

EMPRESARIALIDAD Y EMPRESA: UNA APROXIMACIÓN DESDE LA ESCUELA AUSTRIACA

GEOVANNY PERDOMO CHARRY

Doctorando en Administración, EAFIT- HEC, Colombia – Canadá.

Magíster en Gerencia del Talento Humano, Universidad de Manizales, Colombia.

Docente de planta, Facultad de Economía y Administración, Universidad Surcolombiana, Colombia.

Dirigir correspondencia a:

Calle 27 Sur No. 27C-50, Apto. 803, Torre 3, Envigado, Colombia.

gperdomo@eafit.edu.co

Fecha de recepción: 21-04-2009

Fecha de corrección: 24-09-2009

Fecha de aceptación: 13-04-2010

RESUMEN

Este artículo de revisión teórica de las categorías *Empresarialidad* y *Empresa* es abordado desde la escuela austriaca, debido a su alta influencia en los estudios de administración en la sociedad capitalista actual. Se hace una descripción de la empresarialidad, empresario, emprendedor y empresa con el propósito de argumentar posibles trabajos de investigación en administración, que soporten teóricamente la creación de empresas y el fortalecimiento empresarial a nivel mundial; haciendo hincapié en la teoría económica de la empresa expuesta por Cantillon y continuada por Menger, Schumpeter, Hayek, Mises y Kirzner. Estos dos últimos han transitado de la noción económica del empresario hacia la economía de la organización con una visión holística, incorporándole elementos sociales y psicológicos en su desarrollo.

PALABRAS CLAVES

Empresarialidad, emprendedor, empresario, empresa, escuela austriaca.

Clasificación JEL: M21

ABSTRACT

Entrepreneurship and company: An approximation from the Austrian School

This article provides a theoretical review of the categories *Entrepreneurship and Company* following the approach of the Austrian School, which has a major influence on management studies in our current capitalist society. It provides a description of entrepreneurship, businessman, entrepreneur, and company aiming at making a case for possible research studies in administration that provide a theoretical foundation for creating new companies and strengthening businesses worldwide. It also emphasizes the economic theory of companies presented by Cantillon and continued by Menger, Schumpeter, Hayek, Mises, and Kirzner. These two last authors have made a transition from the economic notion of businessman towards organizational economy with a holistic vision, incorporating social and psychological elements in its development.

KEY WORDS

Entrepreneurship, entrepreneur, businessman, company, Austrian School.

RESUMO

Empreendedorismo e empresa: Uma abordagem a partir da Escola Austríaca

Este artigo de revisão teórica das categorias *Empreendedorismo e Empresa* é abordado a partir da escola austríaca, devido a sua grande influência nos estudos de administração na sociedade capitalista atual; isto é, se faz uma descrição do empreendedorismo, empresário, empreendedor e empresa, com a finalidade de argumentar possíveis trabalhos de investigação em administração, que apoiem teoricamente a criação de empresas e o fortalecimento empresarial a nível mundial; com ênfase na teoria econômica da empresa apresentadas por Cantillon e continuado por Menger, Schumpeter, Hayek, Mises e Kirzner. Estes dois últimos transitaram da noção econômica do empresário para a economia da organização com uma abordagem holística; incorporando fatores sociais e psicológicos em seu desenvolvimento.

PALAVRAS CHAVE

Empreendedorismo, empreendedor, empresário, empresa, escola austríaca.

INTRODUCCIÓN

Los planteamientos que a continuación se pretende delinear son un acercamiento conceptual a la escuela económica austriaca, desde la teoría económica de la firma, que recoge elementos teóricos indispensables como la empresariedad, empresario, emprendedor y la firma,¹ que soportan trabajos de investigación en campos del saber como la economía de la organización, la creación de empresas, el fortalecimiento empresarial y la administración. Es decir, este artículo de revisión teórica se enmarca en el proceso de construcción del marco de referencia de la tesis de PhD. en Administración, denominada “Institucionalización de la transferencia de conocimiento entre incubadoras de empresas y emprendedores”, que el autor actualmente cursa, donde la noción de emprendedor de esta perspectiva se encuentra vigente en la mayor parte de los estudios económicos y administrativos.

Como antecedente importante a la anterior afirmación, se puede expresar que se ha transitado de la mano invisible del mercado (Smith, 1983), hacia la mano visible de la empresa (Chandler, 1995), es decir, el emprendedor y empresario adquieren preponderancia en el mundo productivo, toda vez que ellos representan el dispositivo de cambio y transformación permanente en el mercado, a partir de la nueva concepción de la *destrucción creativa*, incorporada por Schumpeter (1934).

Por ello, este artículo es concebido a partir de cuatro tópicos que retoman

la empresariedad y la empresa desde la concepción austriaca. El primero, es un prolegómeno de la teoría económica de la firma; el segundo, hace referencia a la teoría económica de la firma desde la perspectiva austriaca; el tercero, retoma la noción de empresariedad, incorporando el concepto de empresario y emprendedor desde la escuela austriaca, de tal manera que muestre de forma general cómo se articula esta corriente de pensamiento económico moderno, a los estudios investigativos en administración y/o organización; y por último, se presentan unas breves conclusiones.

I. PROLEGÓMENOS DE LA TEORÍA ECONÓMICA DE LA FIRMA

La teoría económica de la firma o empresa comúnmente conocida en América Latina, ha sido abordada tradicionalmente desde diferentes escuelas de pensamiento. Por un lado se tiene la economía política clásica, cuyos mayores exponentes son Mill, Smith, Say y Marshall, los cuales tocan de manera superficial la noción de empresariedad y empresa en la teoría económica, dándole poca importancia a este elemento en el mercado. Y por el otro, la escuela austriaca con exponentes ilustres como Cantillon (haciendo claridad que él proviene de la escuela fisiócrata), Menger, Schumpeter, Hayek, Mises y Kirzner, que sí hacen referencia de forma precisa a la importancia que tiene la empresariedad y empresa en la economía, como elemento relevante en el mundo productivo y el mercado.

