta clase de actividades son las que ante todo da origen a las "prosperidades" recurrentes que revolucionan el organismo económico, así como a los "retrocesos" recurrentes que se deben a la influencia de los productos o los métodos nuevos.

Y a renglón seguido agrega:

... Llevar a la práctica estas innovaciones es difícil y constituye una función económica peculiar; en primer lugar, porque están fuera de las tareas rutinarias que todo el mundo entiende, y, en segundo lugar, porque el medio exterior presenta a esto una resistencia multiforme que va, según las condiciones sociales, desde una simple repulsa a financiar o a comprar una cosa nueva hasta la agresión física al hombre que trata de producirla. Para actuar con confianza se requieren aptitudes que solamente se dan en una pequeña fracción de la población y caracterizan tanto al tipo como a la función de empresario. Esta función no consiste, esencialmente en inventar algo ni crear de otro

modo las condiciones que la empresa explota. Consiste en lograr realizaciones (Schumpeter, 1957, p. 181).

Las nuevas combinaciones a las que se refiere Schumpeter pueden ser de tipo comercial como:

... la elección de una fuente de oferta nueva y más barata de medios de producción, quizá una materia prima. No existía anteriormente para el sistema económico esta fuente de aprovisionamiento. No existía una conexión directa y regular entre ella y su país de origen -por ejemplo, si se encontraba en el extranjero, no había una línea de navegación ni correspondientes extranjeros. Esta combinación es azarosa, e imposible para la mayor parte de los productores [...] No ha contribuido más que con la voluntad y la acción, ni ha hecho sino recombinar factores existentes. Es, de nuevo, un empresario, y su ganancia la de empresario [...] Pero también parece esto último y su función en la vorágine de la competencia que corre tras ellos. También puede incluirse en este caso la elección de nuevas rutas comerciales (Schumpeter, 1957, p. 140).

O las asociadas con la sustitución de un bien de producción o de consumo por otro que sirva los mismos propósitos y sea más barato, el cual es análogo al caso de simple mejora del proceso de producción. Como ejemplo Schumpeter cita la sustitución parcial de la lana por el algodón que se dio en el último cuarto del siglo XVIII y toda la producción de sucedáneos.

Igualmente, las relacionadas con la creación de un nuevo bien que satisfaga de manera más adecuada las necesidades existentes y con antelación satisfechas.

Finalmente, las consistentes en la búsqueda de nuevos mercados en los cuales no se haya hecho

aún familiar un nuevo producto, ni haya sido producido.

Estas nuevas combinaciones puestas en práctica es lo que llama Schumpeter el "desenvolvimiento" y que cubre resumiendo:

... 1) La introducción de un nuevo bien —esto es, uno con el que no se hayan familiarizado los consumidores— o de una nueva calidad de un bien. 2) La introducción de un nuevo método de producción, esto es, de uno no probado por la experiencia en la rama de la manufactura de que se trate, que no precisa fundarse en un descubrimiento nuevo desde el punto de vista científico, y puede consistir simplemente en una forma nueva de manejar comercialmente una mercancía. 3) La apertura de un nuevo mercado, esto es, un mercado en el cual no haya entrado la rama especial de la manufactura del país de que se trate, a pesar de que existiera anteriormente dicho mercado. 4) La conquista de una nueva fuente de aprovisionamiento de materias primas o de bienes semimanufacturados, haya o no existido anteriormente, como en los demás casos. 5) La creación de una nueva organización de cualquier industria, como la de una posición de monopolio (por ejemplo por la formación de un *trust*) o bien la anulación de una posición de monopolio existente con anterioridad (Schumpeter, 1977, p. 77).

Un último aspecto importante del que se ocupa Schumpeter es el del crédito y la innovación. Así, define el crédito esencialmente como la creación de poder de compra con el fin de transferirlo al empresario. En su perspectiva, este juega un papel esencial en el desenvolvimiento industrial, en la realización de nuevas combinaciones, y anota que las grandes empresas han cabalgado sobre el lomo del crédito.

