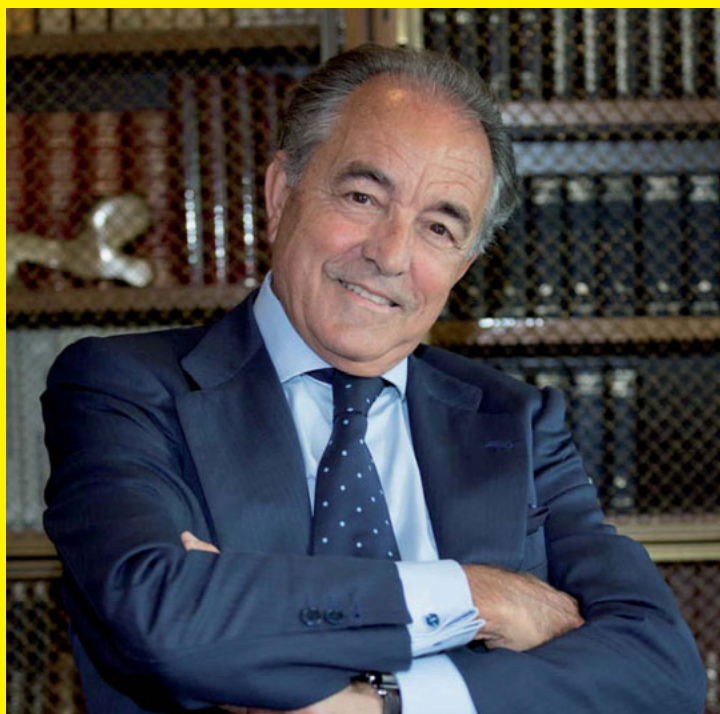


Cristianismo
y Economía
de Mercado

cuadernos
9

La función empresarial: El motor del progreso

— Jesús Banegas —



Unión Editorial



CENTRO DIEGO
DE COVARRUBIAS

THINK!

www.centrocovarrubias.org

Cristianismo
y Economía
de Mercado

La función empresarial:
El motor del progreso

JESÚS BANEGAS

LA FUNCIÓN
EMPRESARIAL:
EL MOTOR
DEL PROGRESO



Unión Editorial



CENTRO DIEGO
DE COVARRUBIAS

THINK!

© 2022 JESÚS BANEGAS

© 2022 UNIÓN EDITORIAL, S.A.

c/ Galileo 52 • local • 28015 Madrid

Tel.: 91 350 02 28

Correo: editorial@unioneditorial.net

www.unioneditorial.es

© 2020 Centro Diego de Covarrubias

Correo: info@centrocovarrubias.org

www.centrocovarrubias.org

Depósito legal: 11.350-2022

Compuesto e impreso por EL BUEY LIBERAL, S.L.

Impreso en España • *Printed in Spain*

PRESENTACIÓN

En la historia de la Humanidad, la lucha por la Libertad, fundamento de la dignidad humana, ha sido ardua y constante, en un proceso de lentos avances sujetos a ataques desde distintos ámbitos de la sociedad, tanto políticos como religiosos.

La libertad económica, que dio los primeros pasos con los escolásticos españoles del s. XVI y que se plasma en la libertad de empresa y en la libertad de mercado, ha sufrido múltiples avatares hasta que, con la Revolución Industrial, pudo empezar a demostrar con resultados sus beneficios: crecimiento económico, prosperidad, disminución de la pobreza y del hambre, y avance del bienestar material de la humanidad.

Sin embargo, tales éxitos han sido constantemente denostados desde distintas perspectivas debido a ese pecado capital que es la envidia.

En concreto, las ideas sociales derivadas tanto del socialismo (en sus múltiples facetas) como del conservadurismo han puesto constantes trabas a los avances de la libertad económica. A estos ataques se han sumado algunas ideas religiosas ancladas en una economía anticuada, que valora el intercambio como un juego de suma cero, sin crecimiento ni movilidad vertical y horizontal. Todo ello hace que, en estos momentos, la libertad de las personas, de la sociedad y de la economía esté amenazada o al menos se halle en cuestión en amplias capas de nuestra sociedad, incluso a pesar de los evidentes beneficios que genera.