1 Que para efectos de este escrito el concepto de firma será entendido también como empresa o viceversa.

No obstante, antes de retomar estas dos escuelas de pensamiento, es imperativo conocer de forma general el preludio de la economía moderna que se da a partir del “siglo XVIII en Francia con la figura de los fisiócratas cuyo mayor exponente es Cantillon, quien introdujo por primera vez el concepto de empresario en el análisis económico” (Spengler, 1960, p. 105) y fue continuado por Quesnay, el cual “divide a los productores de la economía de mercado en dos clases: -contratados-, quienes reciben salarios fijos, o rentas fijas, y -empresarios-, con ganancias que no son fijas y resultan inciertas” (Rothbard, 1995, p. 351).

Sin embargo, desde el origen de la escuela clásica (1776-1870), desaparece virtualmente el concepto de empresario de la economía política británica del siglo XIX, según el cual, Smith y la escuela transformó la noción de empresario a capitalista, es decir, que David Ricardo y Marx ignoraron por completo la noción de empresario, porque no les insertaba el término en su teoría económica, que estaba dividida entre el capitalista y proletariado. Error grave, que según Blaug (1997), ellos omitieron cuando introdujeron el concepto de *cambio tecnológico*, debido a que los empresarios casi siempre estaban ligados con los cambios técnicos de la época.

No obstante, el único economista de la escuela clásica que escribió en detalle sobre los empresarios fue Benthan en 1787 (citado por Mill, 1976), quien no estaba de acuerdo con Smith sobre la usura, y creía que cobrar interés sobre los préstamos era una parte clave del proceso innovador que constantemente generan los empresarios.

Pero esta postura no fue abordada en los debates epistemológicos de esta corriente de pensamiento durante poco más de un siglo.

Como consecuencia de esto, la escuela clásica finalizó con la llamada revolución marginal de la década de 1870, y desde entonces, sus doctrinas centrales pasaron a denominarse neoclasicismo (Blaug, 1986). Durante este período, aproximadamente entre 1880 a 1910, las producciones teóricas británicas y austriacas dominaron la profesión económica, a través de maestros o escritores tales como Marshall (1842-1924), Pigou (1877-1959), Menger (1840-1921), Von Böhm-Bawerk (1851-1914), Von Wieser (1851-1926). Así mismo, también fueron importantes, aunque no reconocidos de inmediato, el francés Walras (1834- 1910) y el sueco Knut Wicksell (1851-1926). Estos pensadores trataron diversos temas pero, en su gran mayoría, no incluyeron ningún agregado a la teoría económica de la firma.

La teoría neoclásica de la firma que forma la base del equilibrio competitivo general, en sus modelos económicos no tiene en ningún lugar al empresario. En manuales de economía, *la firma* es una función de producción o el juego de posibilidades de producción, una caja negra que transforma entradas en salidas, pero no es un elemento central en el equilibrio de mercado. Este comportamiento se dio a la luz del crecimiento de las empresas y el avance de la industrialización en el mercado.

Es decir, que la teoría económica de la firma surgió y tomó forma como aquel empresario que estaba siendo desterrado del análisis microeconómico, primero en 1930 cuando la firma

fue subsumida en la teoría neoclásica de precios (O'Brien, 1984), y luego en 1980, la teoría de la firma fue formulada de nuevo en el lenguaje de la teoría de juegos y la economía de información. El acercamiento gradual del pensamiento neoclásico en economía, incluye la aproximación a la teoría de la firma, así como al espíritu emprendedor, llamado "el espectro que atormenta los modelos económicos" (Baumol, 1993, p. 17).

Por lo anterior, la contribución moderna a la teoría de la firma (Williamson, 1975, 1985, 1996; Milgrom y Roberts, 1992; Hart, 1990, 1995; Jhonson, 2005) es tenida en cuenta recientemente en la economía neoclásica cuando se hace referencia al "espíritu emprendedor que pasa a ser hoy en día una de las temáticas más tratadas y desarrolladas en la economía moderna". (Foss y Klein, 2004, p. 2).

En otras palabras, se afirma que la insuficiencia de la teoría tradicional de la firma explica la mayor parte del interés reciente en la teoría de agencia, la economía de coste de transacción, y otras teorías explicadas por Coase (1968) en su texto, *La Naturaleza de la Firma*, donde se introdujo fundamentalmente un nuevo modo de pensar la firma.

Coase (1968), argumentó que en el mundo de la teoría neoclásica de precios, las firmas no tienen ninguna razón de existir. Igualmente, presentó las consideraciones básicas de la teoría económica de la firma, que "considera de una manera comparativa institucional la asignación de transacciones a través de estructuras de gobernación alternativas" (Foss y Klein, 2004, p. 11), es decir, que la economía moderna de organización presentada por él y

desarrollada por la teoría post-coasiana de la firma o más generalmente la economía de la organización (Krauss, 2004) sigue concibiendo la firma como una entidad contractual cuya existencia, fronteras y organización interna pueden ser explicadas en términos de economización sobre varios tipos de costos de transacción.

En síntesis, se puede decir que producto de la omisión histórica del empresario en la economía clásica y neoclásica, la economía austriaca es la única corriente de pensamiento que retoma estos elementos de manera distinta para ser estudiados de forma relevante en la teoría económica, reconociendo al empresario como elemento clave en el proceso de mercado, haciendo evidente que desde sus orígenes la escuela está relacionada con el reconocimiento del empresario como un componente central de esta teoría económica.

2. TEORÍA ECONÓMICA DE LA FIRMA: LA MIRADA AUSTRIACA

La teoría económica de la firma surge como noción económica importante en el sistema capitalista, a partir de los pensadores austriacos, toda vez que ellos desde sus preludios tocan la teoría económica de la firma, retomando lo planteado por los fisiócratas cuyo mayor exponente es Cantillon (1959), quien incorpora en los estudios económicos la noción de empresario como una variable imperativa en el desarrollo del sistema económico capitalista, que había sido relegado durante muchos años por los clásicos, y que para fortuna de las ciencias económicas y administrativas, los austriacos la han retomado como objeto de estudio relevante en la economía moderna.

Por lo anterior, se puede afirmar que los austriacos fueron los primeros en re-considerar la teoría económica de la firma a partir de la noción de empresarialidad y empresa, desde la perspectiva de empresario-emprendedor, que no necesariamente tiene los recursos sino que él, desde su perspicacia, accede al mercado identificando oportunidades de negocios en el entorno que le permiten incursionar como tal.