Fue tan grande el interés y la preocupación por profundizar en el empresario que en las décadas

de 1940 y 1950, junto con Cole puso en marcha en la Universidad de Harvard un amplio programa de investigación sobre este actor, situándose en los terrenos limítrofes de la economía, la historia, la sociología y la psicología, planteando la necesidad de explicar la actividad empresarial desde una perspectiva multidisciplinar. Estos autores le dieron a la historia empresarial un gran impulso en la misma universidad en 1948, al establecer el centro de investigaciones con el mismo nombre, al que se vincularon personalidades como Cochran, Gerschenkron, Habakkuk, Landes y North, entre otros, quienes mediante la publicación de *Explorations in entrepreneurial history* reivindicaron el papel de los empresarios en la historia económica general.

Para Knight, el empresario, o en su defecto la empresa, son el único factor productivo, ya que los otros como la tierra, el trabajo y el capital únicamente son medios de producción. El empresario es un agente económico especializado en asumir la incertidumbre, que es la fuente de su beneficio. Torres Villanueva, interpretando a aquel, argumenta:

... Esa especialización tiene lugar en un proceso evolutivo que selecciona a los agentes con más capacidad para desempeñar dicha función. El empresario, al adoptar en el presente decisiones que darán un resultado en algún momento del futuro incierto, afronta la incertidumbre y se la reduce a los propietarios de los servicios productivos —capital y trabajo— contratados previamente (Torres, 2003, p. 12).

Según Knight, la función empresarial consiste en:

Concebir un negocio determinado o un plan de inversión.
Hacer juicios prácticos sobre su probabilidad de éxito en un marco de incertidumbre difícil de reducir.

Atraer capitales a las actividades escogidas, incluso si los beneficios esperados son inciertos. Asegurar la provisión de otros factores —trabajo—, cuyos servicios deben ser recompensados con independencia de que haya o no beneficios (Torres, 2003, p. 12).

La importancia que le atribuyó Knight al empresario es puesta de manifiesto por Bhidé, en los siguientes términos:

... Iniciar una empresa, escribió Frank Knight en 1921, implicaba “un juicio intuitivo”. La manera en la que los emprendedores tomaban una decisión, añadió, era un “misterio científicamente impenetrable”. Debemos atenarnos sencillamente a una “capacidad” del animal racional para formarse un juicio más o menos correcto sobre las cosas, un sentido intuitivo de los valores (Bhidé, 2001, p. XI).

Galbraith encontró evidencia de que efectivamente, “A principios del siglo xx [...] la corporación era un instrumento de sus propietarios y proyección de su personalidad. Los nombres de estos directores —Carnegie, Rockefeller, Harriman, Mellon, Guggenheim— se conocían en todos los rincones de Estados Unidos de América” (Bhidé, 2001, p. XI).

Después de estos autores y a raíz del predominio de la teoría keynesiana, del advenimiento del Estado del Bienestar y del desarrollo de las grandes corporaciones, y con ellas del predominio del capitalismo gerencial y su consolidación en países como los Estados Unidos luego de la Segunda Guerra Mundial y hasta finales de los años sesenta, el empresario prácticamente desapareció de la escena.

Alfred Chandler, citado por Bhidé, escribe que en los Estados Unidos la aparición en la segunda mitad del siglo xix de una nueva forma de

capitalismo, la gran empresa de negocios de índole administrativa bajo el mando de una jerarquía de ejecutivos asalariados, en sustitución de los propietarios, al terminar la Primera Guerra Mundial se había impuesto en las industrias pesadas y en la década de los sesenta su dominio se generalizó en todos los sectores, “estando presente en la venta de comestibles, el procesamiento de cereales, la edición de periódicos y el ofrecimiento de entretenimiento público, actividades todas ellas que antes eran nicho privado del propietario individual o la empresa de tamaño insignificante” (Bhidé, 2001, p. X).

En las grandes empresas modernas, al decir de Chandler, los directivos asalariados decidían la política a largo plazo y controlaban las operaciones a corto plazo. Dominaban la alta dirección, así como la dirección a nivel medio inferior. Todo esto en detrimento de las familias, las cuales, salvo contadas excepciones, no tenían un poder directo sobre las decisiones relativas a los flujos corrientes y a las asignaciones futuras, tan fundamentales para la buena marcha de la economía norteamericana (Chandler, 1977, p. 664).