La colección que se inició con el nombre de Cristianismo y Economía de Mercado de la mano de Unión Editorial y el

Centro Diego de Covarrubias pretende aportar conocimiento, ideas y argumentos a esa batalla que se está desarrollando en la que defendemos una sociedad basada en el concepto indivisible de la libertad de la persona que creemos fundamentada en tres pilares:

1. Un sistema económico de libre mercado y libre empresa que se deriva de la existencia de derechos de propiedad bien definidos y debidamente protegidos por la Ley. La economía de mercado constituye la forma más eficaz, eficiente y moral de combatir la pobreza y crear riqueza, empleo y bienestar.
2. Un sistema político democrático basado en la separación real de poderes, la igualdad ante la Ley y el respeto de los derechos constitucionales de las minorías. A ello se suman la garantía del derecho a la vida, (incluida la del concebido y aún no nacido), a la propiedad y a las libertades personales (de expresión, educación, religión, desplazamiento, residencia, etc.) que derivan del Derecho Natural.
3. Un sistema moral y cultural pluralista basado en los principios éticos y culturales de la civilización judeo-cristiana y greco-romana. Estos principios definen el sistema de valores que actúa como marco en el que se desenvuelven los otros dos pilares.

VICENTE BOCETA ÁLVAREZ
PRESIDENTE DEL CENTRO DIEGO DE COVARRUBIA

Colección Cuadernos

PEQUEÑAS GRANDES OBRAS

El Centro Diego de Covarrubias está empeñado en diseminar textos que presenten las realidades, logros y propuestas del Cristianismo y el Liberalismo, en su histórica función vertebradora de la vida social. Va en nuestra condición y en ello estamos. Y lo estamos tanto más cuanto mayor sea la injerencia del Estado en la vida de personas y empresas en una sociedad cada vez más acosada por administraciones superpuestas y grupos de presión que persiguen ahorrar las libertades a sus preferencias. Es lo suyo y es lo nuestro. De ahí la propia existencia de la Colección Cristianismo y Economía de mercado, ya bien conocida.

En esa línea de defensa de la libertad, hemos pensado en traer a la palestra una nueva línea de publicaciones. Se trata de recoger algunas cortas manifestaciones que, por su poca longitud, se ven marginadas de los textos formales al uso, pero que por su enjundia e interés conviene sean presentadas como se merecen. Son artículos de una cierta longitud, transcripciones de discursos y conferencias, prólogos de obras de terceros, resúmenes de textos fundamentales pero difíciles, reseñas de otras obras de mucha mayor extensión... No importa su origen o formato inicial, su factor común es la calidad, la trascendencia y el impacto que las acompaña.

Queremos que esas manifestaciones próximas al conjunto de ideas que nos son propias sean elevadas al rango de lo imperecedero. Y la mejor forma de hacerlo, a nuestro juicio, es publicándolas en forma de librito, opúsculo, cuaderno, panfleto o comoquiera prefiramos llamar a nuestra iniciativa. Así, estas breves obras, algunas de las cuales merecen ser calificadas de maestras, permanecerán más fácilmente entre nosotros y llegarán a más lectores. De otra forma, su alcance sería menor y perderíamos mimbres de nuestro acervo cultural.

Esperamos y deseamos que la lectura de estos pequeños libros os sea satisfactoria y deje en vuestra memoria el poso de conocimiento que por su valor se han ganado. Así sea.

Centro Diego de Covarrubias

ÍNDICE

1. Introducción	13
2. Concepciones de la función empresarial desde la teoría económica neoclásica y austriaca	15
3. Antecedentes históricos del empresario	17
4. El empresario moderno	20
5. El empresario contemporáneo	23
6. Diversas maneras de ser empresario	27
7. La naturaleza de la firma, según Coase.....	29
8. La función empresarial, según Baumol.....	33
9. El empresario según la Escuela Austriaca: Kirzner & Huerta de Soto	35
10. La epistemología de Popper aplicada a la empresa	38
11. Las instituciones y la función empresarial	40
12. Determinantes de la función empresarial.....	42
13. El capital creativo	44
14. La valoración social del empresario	47
15. La función empresarial hoy, en España.....	50
16. Epílogo.....	55
17. Bibliografía	56

1. INTRODUCCIÓN

Quizás los momentos más cruciales de la historia humana se puedan resumir así:

– El primero, cuando el hombre se irguió, utilizando así solo las piernas para andar, liberando las manos para hacer cuanto quisiera con ellas. Es a partir de este hecho cuando su cerebro se desarrolló y creció de tamaño, como se pudo constatar después.

– A continuación, inventó el lenguaje para comunicarse con los demás seres humanos, lo que creó la conciencia humana por oposición a la animal.