Como lo menciona Kirzner (1998):

El enfoque basado en el descubrimiento y la creatividad empresarial que ha sido desarrollado por la moderna teoría económica austriaca durante el último cuarto de siglo; se construyó esta perspectiva a partir de los elementos derivados de Hayek, Mises y Schumpeter (p. 266).

Hayek aborda la temática más desde el descubrimiento y la creatividad empresarial, mientras tanto, Mises la retoma desde la noción de acción humana o, mejor dicho, como *homo agens*; y finalmente, Kirzner habla del emprendedor innovador (Schumpeter, 1962) explicitando que:

La función del empresario, consiste en reformular y revolucionar el patrón de producción explotando una invención o, más generalmente, una posibilidad tecnológica no ensayada antes, para producir una nueva mercancía o una mercancía existente de una manera nueva, abriendo nuevas fuentes de suministro de materiales o una nueva elaboración de productos, o reorganizando una industria (p. 140).

Así, la empresarialidad y la competencia están presentes en el proceso de mercado competitivo, bien denominado por Kirzner (1998), cuando

señala de forma acertadamente crítica, la diferencia entre proceso de mercado y el equilibrio de mercado establecido por los neoclásicos en su teoría de precios.

Como se puede observar, las visiones tanto clásica como austriaca difieren en su forma y contenido en lo relacionado con el estudio de la empresa, donde en la primera desaparece como objeto de estudio, haciendo más hincapié en la fuerza del mercado y su relación entre oferta y demanda, emergiendo como énfasis de estudio el equilibrio del mercado y despreocupándose del empresario; mientras tanto, en la segunda visión se hace un llamado a la necesidad de abordar al empresario como un motor del desarrollo económico, desde perspectivas y nociones centradas en el hombre de negocios, director de negocios o mejor llamada perspicacia empresarial.

Parafraseando a Kirzner (1998) en su crítica al modelo del equilibrio, se quiere citar en primera instancia las bases del enfoque austriaco, donde él expresa:

Las críticas a las deficiencias de los modelos de equilibrio que tratan de explicar los fenómenos de mercado como si se encontraran, en cada instante, en una nueva situación de equilibrio; y en la convicción de que, desde el punto de vista metodológico, a toda teoría de mercado debe exigírsele que no se limite a dar por supuesto ya que ha alcanzado el equilibrio, sino que ofrezca una explicación más realista y plausible de cómo, a partir de un conjunto inicial de condiciones que no se encuentran en equilibrio pueden esperar que se pongan en movimiento en el mercado determinadas tendencias coordinadoras (p. 257-258).

Esto significa que los austriacos, no solo critican estas posiciones, sino que proponen algunos elementos específicos para su solución, donde está inmerso el conocimiento y la creatividad, punto de partida de la comprensión de la empresa.

Una de estas soluciones que proponen los austriacos y que señala Kirzner (1998), es la concerniente a reconocer el importante papel que juegan el conocimiento y la creatividad que tienen los procesos de coordinación que se dan en el mercado. En particular, el punto de vista austriaco entiende la coordinación como:

Un proceso sistemático en el cual los agentes del mercado adquieren más y más conocimiento o información mutua, cada vez más completa y exacta, sobre la demanda potencial y las posibilidades de la oferta; y considera que la fuerza impulsora de este proceso sistemático consiste en lo que después se denomina capacidad empresarial de descubrimiento (p. 258).

Es decir, el empresario se convierte en un hombre de negocios que identifica oportunidades a partir del conocimiento y la información mutua que obtiene, producto de su vinculación en el mercado a partir de las relaciones de intercambio.

Lo anterior indica que el mercado es concebido como un proceso empresarial, y el papel del conocimiento y la información juegan un rol importante en la expansión, a través de la interacción del mercado en todo proceso equilibrador, es decir, que la función empresarial proporciona la clave teórica para estudiar y explicar el mercado como proceso, el cual es impulsado por diferentes agentes del mercado que adquieren

la información y desarrollan acciones especulativas, imaginativas y atrevidas para encontrar oportunidades en él, buscando obtener beneficios empresariales puros en condiciones de desequilibrio, dándose la competencia en el proceso de mercado.

El papel de la competencia en la teoría económica según Mises y Hayek, citados por Kirzner (1998) es:

Que la economía debe centrarse no en el estado final hacia donde tiende el proceso de mercado, sino en el proceso de mercado mismo. Más recientemente Hayek ha insistido en la naturaleza de la competencia como proceso de descubrimiento, es decir, como proceso que genera un conjunto de hechos y datos que, sin recurrir al mismo, no podría haber llegado a ser conocido por nadie[...] (Hayek, 1994, p. 179).

Esto quiere decir que para los austriacos la competencia es el motor del desarrollo que impulsa el descubrimiento y la creatividad en los procesos de mercado. Dicho en otras palabras, la moderna teoría empresarial de los austriacos muestra una nueva visión de la empresa y el empresario que buscan incursionar en el proceso de mercado, a través de propuestas empresariales creativas e innovadoras que les permitan entrar en el mercado con beneficios en la producción y venta de los mismos, en campos antes inexplorados por los competidores.

Por esta razón, el análisis de los austriacos permite hacer evidentes algunos conceptos que ellos bien han citado, y que son de suma importancia para sustentar con mayor rigor el aporte que hace esta escuela de pensamiento a los estudios en administración, en lo concerniente “a) al papel de la función empresarial, b) el

papel del descubrimiento y la creatividad, y c) la competencia en sentido dinámico entendida como proceso de rivalidad y emulación” (Kirzner, 1998, p. 270).

El papel de la función empresarial está mejor expuesto por Mises cuando dice que es la “acción humana vista desde el punto de vista de la incertidumbre inherente a toda acción” (Kirzner, 1998, p. 271), es decir, que todas las decisiones que se toman son de carácter especulativo e inseparables de la noción de empresarialidad. Mientras tanto, el papel del descubrimiento o creatividad empresarial, aportado por Hayek, cuando lo cita Kirzner, diciendo que “fue el pionero a la hora de interpretar el proceso equilibrador del mercado como un proceso mutuo de descubrimiento” (Kirzner, 1998, p. 273), esto quiere decir, que hay personas que encuentran o descubren oportunidades que son transformadas en beneficios por el empresario.