Esto último parecía confirmar el vaticinio que hizo Schumpeter en 1911, y especialmente en 1942, del ocaso de la función de empresario, cuando anotaba:

... Esta función social está perdiendo ya importancia y está abocada a perderla en el futuro a un ritmo acelerado, aun cuando continuase funcionando sin perturbaciones el mismo régimen económico para que el sistema de empresa ha sido la primordial fuerza propulsora. Pues, de una parte, es mucho más fácil ahora, que en el pasado, realizar cometidos que están fuera de la rutina conocida, a pesar de que la misma innovación se está reduciendo a rutina. El progreso técnico se convierte, cada vez en

mayor medida, en un asunto de grupos de especialistas capacitados que producen lo que se les pide y cuyos métodos les permiten prever los resultados prácticos de sus investigaciones. El romanticismo de la aventura comercial de los primeros tiempos está decayendo rápidamente, porque ahora pueden calcularse con toda exactitud muchas cosas que antes tenían que ser vislumbradas en un relámpago de intuición genial (Schumpeter, 1963, pp. 181-82).

Y en seguida indicaba que la personalidad y la fuerza de voluntad tenían que contar menos en un medio exterior acostumbrado al cambio económico, manifiesto en la incesante corriente de nuevos artículos de consumo y producción. De esta manera, el progreso económico tendía a despersonalizarse y automatizarse. El trabajo racionalizado y especializado de oficina terminaría por borrar la personalidad, el resultado calculable a la “visión”, y el de comisión a la acción individual (Schumpeter, 1963, p. 182).

La decadencia de la figura del empresario la atribuía también Schumpeter al desarrollo del capitalismo hacia mayores procesos de concentración y centralización de la actividad económica, cuya máxima expresión es la empresa a gran escala, la gran unidad industrial gigante, perfectamente burocratizada, que no solamente desaloja a la empresa pequeña y de volumen medio y “expropia” a sus propietarios, sino que termina igualmente desplazando al empresario (Schumpeter, 1963, p. 184).

Con el fin de mostrar cómo los empresarios habían desaparecido de la esfera pública al finalizar la década de los sesenta, Bhidé trae a colación lo siguiente:

... los directivos de las grandes corporaciones eran unos perfectos desconocidos (“toda una generación de quienes viven fuera de Detroit

o no pertenecen a la industria automotriz ignoran el nombre del actual director de la General Motors”) y carecían de una participación apreciable en la propiedad de la empresa. La importancia de esos “hombres de organización” y de las corporaciones que controlaban hizo del emprendedor individual un tema de estudio poco atractivo (Bhidé, 2001, p. XI).

Left ubica prácticamente en los comienzos del decenio de los setenta el desinterés de la literatura económica académica por el estudio del empresario, dando a entender que de algún modo este problema había sido resuelto. La razón que esgrime es que la gran expansión de la demanda agregada y la intervención económica de los gobiernos, que obraron positivamente en los países subdesarrollados a lo largo de los años cincuenta y sesenta logrando alcanzar tasas de crecimiento importantes, dejaron de lado las preocupaciones que habían formulado algunos estudiosos en sus trabajos de investigación, en los cuales trataron de explicar los problemas del subdesarrollo y del atraso económico en relación con la escasez de empresarios o las restricciones económicas, sociales y culturales a la aparición de la actividad empresarial, diluyendo en consecuencia la importancia de poseer una adecuada dotación de factor empresarial (Torres, 2003, p. 7).

Empero, agrega Left, estas nuevas realidades evidenciaron otros aspectos del problema, como el de la influencia del Estado en la actividad empresarial, o los relacionados con la desigual evolución de la tasa de crecimiento de la productividad en los diferentes países y los intentos por integrarlos en el análisis económico ortodoxo (Torres, 2003, pp. 7-8), renaciendo de nuevo la preocupación de estudiar al empresario por parte de los economistas.

Entre quienes intentaron de manera seria establecer una teoría del empresario que llevara a cabo esa integración está Kirzner. Su análisis parte de considerar que la asignación de los recursos productivos en una economía capitalista se efectúa por medio del mercado en condiciones de desequilibrio, en el cual los agentes que participan no cuentan con la información necesaria para guiar sus actuaciones, lo que da lugar a desajustes que significan oportunidades de beneficios no fáciles de detectar (Torres, 2003, p. 12).