– El descubrimiento del fuego y, sobre todo, el control de su manejo para iluminar, cocinar y producir calor creó la primera posibilidad de usar y evolucionar el lenguaje mediante conversaciones a su alrededor.

– Pero el mayor salto adelante de la humanidad se comenzó a producir cuando el hombre sale de su tribu –todos familiares y conocidos– para comerciar con desconocidos. Conforme el comercio se fue extendiendo, se produjo un orden social extenso, que para seguir prosperando necesitó del lenguaje como medio de comunicación, reglas morales de comportamiento y la figura del empresario como agente protagonista de los intercambios económicos.

– El comercio hizo posible el aumento de la población. Siendo anterior al Estado, su expansión dio lugar a las primeras civilizaciones.

2. CONCEPCIONES DE LA FUNCIÓN EMPRESARIAL DESDE LA TEORÍA ECONÓMICA: NEOCLÁSICA Y AUSTRÍACA

En la historia reciente del pensamiento económico, dos tradiciones epistemológicas se han venido disputando la interpretación de la lógica del funcionamiento de la economía. Una de ellas tiende a pensar que la ciencia económica es algo que, como la Física y las Matemáticas, tiene vida propia e independiente de los agentes que con sus decisiones y acciones hacen diariamente economía, mientras que la otra sostiene que economía no es otra cosa que lo que hacen los agentes económicos y la teoría una mera explicación *ex-post* las consecuencias del comportamiento lógico de estos.

Para los primeros, la teoría económica es como una partitura de música que, escrita por los académicos, debe ser interpretada por los agentes económicos, incluidos los empresarios. Para los segundos, sin embargo, la economía no es otra cosa que lo que hacen los agentes económicos y, muy particularmente, los empresarios, y que la teoría debe ser capaz de entender y explicar.

Otra característica que distingue a las citadas epistemologías tiene que ver con la creación y distribución de la riqueza: mientras que la primera considera que la riqueza se produce sola y en todo caso asociada al capital –traducido en inversión productiva– y al trabajo –físico, se entiende– y, por tanto, que la ciencia económica debe interesarse por la distribución de la riqueza, la segunda otorga toda su aten-

ción a la creación de riqueza y, en consecuencia, a la figura del empresario y la innovación como ejes vertebradores del progreso económico y social habido en el mundo a lo largo de toda la historia.

En el mundo académico, el triunfo doctrinal de la primera corriente de pensamiento —la neoclásica— ha venido siendo la norma, mientras que la excepción ha sido la segunda —la austriaca—. Es tan llamativo como poco divulgado que el empresario, la tecnología y la innovación hayan estado ausentes desde Adam Smith hasta ahora del discurso académico, cuando a la luz de la lógica y la propia experiencia son imprescindibles para entender el devenir histórico.

Merece la pena resaltar que los escolásticos españoles —precursores de la ciencia económica—, cuyas doctrinas mantienen una amplia vigencia, entendieron mejor que los clásicos como Smith y Ricardo la figura del empresario merced a su interpretación del precio: para ellos un concepto subjetivo que debe descubrir la perspicacia empresarial para, a partir de él, buscar los costes que le depararán beneficio; para los clásicos —e incluso para la literatura académica más popular de hoy— el precio es la suma de los costes de producción que administra un gestor. Pocos empresarios se verán retratados por los clásicos, mientras que la mayoría de ellos se encontrarán muy cómodos con las interpretaciones escolástica y austriaca.

3. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Antes de la Revolución Neolítica, los grupos autosuficientes de cazadores-recolectores fueron las primeras empresas de la historia.

La arqueología ha confirmado que “modernos” elementos de empresa estuvieron presentes e incluso dominaron Mesopotamia en el tercer milenio a.C., y que dicho contexto institucional posibilitó el crecimiento económico, sostiene Michael Hudson.

El Código de Hammurabi, procedente de aquel tiempo y lugar, regulaba la vida cotidiana y especialmente la empresarial.

El cultivo de cereales, la fabricación del pan y la producción de cerveza eran la base de la economía de Egipto, y de aquel tiempo procede la primera huelga de trabajadores que registra la historia, según consta en un papiro –llamado de la huelga– conservado en el Museo Egipcio de Turín.

La fabricación de seda en China se remonta a la cultura neolítica, hacia el cuarto milenio a.C. Fue uno de los secretos industriales mejor guardados de la Historia.

