

# Factor “e”

“El deseo de mejorar nuestra condición nos acompaña desde el vientre materno y sólo nos abandona en la tumba” (Adam Smith, *La riqueza de las naciones*).

“La empresarialidad no consiste en hacerse de un billete ... que repentinamente se descubre en la mano, sino más bien en *darse* cuenta de que está a nuestro alcance y de que lo podemos atrapar” (Israel Kirzner, *Competencia y función empresarial*).

## Introducción

Los temas del empresario, de la empresa y empresarialidad casi siempre generan opiniones dispares; en muchas ocasiones a favor; otras, en contra. El presente artículo pretende exponer este tipo de actividad haciendo caso omiso de los juicios de valor, por lo que optaremos por un enfoque descriptivo de la misma. Es por ello que no vamos a juzgar quién es un auténtico empresario y quiénes, al amparo de aquél, simplemente gozan de beneficios u oportunidades empresariales que no han generado de un modo directo. La estrategia descriptiva nos invita a no tomar partido, a neutralizar cualquier sesgo ideológico que exalte una parte en detrimento de la otra. Que sea el lector quien al final se forme su propia opinión sobre la gestión empresarial.

Walter Hernández posee maestrías en Filosofía y en Economía Empresarial, y es profesor de Filosofía en la Universidad Rafael Landívar y de Retórica de la Economía Austriaca en la Universidad Francisco Marroquín.

## Receptor de señales

La imagen del juego de béisbol es muy sugerente para realizar una metáfora entre el empresario y el *cácher* (receptor o atrapador). Éste recibe señales del entrenador (manager), las interpreta, pasa el mensaje cual Hermes (Mercurio) al *pítcher* (quien a su vez interpreta o ejecuta el lanzamiento); el *cácher* atrapa la pelota que no es bateada; su habilidad de convertir los lanzamientos en *strikes* (zona imaginaria del cajón de bateo) dependerá de disuadir al *umpire* (juez o árbitro) para que decrete el *out* (sacar al bateador), lo que le permitirá a su equipo su turno al bate. En una palabra, su gestión es atraer para sí y para su equipo aquellos recursos (capitales) que le permitirán ganar el juego. Es interesante ver cómo el empresario también se convierte en un lector (intérprete) de las señales de lado de la demanda para poder dirigir y organizar su gestión.

Aunque no es nuestro interés teorizar en demasía con relación a la acción empresarial, vale la pena decir que emprendedor, empresario y empresa tienen como raíz común la voz latina *in prehendendo* que significa descubrir, atrapar, darse cuenta. Toda persona, al actuar, realiza una gestión empresarial, se trata de una función entendida como aquella capacidad del ser humano para “crear” y “darse cuenta de” las oportunidades que aparecen en su entorno y, que a su vez, le impelen a actuar para aprovecharlas. Se trata de una

---

capacidad de constante búsqueda, de una situación de creación de nueva información movido por propósitos (fines) que le obligan a organizar los medios a su disposición. El elemento fundamental de la gestión empresarial radica en su capacidad creativa y sólo es creadora aquella mente que se orienta a la acción y a la producción. Es posible que las escuelas y facultades, en vez de preparar la creatividad de las mentes, más bien los preparen para una vida rutinaria y subordinada, de una labor por cuenta ajena. Pero no es nuestro propósito aquí criticar los programas de estudios de las facultades de economía o escuelas de negocios. Lo que nos interesa es tratar de resolver por qué la función empresarial es difícilmente comprendida en el proceso económico.

### Un poco de historia

Para empezar, el concepto es algo confuso, pues goza de muchos sentidos. Algunos lo relacionan con la producción, como un factor agregado, además de los tres tradicionales (tierra, capital, trabajo). Otros van más allá del aspecto material de la producción, en un sentido más abstracto o espiritual (institucional o estructural), al ver en él una función coordinadora del proceso económico. A otros, más sensacionalistas, les gusta contemplar en la gestión empresarial la dualidad “equilibrador vs. desequilibrador” del mercado (Schumpeter, 1978 [1911]), y no faltan aquellos que pretenden hacer de su actividad una especie de sacralización o satanización, agregando adjetivos como *manager* y líder carismático, como innovador, como generador de empleo, elemento fundamental de crecimiento económico, o como un agente dañino a la sociedad, que se aprovecha de las urgencias de sus conciudadanos. Revisaremos, ahora, un poco la historia, no de la actividad empresarial

porque ésta nos remontaría a la prehistoria, sino del concepto *entrepreneur*.