Otro concepto desarrollado por los austriacos en la moderna teoría económica, es el relacionado con la competencia como proceso de rivalidad, la cual es expresada por Kirzner (1998) en términos de que:

La imaginación y el atrevimiento de los empresarios es lo que impulsa el proceso de mercado; de hecho, lo que constituye la esencia de este proceso no es sino un serie de descubrimientos que surgen como resultado de la perspicacia empresarial (p. 276).

Esto significa que está presente nuevamente la noción de empresarialidad en el desarrollo económico, toda vez que es en el descubrimiento de las oportunidades o la iniciativa empresarial donde alcanza sus beneficios el empresario. No obstante, existen

algunas críticas al enfoque austriaco, dentro de la misma escuela por ejemplo, hay dos tendencias o grupos:

Una se opone radicalmente a la afirmación de que el proceso de mercado tiene un carácter coordinador que lleva hacia el equilibrio, y el otro, rechaza el enfoque de la creatividad empresarial por pensar que la característica clásica clave del proceso de mercado consiste en el aprendizaje sistemático y mutuo que se verifica en sí mismo (Kirzner, 1998, p. 288).

Como producto de esta crítica expresada por la misma escuela se amplían los conceptos de empresarialidad y empresario como procesos de mercado y descubrimiento empresarial hacia un aprendizaje sistemático, lo cual implica una nueva forma de desarrollo de la economía moderna de la empresa, sustentada en los procesos de organización interna y externa, mediante el desarrollo y construcción de relaciones empresariales.

Las relaciones empresariales para algunos escritores recientes tiene correspondencia conceptual con la economía austriaca y la teoría de las capacidades de la firma, un acercamiento a la organización económica que toma en serio las nociones hayekianas de conocimiento tácito, dispersado y el comportamiento que sigue una regla (Dulbecco y Garrouste, 1999; Foss, 1994; Foss, 1997; Foss y Foss, 2001; Foss y Nicolai, 2001; Foss, Nicolai y Klein, 2002; Langlois 1992, 1995, 1998; Malmgren 1961; O’driscoll y Rizzo 1985).

Es decir, que a partir de la proliferación de esta temática de estudio se ha hecho una industria artesanal virtual en años recientes sobre el aprendizaje organizacional, la gestión del

conocimiento, el capital intelectual, entre otros, que se han encargado de reproducir una literatura de pocas ideas distintivas e implicaciones refutables que tienen sobre la economía de la organización. Sin embargo, ésta es en gran parte limitada con la exploración de las semejanzas que existen entre los dos cuerpos de pensamiento, economía y empresa. Por ello, existe la preocupación hoy de abordar otros temas importantes de los austriacos, en particular el espíritu emprendedor y la teoría del capital en la literatura reciente sobre la economía austriaca y la firma.²

El ensayo de Kirzner (1966) sobre el *capital*, “proporcionó un refinamiento importante a la teoría austriaca de capital acentuando el papel del empresario -tema que domina su trabajo posterior-” citado por (Garrison, 1997, p. 511). El acercamiento de Kirzner (1995), evita estas dificultades definiendo el activo de capital en términos de proyectos de producción subjetivo, individual. Proyectos que son formulados y continuamente revisados por empresarios que buscan beneficio. Mientras tanto, en la teoría moderna económica de la firma, prácticamente no hace caso al espíritu emprendedor en la dirección de la economía y estrategia de la firma.³

En síntesis, se puede decir que la teoría económica de la firma desde la perspectiva austriaca, ha tenido

una serie de cambios evolutivos en la forma de concebirla, que parten del hecho de colocarla como un elemento importante en la teoría económica, especialmente en la noción de proceso de mercado, al mismo tiempo que es abordada por la economía moderna actual, más desde los planteamientos de Schumpeter (1934) –escuela austriaca– y Coase (1968) –escuela neoclásica–; debido a que estos tienen un impacto económico fuerte en el sistema capitalista por las nociones de desarrollo tecnológico e innovación empresarial, que incrementan los niveles de productividad y competitividad empresarial en un proceso de expansión organizacional.

Surge pues la necesidad de generar normas y reglas que regulen las relaciones que generan los agentes empresariales, hoy denominado instituciones. Sin embargo, como ya se dijo en párrafos anteriores, el interés de este documento es establecer un hilo conductor entre la empresarialidad y la empresa, como referentes de estudio de la administración y la organización desde la perspectiva austriaca, la cual será abordada a continuación.

3. NOCIÓN DE EMPRESARIALIDAD

Para poder comprender esta noción es inevitable ir a la concepción de competencia y empresarialidad de Kirz-

2 Las excepciones son Dulbecco y Garrouste (1999) y Lewin (1998), quien habla de ideas de capacidades en el contexto de teoría de capital austriaca, y Witt (1999), quien trata de integrar al empresario y la teoría de la firma. Klein (1999) acentúa la relación entre el espíritu emprendedor y las fronteras de las firmas.

3 Los términos de “empresario y el espíritu emprendedor” aún no aparecen en los índices de textos principales sobre la economía de organización y dirección como Brickley, Smith, y Zimmerman (2004) o Besanko, Dranove, Shanley, y Schaefer (2004). Dos revisiones británicas de manuales de principios de economía (Kent, 1989; Kent y Apresurar, 1999) confirman una ausencia similar del concepto.

ner (1998), con el fin de argumentar su principio y desarrollo, que parte de identificar la necesidad insatisfecha y la oportunidad de beneficio que desea obtener el empresario mismo, que se da a partir del desarrollo de la perspicacia empresarial o acción humana, acompañada del conocimiento y la información del mercado en términos de oferta y demanda de productos o servicios. Es decir, entre el descubrimiento –necesidades de los otros– y los beneficios puros, emerge una relación entre fines y medios, que da origen a la función empresarial.

De hecho, la empresariedad empieza a ser reconocida en la economía moderna, ya que de ella surgió una nueva forma de ver el equilibrio de mercado, ya no en términos de la teoría de precios, cuyo énfasis son los precios y las cantidades, sino más bien a partir de considerar el mercado como un conjunto de actividades que desarrollan los participantes –consumidores, productores y propietarios de los factores– o mejor dicho, sus actividades resultan de las decisiones de fabricar, vender y comprar mercancías y recursos.