Este autor considera que la característica principal del empresario es la de estar alerta ante cualquier ocasión de lograr excluir el despilfarro. El beneficio es el resultado de adelantarse a los acontecimientos futuros e intentar dominarlos de alguna manera (Valdaliso y López, 2000, p. 35). En cuanto agente en permanente estado de alerta y con capacidad de captar información que proviene de las señales del mercado que los demás no logran discernir, cumple una función consistente en detectar los desajustes del mercado para apropiarse del beneficio que llevan asociado (Torres, 2003, p. 13).

Un segundo autor que en sus escritos de finales de los años sesenta, setenta y ochenta formuló una teoría del empresario es Leibenstein, quien cree que la función de aquel consiste en reducir las ineficiencias que provienen de los fallos de mercado, de los mercados imperfectos e información incompleta, los cuales traen como consecuencia una asignación ineficiente de los recursos. Según este economista, el beneficio deriva de una mejor asignación de estos (Torres, 2003, p. 13).

En tercer lugar se encuentra Casson, quien a principios de los años ochenta intentó sistematizar las teorías del empresario desarrolladas por Schumpeter, Knight, Leibenstein y Kirzner, integrando cada uno de sus aportes y tomando

como hilo conductor el acceso a la información por parte de este agente. Ya que la disponibilidad de información es la base principal que guía su conducta —sostiene—, la tarea fundamental del empresario es la de conquistarla, con el fin de reducir ineficiencias, innovar, rebajar la incertidumbre para captar las oportunidades que el mercado brinda.

Por último, vale la pena destacar a Baumol que por esta misma época y posteriormente a comienzos de los años noventa, desarrolló una teoría del empresario sustentada en los planteamientos schumpeterianos, pero yendo más allá. Las tres proposiciones en que descansa su teoría de la función empresarial son:

... i) las reglas de juego que determinan los rendimientos relativos de las diferentes actividades empresariales varían de forma esencial, según el tiempo y el lugar; ii) el comportamiento empresarial varía de una economía a otra, en función de las variaciones en las reglas de juego; y iii) la asignación de las funciones empresariales entre actividades productivas e improductivas, aunque no sea la única influencia pertinente, puede tener un profundo efecto sobre el proceso de innovación y difusión de los avances tecnológicos en la economía (Torres, 2003, p. 15).

Para Baumol, los empresarios son “aquellas personas con ingenio y creatividad para encontrar los cauces que acrecientan su propia riqueza, poder y prestigio [...] Entre sus intereses no ocupa un lugar señero el que una actividad que alcance estas metas añada mucho o poco al producto social”, esto es, “un obstáculo real para la producción” (Torres, 2003, p. 20). En otras palabras, parafraseando a Smith, en sus planes no está el beneficiar directamente a la sociedad, el ser un benefactor de los demás. O podríamos añadir, pensar en el daño

que su actividad pueda ocasionar a la sociedad. En lo único en que piensa es en el beneficio que esta le puede reportar.

El que obre de manera productiva, improductiva o destructiva para alcanzar su objetivo, que es la ganancia a la que aspira, “dependerá de la estructura de recompensas relativas, de las restricciones o cortapisas que ofrezca cada una de ellas y no de la consideración ‘benévola’ por parte del empresario acerca de si contribuye o no, y con qué intensidad, al bienestar o al desarrollo económico del país.” (Torres, 2003, p. 21).

Sin embargo, a pesar de estos y otros esfuerzos realizados por algunos economistas, siguiendo a Bhidé, los emprendedores no desempeñan un papel prominente en la teoría económica actual. Baumol en un trabajo realizado en 1993, el cual es citado por aquel, sostiene que “hicieron frecuente pero simbólica aparición en los textos de los economistas clásicos en tanto que ahora prácticamente han desaparecido de la bibliografía teórica” (Bhidé, 2001, p. xxvii). Agrega que las referencias a emprendedores en la teoría económica formal son escasas y las más de las veces nulas. En la teoría se parte del supuesto de empresas “sin emprendedores”, integradas por un grupo de administradores que “reaccionan mecánicamente a los cambios que les imponen acontecimientos externos fortuitos”. En apariencia, la teoría “no ofrece la posibilidad de ocuparse eficazmente de la descripción y el análisis de la función empresarial” (Bhidé, 2001, p. XXVIII).