Empresario o *entrepreneur* es una palabra francesa que posteriormente fue adoptada por el idioma inglés en el siglo XIX. Por otra parte, los autores ingleses en su literatura no usaban la palabra empresario, sino que en su lugar utilizaban conceptos como “capitalista,” *undertaker* o “aventureros.” John Stuart Mill dió cuenta de esta dificultad conceptual en una nota al pie de sus *Principios de Economía Política*: “Es de lamentar que esta palabra [*undertaker*], en este sentido, no es familiar al oído inglés. Los economistas franceses gozan de una gran ventaja ya que pueden hablar corrientemente de *les profits de l'entrepreneur*” (Mill, 1848, Libro II, Cap. 15).

Sin embargo, la palabra “empresario” también se remonta hasta la Edad Media. Hoselitz (1960) en su investigación sobre la historia de la teoría del empresario nos cuenta que el primer uso que habría tenido la expresión *empresario* en la Edad Media se refería a una persona activa, hacendosa, que gusta ver sus objetivos cumplidos. En el siglo XVI algunos escritores llamaron empresarios a Héctor y a los guerreros troyanos, hombres que arriesgaban sus vidas y propios recursos. Derivado de este concepto se encuentra la idea del empresario como alguien que afronta riesgos, idea que en el siglo XVII podría ser equivalente a afrontar incertidumbre. Otra acepción se atribuye a los hombres que realizaban obras públicas de gran importancia para la comunidad, sociedad o nación y que estaban relacionadas con rutas, canales, puentes, puertos, dragados, edificios públicos o catedrales. Es por ello que se identifica a monjes o sacerdotes encargados de diseñar y ejecutar iglesias como hombres “emprendedores.” Pero también en esta línea se deno-

---

minaba emprendedores a los contratistas del gobierno encargados de la realización o reparación de obras públicas (Landoni, 2006).

También hubo una tendencia a sobre-dimensionar el riesgo en la actividad empresarial. En el siglo XVIII, Richard Cantillon, precursor de los economistas clásicos, introdujo la palabra *entrepreneur* para referirse a un especialista en afrontar riesgos, como aquel que vive en incertidumbre y que no necesariamente vive de ella, porque hasta en muchas ocasiones muere (personal o empresarialmente) a causa de ella. Para Cantillon, un empresario es aquel que compra bienes de producción o bienes terminados pagando una suma fija y conocida a sus vendedores, pero nadie asegura sus propios beneficios:

El colono es un empresario que promete pagar al terrateniente, por su granja o por su tierra, una suma fija de dinero, que generalmente se supone equivalente en valor a un tercio de lo producido, sin la seguridad del beneficio que obtendrá de esa empresa.

[...] mucha gente en la ciudad se convierten en mercaderes o empresarios, comprando lo que el campo produce a aquellos que lo traen o trayéndolo por cuenta propia. Ellos pagan un precio cierto, según el lugar donde lo compran, para revenderlo al por mayor o al menudeo a un precio incierto (Cantillon, 1959 [1755]).

Nótese que la palabra “incierto” incluye tanto la posibilidad de pérdida como la de ganancia.

En sintonía con la idea de atrapador de oportunidades (a propósito de nuestra metáfora beisbolística), para Cantillon la función empresarial tiene que ver con la idea de arbitraje:

Entonces los mercaderes y los empresarios de los mercados en las ciudades comprarán a bajo precio el producto de las aldeas y los llevarán a la capital para venderlos a un precio mayor; y esta diferencia de precios necesariamente pagará el mantenimiento de los caballos y sirvientes y el beneficio de los empresarios, sin lo cual éste cesaría su empresa (*ibid.*).

En el caso de los campesinos (agricultores) Cantillon dice de éstos que todos los años ajustan la producción de los distintos bienes a la demanda guiándose por los precios (señales) de mercado. También llegó a intuir la distinción fundamental entre aquellos que aportan los fondos para el negocio y quienes descubren la oportunidad para obtener ganancias de éste, diferenciando así los empresarios de los terratenientes y trabajadores, quienes perciben una suma fija (capital, tierra, trabajo respectivamente):

Y todo el resto son empresarios, ya sea que se establezcan con un capital para conducir su empresa o sean empresarios de su propio trabajo sin capital, todos pueden ser considerados como viviendo en la incertidumbre ... (*ibid.*).