Kirzner (1998), reconoce de forma general en la empresariedad, cinco aspectos indispensables que le dan argumentos sólidos a la perspectiva austriaca de la empresa y el empresario al intentar reflexionar sobre los siguientes interrogantes: ¿cómo se da el proceso de mercado frente al equilibrio de mercado?, ¿cuál es la noción de empresario para la escuela austriaca?, ¿qué es la competencia y el monopolio?, ¿cuáles son los costes de venta, la calidad y la competencia?, ¿qué noción se tiene del largo y

corto plazo? y finalmente, ¿cómo es la competencia, el bienestar y la coordinación empresarial? Los cuales ayudan a fortalecer en primera instancia la corriente de pensamiento austriaca y en segundo momento, argumentar la importancia de estudiar sistemáticamente la empresa y el empresario en la teoría económica de la firma, que como ya se dijo anteriormente fue relegada por otros intereses teóricos tanto en la escuela clásica como en la neoclásica.

3.1. ¿Cómo se da el proceso de mercado frente al equilibrio de mercado?

En este aparte, el autor muestra a través de un contraste entre la teoría del equilibrio de los precios y la teoría del proceso de mercado, los elementos fundamentales para la comprensión del mercado, y que constituyen el núcleo central de esta teoría, la competencia y la empresariedad. Es decir, se muestra el modelo de competencia imperfecta, mas no el de la competencia perfecta, el cual, es incapaz de ayudar a comprender los procesos de mercado. En otras palabras, el análisis del elemento empresarial, sólo se da en los modelos de competencia imperfecta, ya que en ella se puede analizar aún más de forma inseparable el proceso de mercado y la función empresarial.

Lo anterior nos indica que el proceso de mercado siempre es competitivo, o mejor dicho, el proceso de mercado es esencialmente empresarial, queriendo esto decir, en palabras de Kirzner (1998):

Un proceso competitivo avanza porque los participantes están comprometidos en la carrera incesante para ponerse o

mantenerse en la cabeza de los demás; donde, como siempre, estar en cabeza, significa ofrecer las oportunidades más atractivas a los otros participantes del mercado. (p. 34).

Pero cuando la empresarialidad está abierta a todo el que quiera actuar en el mercado, es posible que en esa competencia se creen monopolios o el empresario se vuelva monopolista. Esta afirmación la ratifica el autor expresando que:

Lo más importante, que esta manera de considerar las cosas no enseña, que si un productor controla la producción de una cierta mercancía es un monopolista —sí lo es— no por virtud de su papel empresarial, sino como resultado de un monopolio sobre un recurso (Kirzner, 1998, p. 37).

Lo anterior reafirma el desacuerdo que hay entre la teoría de los precios y la teoría del proceso de mercado, en donde se encuentra que en el estado de equilibrio no hay sitio para el empresario, es decir:

Una economía que insiste en que el equilibrio tiende, por tanto, a pasar por alto el papel del empresario. Dicho papel viene a identificar con el movimiento de una posición de equilibrio a otra, con las —innovaciones— y con los cambios dinámicos, pero no con la dinámica del mismo proceso equilibrador (Kirzner, 1998, p. 42).

3.2. ¿Cuál es la noción de empresario para la escuela austriaca?

La teoría dominante trata exclusivamente la teoría de la empresa, y no al empresario, poniendo gran énfasis en la maximización de la ganancia. Estas apreciaciones revalidan la importancia de tener en cuenta al *empresario-emprendedor*, ya que su contribución está dada por la nueva

noción de empresarialidad, para la cual, su eje central de desarrollo está dado por la perspicacia empresarial que tiene el hombre en su relación de intercambio con otros en el mercado, donde su descubrimiento o creatividad dan como resultado la identificación de nuevas oportunidades que le acarrearán beneficios que otros no habían encontrado.

Pero no sólo se dan negocios innovadores, producto de la perspicacia del nuevo emprendedor, sino que también son dados por los empresarios que están en el mercado y que desean desarrollar otras iniciativas, lo que sólo se da con el reconocimiento de quien tiene el conocimiento y la información, es decir, él no tiene toda la información del medio necesaria para tomar las mejores decisiones, por ello acompaña sus acciones a partir de la vinculación de los individuos que sí la tienen, y esto lo hace ser aún más un hombre que asume riesgos y toma decisiones para obtener ganancias. Dicho en otras palabras, no sólo existe el elemento empresarial, sino que también lo acompaña la noción del empresario que tiene el conocimiento, es decir, que si el hombre de negocios no cuenta con la totalidad del conocimiento, él puede adquirirlo para su uso.

En este orden de ideas, la noción de empresario para la escuela austriaca está dada por hacer visible el descubrimiento y la creatividad empresarial como eje central del desarrollo de la economía moderna. No obstante, el primer pensador económico que presentó el concepto de empresario fue Cantillon (1996) en su libro, *La naturaleza del comercio en general*, al identificarlo con quien asume los

riesgos económicos derivados de la incertidumbre, es decir:

Si se exceptúa el príncipe y los terratenientes, todos los habitantes de un Estado...pueden dividirse en dos clases: empresarios y agentes asalariados; que los empresarios viven por decirlo así, de ingresos inciertos y todos los demás que cuentan con ingresos ciertos el tiempo que de ellos gozan (p.43).

Para Menger (1985), mientras tanto, el origen del empresario se da en “el proceso de transformación de unos bienes del orden superior y otros del orden inferior...”(p.52), es decir, los bienes de primer orden se hallan en la esfera de la economía de los hombres como un gran número de cosas que no tienen ninguna relación o conexión causal inmediata con la satisfacción de las necesidades, mientras tanto, los de segundo orden se dan en razón a su esencia, es decir, son los mismos del primero pero difieren en su relación causal con respecto a la satisfacción de las necesidades humanas inmediatas. Por ello, el empresario de Menger (1985), es aquel que identifica estos bienes del orden inferior y superior y los pone al servicio del mercado, buscando satisfacer las necesidades del mismo y obtener beneficios superiores.