Empero, lo cierto es que a pesar de la poca o mucha atención prestada por economistas y, podríamos afirmar, otras disciplinas, intelectuales y algunos sectores de la sociedad a los empresarios, estos han tenido y siguen teniendo una gran injerencia en los asuntos económicos, sociales, políticos y culturales de un país. No obstante —de

acuerdo con Bhidé—, el fortalecimiento de las grandes corporaciones, y con este el aumento del peso de los directivos asalariados, las compañías administradas por sus propietarios, las cuales pasaron a ocupar un segundo plano después de terminada la Segunda Guerra Mundial, siguieron representando aproximadamente la mitad de la actividad económica en los Estados Unidos.

Los vaticinios formulados por Schumpeter y las percepciones comunes de la omnipresencia de las grandes corporaciones en la década de 1970, se vinieron al suelo. Lo escrito por Galbraith en 1957, que estas no perdían dinero, dejó de ser cierto. En lo sucesivo ya no fueron inmunes a las pérdidas. La constatación en 1979 de que la generación del 66% de los nuevos empleos en los Estados Unidos recaía en la pequeña empresa, fue motivo suficiente para que las nuevas empresas y los emprendedores volvieran a la palestra en la década de 1980 y el interés en la capacidad de estos se desbordara en las escuelas de Administración. En palabras de Bhidé:

... Pero los emprendedores ya han reconquistado la imaginación popular. Un número cada vez mayor de ambiciosos hombres y mujeres jóvenes sueñan con iniciar su propia empresa, no con ascender en las filas corporativas. Los políticos ven en las nuevas empresas la posibilidad de generar empleos y estimular el crecimiento económico. Este renovado interés ha producido una significativa demanda de conocimientos sistemáticos sobre las características distintivas de los emprendedores individuales [...] El resurgimiento de los emprendedores se deriva en parte de la moderación de las poco realistas expectativas que despertaron las grandes corporaciones (Bhidé, 2001, p. XIII).

América Latina (especialmente Colombia) no ha sido ajena a esta discusión. Y aun cuando en algunos casos, por otras causas, políticos

e intelectuales han formulado preguntas a lo largo del siglo xx, relacionadas con el origen y el papel del empresario en la sociedad, hacia mediados de los años cincuenta, el empresario, identificado con los industriales, fue considerado un agente dinámico y modernizador. Al finalizar la década de los sesenta y durante los setenta, período dominado por las dictaduras de derecha, los empresarios terminaron siendo vistos como parte integral de las coaliciones antisocialistas y antipopulistas (Durand, 2000, pp. 75-76). A partir de los años ochenta, según Durand:

... cambios provocados por la profunda crisis recesiva —de estos años—, crisis que trastocó la vida cotidiana y el sistema de expectativas del conjunto de la población, principalmente en las ciudades. Las nuevas ideologías sobre el “hacer empresa”, la crisis del modelo de industrialización sustitutiva y la consiguiente pérdida de influencia política de los populismos y socialismos; [...] aceleró cambios en la estructura social en tanto pauperizó y “empresarizó” al mismo tiempo a grupos de clase media y popular. En la medida en que ni el sector privado formal ni el Estado ofrecían oportunidades de empleo, la idea de hacer empresa individual y familiar para vender bienes y servicios, para sobrevivir y “salir adelante”, volcó al mercado a los pobres urbanos y a la clase media. Surgieron entonces, como tendencia contracíclica, el multiempleo, el autoempleo y toda clase de “negocios” formados por informales, núcleos familiares y pequeños empresarios [...] y una nueva generación de empresarios de origen profesional, cuyo título universitario ya no era garantía de empleo, y que se vieron tentados por la idea de hacer empresa (Durand, 2000, p. 79).

La puesta en marcha de la ideología neoliberal, los procesos de apertura económica, la globalización y las privatizaciones han conducido en las últimas

décadas a una mayor legitimidad y fortalecimiento del empresariado como agente económico y actor político, a una mayor vigencia, poniéndolos como ejemplo a seguir, y a quienes hay que admirar o tratar de emular.