### **Conclusión: Factor “e”**

Retomando nuestra idea del agente descubridor y centinela, el comportamiento económico propio de los empresarios se vincula al descubrimiento. El empresario posee una capacidad especial para estar alerta a diferentes alternativas hasta el momento inadvertidas. Estar atento supone una perspicacia y una mayor sensibilidad respecto de los datos del entorno. En una realidad cuyas características básicas son la ignorancia y la información dispersa y atomizada entre los agentes económicos, el empresario está alerta a oportunidades de ganancia no explotadas por

---

otros. Estas oportunidades aparecen debido a las diferencias entre precios presentes de factores y precios esperados de bienes. Dado su carácter de volatilidad en las variables subyacentes, en todo momento existen diferenciales de precios que representan la ausencia de coordinación. Un beneficio puro surge del descubrimiento de un diferencial de precios y es el producto del estado de alerta. El empresario que, gracias a su perspicacia, descubre y explota una oportunidad de ganancias promueve un ajuste entre mercados. Así, en condiciones de libre movimiento de recursos la acción empresarial que persigue beneficios provocará un arbitraje (oportunidad de ganancia) (Kirzner, 1973). El empresario descubre oportunidades de ganancia pero no señala el papel de las pérdidas para el proceso de mercado. Un aspecto importante a tener en cuenta es que tanto las ganancias como las pérdidas representan señales para la reasignación de los recursos escasos hacia sus mejores usos alternativos. Israel Kirzner en su visión sobre el empresario reconoce que los errores empresariales de interpretación conducen a pérdidas que operan como fuerzas desequilibrantes. A medida que los errores brindan oportunidades de ganancias, los empresarios van descubriéndolos y la tendencia hacia el (nuevo) equilibrio se reinicia (Klein, 1999).

La función empresarial, pues, se define como el estado de alerta y la capacidad de juicio para el descubrimiento de oportunidades de negocios en un contexto de información dispersa e incertidumbre estructural. Los descubrimientos empresariales tienden a coordinar los planes de los individuos que interactúan en el mercado. En palabras de Kirzner:

[...] la empresarialidad y la competencia son los dos lados de una misma moneda:

la actividad empresarial es siempre competitiva y la actividad competitiva es siempre empresarial.

[...] Cuando afirmamos que la actividad puramente empresarial es *siempre* competitiva, declaramos que, *con respecto a la actividad puramente empresarial, no puede existir obstáculo posible a la libertad de entrada.*<sup>1</sup>

En toda economía real y viva todo actor es siempre un empresario (Mises, 1949), donde “actuar” no se restringe a un significado que sólo se aplique a las decisiones en un marco de fines y medios a disposición. Además de eso, implica tipos de acción adoptadas por el ser humano para liberarse del malestar y para mejorar su actual estado de cosas. Tal noción supera a aquella muy difundida que se limita a explicar la manipulación del entorno (técnicas) para hacerlo corresponder fielmente con la jerarquía de fines del agente económico, gracias a lo cual se puede percibir un sistema de fines y medios dentro del proceso de distribución de los mismos. Identificar dicha estructura es labor del empresario, quien concibe la relevancia de los mismos, busca nuevos fines y descubre recursos hasta ahora desconocidos. Es a ese elemento perspicaz hacia posibles fines nuevos y provechosos que se encaminan los proyectos de ese elemento que hemos denominado como “factor *e*.”

## BIBLIOGRAFÍA

Cantillon, Richard. 1959 [1755]. *Essay on the Nature of Trade in General*. London: Frank Cass and Co.

Hoselitz, Bert. 1960. “The Early History of Entrepreneurial Theory,” en J. J. Spengler

---

<sup>1</sup>Kirzner (1973).

- 
- W. R. Allen (eds.), *Essays in Economic Thought: Aristotle to Marshall*. Chicago: Rand McNally & Co.
- Huerta de Soto, Jesús. 1992. *Socialismo, cálculo económico y función empresarial*. Madrid: Unión Editorial.
- Kirzner, Israel M. 1973. *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kirzner, Israel M. 1997. "Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach," *Journal of Economic Literature*, 35 (March): 60-85.
- Klein, Peter. 1999. "Entrepreneurship and Corporate Governance," *Quarterly Journal of Austrian Economics*, 2 (Summer): 19-42.
- Landoni, Juan Sebastián. 2006. "Empresario y capitalista: Nota para una teoría austriaca de la firma," *Journal of Management for Value*, 2 (Sept): 26-59.
- Mill, John Stuart. 1848. *Principles of Political Economy*. Londres: Longmans, Green and Co.
- Mises, Ludwig von. 1996 [1949]. *Human Action: A Treatise on Economics*, 4<sup>a</sup> ed. Irvington-on-Hudson, NY: Foundation for Economic Education.
- Schumpeter, Joseph A. 1978 [1911]. *Teoría del desenvolvimiento económico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Skousen, Mark. 2008. *Economic Logic*. Winter Park, FL: Skousen.