Mientras tanto, para Schumpeter (1934), en su teoría del desenvolvimiento económico señala que “el empresario y su función no son difíciles de conceptualizar: la característica definitoria es simplemente el hacer nuevas cosas o el hacer de una manera nueva cosas que ya se habían hecho –innovación–” (p. 64), es decir, el empresario innovador es visto como aquel que genera una destrucción creativa en el mercado, de forma tal

que modifica el estado de equilibrio del mercado.

Estos conceptos, como ya se vio al inicio de este texto, son ampliados por Hayek (1994), cuando manifiesta que las empresas están ligadas con las organizaciones, o mejor dicho:

Cualquier organizador sólo determinará por medio de órdenes las funciones que a cada miembro corresponda desempeñar, así como los fines a alcanzar y ciertos aspectos generales relativos a métodos considerados lícitos. Permitirá, sin embargo, que los propios individuos, sobre la base de sus respectivos conocimientos y posibilidades, decidan en cuanto a los restantes detalles (p. 90).

Significado este, que adquiere relevancia en la nueva concepción de la empresarialidad, toda vez que su sentido está cargado de *acción humana* Mises (2001), y esto sólo es posible en la organización que el empresario establezca en la firma. Esta mirada de Hayek (1994) del orden dentro de la organización es, sin embargo, solo una dimensión de las diferentes facetas de acción del empresario, director u organizador de las actividades al interior de la empresa. En realidad, el quehacer del directivo es mucho más amplio y complejo, razón por la cual Marshall (1957) y Kirzner (1997), hacen una presentación más amplia y detallada de la labor del directivo en la constante interacción entre el orden espontáneo y el orden creado que enfrenta la organización en su entorno, y de algún modo en su ambiente interno respectivamente.

No obstante, es Kirzner (1998), quien además de las funciones que ha agregado Marshall (1957) a las funciones del ordenador de Hayek (1994), destaca la habilidad que debe

desarrollar el directivo para detectar lo que otros no detectan fácilmente, tanto en términos de información imperfecta del mercado, así como de oportunidades de obtención de beneficios, de identificación de talentos especiales en los trabajadores o proveedores que deban ser contratados para garantizar una ventaja frente a los demás competidores.

Así mismo, Mises citado por Kirzner (1998), aborda la noción de empresario a partir de la acción humana expresando:

El hombre económico de Robbins tiene la tendencia a moldear unos medios dados para adaptarlos a unos fines dados. El concepto mismo presupone una imagen dada de fines y medios; sin esa imagen no puede comprenderse la actividad económica. El *homo agens* de Mises, en cambio, no solo está provisto de la tendencia a perseguir sus fines eficientemente, una vez que los fines y los medios se han identificado con claridad, sino también del impulso y la perspicacia que se precisan para definir los fines a alcanzar y los medios disponibles (p. 48-49).

Dicho en palabras de Kirzner (1998):

El elemento empresarial hace que la acción humana sea algo activo, creador y humano, en vez de algo pasivo, automático y mecánico... Nos vemos obligados a reconocer que la decisión humana no se puede explicar puramente en términos de maximización, de una reacción pasiva que toma la mejor forma de adoptar el nivel superior del curso de la acción, según lo marcan las circunstancias (p.4).

Esto significa que el concepto empresarial sí está cargado de acciones humanas que no es posible circunscribirlas a nociones eminentemente mecánicas u objetivas, sino que

tienen una fuerte injerencia de subjetividad en la toma de decisiones empresariales.

En definitiva, se puede afirmar que hay una concordancia teórica entre Kirzner (1998) y Mises (1949) sobre la noción de empresario, la cual, se ve reflejada en la siguiente apreciación: “Lo que yo he llamado perspicacia empresarial Mises lo expresa definiendo la empresarialidad como la acción humana –vista en el aspecto de incertidumbre inherente a toda acción–” (p. 254). Empresario quiere decir “un hombre que actúa de acuerdo con los cambios que tienen lugar en los datos del mercado” (Kirzner, 1998, p.33).

3.3. ¿Qué es la competencia y el monopolio?

Kirzner (1998) intenta responder a este interrogante, manifestando que su desarrollo se da en términos de proceso, mas no de situación, es decir, existe un proceso competitivo marcado por la idea de que unos hombres compiten con otros, tratando cada uno de conseguir un resultado que les permita superar a sus rivales. No obstante, el proceso de competencia acá desarrollado es visto desde la perspectiva hayequiana en su significado, y continuado por Schumpeter (1934) como proceso de destrucción creadora, siendo el más próximo a los aportes de Kirzner (1998) sobre el proceso competitivo de mercado, donde está presente el empresario.

Con la anterior premisa se puede expresar que en la teoría económica de la competencia imperfecta se hallan sustentadas las concepciones sobre la competencia y el monopolio, es decir,

que dicha concepción no sólo toma el proceso competitivo de carácter esencialmente empresarial, sino que también toma los movimientos a corto plazo, así como los cambios a largo plazo, que son ejercidos tanto por los imitadores, como por los propios innovadores.

3.4. ¿Cuáles son los costes de venta, la calidad y la competencia?

Para Kirzner (1998), los costes de venta, calidad y competencia son propios de la naturaleza de la empresarialidad y del proceso competitivo del mercado, y están marcados por la perspicacia del empresario al decir:

En la decisión relativa a qué calidad de producto debe ser fabricada, el aspecto verdaderamente significativo no consiste en cómo economizar, con unos recursos dados, para la obtención de unos fines dados, sino en la perspicacia con que el productor advierte los tipos de mercancías que los consumidores desean comprar, los tipos de mercancía que la tecnología y los recursos disponibles pueden crear y las clases de recursos que se pueden reunir (p.153).

El autor llega entonces a concluir que:

El reconocimiento del carácter empresarial está dado en la decisión de producir, y nuestro conocimiento del aspecto de la decisión del fabricante-empresario por la que se compromete a asegurar que el consumidor se entere de la conveniencia y disponibilidad de sus productos, convergen para negar la validez de la distinción planteada entre actividad productiva y actividad de ventas, así como también entre costes de producción y costes de venta (Kirzner, 1998, p.164).