En los países de Latinoamérica y concretamente en Colombia, adquiere más relevancia el estudio, la investigación y el análisis del empresario, sobre todo el perteneciente a las *mypimes*, porque es el predominante (sin que esto signifique que sea el que más aporte al PIB, o que estamos en una sociedad democrática de pequeños, micro y medianos empresarios). Aquí, contrario a los Estados Unidos, no se ha desarrollado el capitalismo gerencial; lo que se da es el capitalismo familiar. La propiedad y la gerencia están concentradas en manos de individuos, familias o grupos familiares pertenecientes a la élite.

Conclusiones

Resumiendo, podríamos decir que los puntos de vista expuestos por los economistas franceses Cantillón, Belidor y Say, o los de otras nacionalidades como Sombart, Schumpeter, Knight, Kirzner, Casson, Leibenstein, Baumol y Bhide, tienen en común el destacar el papel central que desempeña el empresario en la actividad económica como aquel que asume riesgo o incertidumbre, coordinador, árbitro, innovador, reductor de incertidumbre, aprovechador de oportunidades o agente con ingenio productivo, improductivo o destructivo. Por el contrario, los economistas clásicos ingleses (Smith, Ricardo), Marx, los neoclásicos (Alfred Marshall, Leon Walras) y la teoría microeconómica moderna, iniciada a comienzos de los años treinta, no le atribuyeron al empresario un papel preponderante en el crecimiento económico de un país.

Este recorrido, realizado de manera sucinta, permite concluir que la mirada hacia el estudio del empresario a lo largo del tiempo ha cambiado, yendo de un extremo a otro en forma intermitente, apareciendo y desapareciendo de la literatura económica (períodos en donde se le ha destacado positivamente, seguidos por otros en donde la apreciación ha sido negativa o de ignorancia). Épocas en las que a este agente económico se le ha considerado importante, y ha habido una preocupación por acercarse desde la academia e incluso desde instancias gubernamentales o privadas de otro carácter, con el propósito de profundizar en sus características y su modo de comportarse. Y momentos en que se ha menospreciado su papel en el desarrollo económico de un país y ha sido objeto de satanización, decayendo el interés y la investigación sobre aquel.

Lo cierto es que independientemente de lo que se piense, se diga y se escriba del empresario (mucho o poco), bien o mal, este se encuentra presente en todas las sociedades capitalistas del mundo (desarrollados o subdesarrollados) y ejerce una gran influencia en el ámbito económico, social, político y cultural, siendo necesario estudiarlo para tener una visión más completa de los procesos históricos.

Específicamente, el micro, el pequeño y el mediano empresario no han desaparecido en los países industrializados, y mucho menos en los subdesarrollados, como lo evidencian distintos trabajos llevados a cabo en los Estados Unidos, Europa y América Latina y concretamente en Colombia. Más aún en el nuevo contexto de globalización, apertura económica y de auge del neoliberalismo, los cuales le atribuyen al sector privado y a este actor un rol de primer orden en la sociedad.

Referencias

- Bhidé, A. (2001). *Origen y evolución de nuevas empresas*. México: Oxford University Press,
- Chandler, Jr. A. (1977). *La mano visible. La revolución en la dirección de la empresa norteamericana*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.
- Durand, F. (2000). Nuevos empresarios (y algunos viejos problemas). *Nueva Sociedad*, 151, 75-76.
- Schumpeter, J. (1957). *Teoría del desenvolvimiento económico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Schumpeter, J. (1963). *Capitalismo, socialismo y democracia*. México: Aguilar.
- Sombart, W. (1977). *El burgués*. Madrid: Alianza Universidad.
- Torres, E. (2003). Funciones empresariales y desarrollo económico, En: Dávila, C. (Comp.), *Empresas y empresarios en la historia de Colombia. Siglos XIX-XX. Una colección de estudios recientes* (pp. 3-32). Bogotá: Editorial Norma, Ediciones Uniandes, Facultad de Administración de la Universidad de los Andes, 2 tomos.
- Valdaliso, J., y López, S. (2003). ¿Sirve para algo la historia empresarial? En: Erro, C. (Dir.), *Historia empresarial, pasado, presente y retos de futuro*. Barcelona: Ariel Empresa.