Las anteriores valoraciones demuestran que la empresarialidad está dada más por el descubrimiento y creatividad, que no necesariamente requieren recursos para incursionar en el proceso de intercambio de mercancías, sino más bien en la detección de oportunidades a partir del conocimiento y la información que se tenga para prever lo que va a ofrecer a los consumidores, buscando obtener beneficios transitorios en el corto o largo plazo según sea su participación en el mercado —monopolista o no de los recursos—. Siendo acá donde adquieren relevancia la publicidad, el conocimiento del consumidor y la economía de la información como elementos que apoyan el desarrollo de la empresa en términos de persuasión según los pensadores austriacos.

3.5. ¿Qué noción se tiene del largo y del corto plazo?

No solo en el aspecto del proceso competitivo-empresarial se debe tener en cuenta las nociones vistas anteriormente, sino que también es de suma importancia reconocer la valoración normativa del proceso, que se da en la claridad conceptual que se tenga del largo y el corto plazo en los desarrollos de la competencia y la empresarialidad.

Por ello, a continuación se hará un breve aporte a estos conceptos, ya que son soporte para establecer decisiones económicas en los procesos de ajuste de mercado, y en la valoración de las innovaciones y desarrollos tecnológicos a través de patentes, derechos de autor o de propiedad intelectual, entre otras figuras jurídicas, que dan incentivos a este tipo de acciones empresariales sustentadas en la perspicacia.

El corto y el largo plazo deben ser considerados en la toma de decisiones empresariales, que se dan producto de mejorar los niveles de beneficio o ganancia, y que establecen una serie de criterios o decisiones pasadas que se van acumulando y que alcanzan el objetivo establecido, ya sea de producir o vender algún producto o servicio. Esta apreciación es confirmada por Kirzner (1998), cuando expresa:

Creo perfectamente comprensible que el coste de elaborar un producto dado resulte ser de una magnitud cuando se refiere a la primera decisión de una larga serie de decisiones del pasado, y de otra cuando se refiere a otra decisión de dicha serie (p.164).

Es decir, los costes, los beneficios y las decisiones están directamente relacionados por determinación del tiempo de ejecución y desarrollo del mismo, ya sea en el corto o largo plazo, lo cual implica también un cambio en estos elementos.

3.6. ¿Cómo es la competencia, el bienestar y la coordinación empresarial?

Por último, se quiere retomar las características representativas de la teoría positiva del proceso competitivo-empresarial, en donde se hace referencia a que se debe tener el conocimiento y la coordinación en un libre y sano intercambio que mejore las condiciones de las partes en términos de beneficios y oportunidades de ganancia mediante el proceso mismo de intercambio, es decir, “el proceso empresarial-competitivo, nos presenta ahora no simplemente como generador de una tendencia al equilibrio, sino como descubridor y corrector de planes de decisiones

individuales discordantes” (Kirzner, 1998, p.232).

Por eso cuando se habla que hay que obtener beneficios, es necesario primero aprovechar las oportunidades disponibles percibiéndolas, para luego aprehenderlas y hacer la transacción mutuamente beneficiosa. Esto implica que los empresarios deben persuadir a los consumidores de la importancia de adquirir su producto, para obtener un bienestar mutuo a través de la coordinación de dicho proceso de mercado.

4. CONCLUSIÓN

La noción de teoría económica de la firma presenta sus bases en la escuela austriaca, que ha rescatado, resaltado y desarrollado el elemento empresarial en la teoría económica moderna, es decir, que la empresarialidad está inmersa en la teoría económica de la firma, debido a que aborda al empresario y la empresa como motores del desarrollo del sistema capitalista. Por lo tanto, adquieren relevancia los estudios administrativos y organizacionales toda vez que sus prácticas están inmersas en la dinámica social y económica de las firmas.

Igualmente, los empresarios, directivos y académicos deben cuestionarse acerca de la conexión que existe entre los estudios de administración y la teoría de la empresarialidad y la competencia, ya sea vista como empresa, organización o institución que desarrolla actividades económicas en el mercado. Es decir, hay que preguntarse: ¿exigen los empresarios firmas o empresas de negocio para efectuar su función?, ¿necesitan los empresarios firmas corporativas para

realizar su actividad empresarial? y ¿son controladas las firmas o empresas de negocio por empresarios, o por gerentes alquilados?

Los anteriores interrogantes dan la posibilidad de relacionar directamente la empresa y la administración, en términos de teorías y prácticas organizacionales que pueden ser abordadas desde diferentes corrientes de pensamiento, pero, acá se propone se haga la aproximación desde la escuela austriaca, debido a su proximidad teórica y conceptual con las teorías administrativas y organizacionales, que exigen una nueva forma de abordar la empresarialidad, desde el emprendedor-empresario.

En definitiva, la influencia de la noción de empresarialidad y empresa planteada por la escuela austriaca, se materializa hoy, en la teoría de la empresa y la teoría de la organización, en las concepciones de cambio técnico, emprendimiento, innovación, gestión, así como en la noción de recursos y capacidades de la firma, que está siendo estudiada de forma fragmentada y se propone sea abordada de manera complementaria.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Baumol, W. J. (1993). Formal Entrepreneurship Theory in Economics: Existence and Bounds. *Journal of Business Venturing*, 8, 197-210.
2. "Besanko, D., Dranover, D., Shanley, M. y Schaefer, S. (2004). *Economics of Strategy*. Third edition. New York: Wiley.
3. Blaug, M. (1986), *Economic History and the History of Economics*. Nueva York: NYU Press.
4. Blaug, M. (1997). *Economic Theory in Retrospect* (5a ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
5. Cantillon, R. [1755] 1959. *Essai sur la Nature du Commerce in Général*, Henry Higgs, ed. and trans. London: Frank Cass. Page references to Cantillon (1755) are given in the following order: first, from the original French (from Higgs [1931] 1959), second, the English translation (from Higgs [1931] 1959), and third the new Brewer (2001) edition.
6. Cantillon, R. (1996). Ensayo sobre la Naturaleza del Comercio en General. México: Fondo de Cultura Económica.
7. Chandler, A. (1995). Introduction: The visible hand. En Harvard University Press (Ed.), *The Visible Hand. The managerial revolution in American Business* (pp. 1-12).
8. Chandler, A. (1995). Conclusion: The Managerial Revolution in American Business. En Harvard University Press (Ed.), *The Visible Hand. The managerial revolution in American Business*.
9. Coase, R. (1968). La naturaleza de la empresa. En George Stigler y K.E. Boulding, *Ensayos sobre la teoría de los precios*. Madrid: Aguilar.
10. Dulbecco, P. y Garrouste, P. (1999). Towards an Austrian Theory of the Firm. *Review of Austrian Economics*, 11: 43-64.
11. Foss, N. J. (1994). The Theory of the Firm: The Austrians as Precursors and Critics of Contemporary Theory. *Review of Austrian Economics*, 7, 31-64.
12. Foss, N. J. (1997). Austrian Insights and the Theory of the Firm.

- Advances in Austrian Economics*, 4, 175-198.
13. Foss, K., Foss N., Klein, P. G. y Klein S. K. (2001). Heterogeneous Capital, Entrepreneurship, and Economic Organization, Special Issue. *Journal des Economistes et des Etudes Humaines*.
 14. Foss, K. y Nicolai F. (2001). Assets, Attributes, and Ownership. *International Journal of the Economics of Business*, 8: 19-37.
 15. Foss, K., Nicolai F., Peter G. K. y Klein S. (2002). Heterogeneous Capital, Entrepreneurship, and Economic Organization. *Journal des Economistes et des Etudes Humaine*, 12: 79-96.
 16. Foss, N. J. y Klein P. G. (2004). Entrepreneurship and the Economic Theory of the Firm: Any Gains from Trade?, *Handbook of Entrepreneurship: Disciplinary Perspectives* (Kluwer, forthcoming).
 17. Garrison, R. W. (1997). Review of Kirzner. *Essays on Capital and Interest*, in *The Freeman*, 47, 511-513.
 18. Hart, O. y Moore, J. (1990). Property Rights and the Nature of the Firm. *Journal of Political Economy*, 98 (6), 1119-58.
 19. Hart, O. (1995). *Firms, Contracts and Financial Structure*. Oxford: Clarendon Press.
 20. Hayek, F. (1994). Razón y Evolución. *Derecho, Legislación y Libertad. Volumen I, Normas y Orden (Capítulo 1)*. Madrid, España: Unión Editorial.
 21. Hayek, F. (1994). Cosmos y Taxis. *Derecho, Legislación y Libertad. Volumen I, Normas y Orden (Capítulo 2)*. Madrid, España: Unión Editorial.
 22. Jhonson R. C (2005). Entrepreneurship and Self-Finance -theoretical explanations for the empirical importance of the capitalist-entrepreneur.
 23. Kirzner, I. (1995). Extracto de *Lecturas de Economía Política*, vol. I (J. Huerta de Soto, Trad.), Madrid, España: Unión Editorial.
 24. Kirzner, I. (1997). Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach. *Journal of Economic Literature*, 35(1), 60-85.
 25. Kirzner, I. (1998). *Competencia y Empresarialidad*. Madrid: Unión Editorial.
 26. Klein, P. G. (1999). Entrepreneurship and Corporate Governance. *Quarterly Journal of Austrian Economics*, 2, 19-42.
 27. Krauss, M. (2004). *Economía para emprendedores*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Aguilar.
 28. Langlois, R. N. (1992). Orders and Organizations: Toward an Austrian Theory of Social Institutions. En B. Caldwell y S. Boehm (Eds.), *Austrian Economics: Tensions and New Directions*. Boston: Kluwer.
 29. Langlois, R. N. (1995). Do Firms Plan?. *Constitutional Political Economy*, 6, 247-261.
 30. Langlois, R. N. (1998). Capabilities and the Theory of the Firm. En N. J. Foss y B. J. Loasby (Eds.), *Capabilities, Coordination, and Economic Organization: Essays in Honor of George B Richardson*. London: Routledge.
 31. Malmgren, H.B. (1961). Information, Expectations, and the Theory of the Firm. *Quarterly Journal of Economics*, 75, 399-421.

32. Marshall, A. (1957). *Principios de Economía Política* (Libro IV, capítulo XII). Madrid: Aguilar.
33. Marshall, A. (1957). *Principios de Economía Política* (Libro VI, capítulos VII y VIII). Madrid: Aguilar.
34. Menger, K. (1985). *Principios de Economía Política* (Capítulos 1-3.). Barcelona: Ediciones Orbis.
35. Milgrom, P.R. y Roberts, J. (1992). *Economics of Organization and Management*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
36. Mill, J. S. (1976). *Principles of Political Economy*. Fairfield, N.J.: Augustus Kelley. (Trabajo original publicado en 1848).
37. Mises, L. V. (1949). *Human Action*. New Haven: Yale U. Press.
38. Mises, L. V. (2001). *La Acción Humana*. Madrid: Unión Editorial.
39. O'brien, D. (1984). The Evolution of the Theory of the Firm. *Methodology, Money and the Theory of the Firm, Vol. 1*. Aldershot
40. O'driscoll Jr., G. y Rizzo, M.J. (1985): *The Economics of Time & Ignorance*. Oxford, UK: Basil Blackwell.
41. Rothbard, M. (1995), *Economic Thought Before Adam Smith: An Austrian Perspective on the History of Economic Thought*, Vol. 1. Hants, UK: Edward Elgar.
42. Schumpeter, J. A. (1934/2000): Entrepreneurship as innovation. En I R. Swedberg (Ed.), *Entrepreneurship. The social science view*, pp. 51-75. Oxford: Oxford University Press. (except from chapter 2 of S's *The Theory of Economic Development*, 1934).
43. Schumpeter, J. A. (1962). *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York, NY, USA: Harper and Row.
44. Smith, A. (1983). *La Riqueza de las Naciones, Libro I* (Capítulos 1-9. Barcelona: Ediciones Orbis.
45. Spengler, J. J. (1960), Richard Cantillon: First of the Moderns. En J.J. Spengler y W.R. Allen (Eds.), *Essays in Economic Thought: Aristotle to Marshall* (2da ed), pp. 105-40. Chicago: Rand McNally.
46. Williamson, O. E. (1975). *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*. New York: Free Press.
47. Williamson, O. E. (1985). *The Economic Institutions of Governance*. New York: Free Press.
48. Williamson, O. E. (1996). *The Mechanisms of Governance*. Oxford: Oxford University Press. ☼