La civilización urbana del valle del Indo, relativamente contemporánea de la sumeria, la egipcia y la china, requirió la contribución empresarial al desarrollo de la planificación y construcción urbanística. Los diseños de las casas y la estandarización de los materiales de construcción ponen de manifiesto el nivel de sofisticación de las empresas de entonces.

Los empresarios antiguos no estaban especializados, sino que gestionaban simultáneamente viajes, el campo, talleres y otras unidades productivas. Trabajaban integrados en gremios, de los que tenemos noticias dos milenios antes de Cristo.

Los talleres de cerámica para envases constituyeron una industria esencial para la conservación, el transporte y el comercio alimenticio.

Con la invención del alfabeto fenicio se favoreció la comunicación humana y, con ella, el desarrollo del comercio entre las comunidades mediterráneas.

En la época romana las cosas no eran muy diferentes. Las empresas romanas fueron las primeras dedicadas a la producción y comercialización de condimentos alimenticios. Los derechos de propiedad no existían y los estilos artísticos eran copiados libremente. ¿Cuántas actividades eran realmente empresas productivas e innovadoras en el moderno sentido del término? No todas las fortunas fueron amasadas a través de empresas y no todos los gestores fueron empresarios; buena parte de ellos trabajaban en la burocracia “de palacio”, pero otros trabajaban exclusivamente por cuenta propia.

La función empresarial ha sido históricamente consustancial al propio desarrollo humano, y desde el amanecer de nuestro mundo ha sido protagonista de la creación de riqueza. Como tantas otras instituciones –el lenguaje, el dinero, el derecho, ...–, nació espontáneamente, y si ha seguido desarrollándose a lo largo de la Historia, ha sido gracias a su éxito.

Según James M. Murray, el primer uso de la palabra empresario – “entrepreneur” – procede de la Edad Media, cuando esta palabra francesa fue usada para describir a un comandante de campo de batalla. Más tarde, fue usada para describir “al director de una institución musical”, hasta que

en el siglo XIX, Richard T. Ely, en su *Introduction to Political Economy*, se vio obligado a recurrir a la citada palabra francesa para designar a la persona que organiza y dirige los factores productivos.

4. EL EMPRESARIO MODERNO

El descubrimiento de América y la circunvalación de África abrieron nuevos horizontes e imprimieron nuevo impulso a la “función empresarial”. El incremento de los medios de cambio y de las mercaderías en general dieron al comercio, a la navegación —a la industria—, un empuje jamás conocido.

Los maestros de los gremios se vieron desplazados por la clase media industrial, y la división del trabajo entre las diversas corporaciones fue suplantada por la división de trabajo en cada taller. El invento del vapor y la maquinaria vinieron a revolucionar el régimen industrial de la producción.

La gran industria creó el mercado mundial, ya preparado por el descubrimiento de América. El mercado mundial imprimió un gigantesco impulso al comercio, a la navegación y a las comunicaciones por tierra. La “función empresarial” ha desempeñado, en el transcurso de la Historia, un papel verdaderamente revolucionario.

La “función empresarial” ha producido maravillas tan importantes, en otro plano, como las pirámides de Egipto, los acueductos romanos y las catedrales góticas. La “función empresarial” no puede existir si no es revolucionando incesantemente los instrumentos de la producción, que tanto vale decir el sistema todo de la producción y con él todo el régimen social.

La “función empresarial” se caracteriza por una inquietud y una dinámica incesantes. Al explotar el mercado mundial, da a la producción y al consumo de todos los países

un sello cosmopolita. Las viejas industrias nacionales se vienen a tierra, arrolladas por otras nuevas, cuya instauración es problema vital para todas las naciones civilizadas; y por industrias que ya no transforman como antes las materias primas del país, sino las traídas de los climas más lejanos y cuyos productos encuentran salida no solo dentro de las fronteras, sino en todas las partes del mundo. Brotan necesidades nuevas que reclaman para su satisfacción los productos de tierras remotas.

Ahora, la red del comercio es universal y en ella entran, unidas por vínculos de interdependencia, todas las naciones.

La “función empresarial”, con el rápido perfeccionamiento de todos los medios de producción, con las facilidades increíbles de su red de comunicaciones, lleva la civilización por doquier hasta las naciones más salvajes.

La “función empresarial” ha creado energías productivas mucho más grandiosas y colosales que todas las pasadas generaciones juntas. Basta pensar en el sojuzgamiento de las fuerzas naturales por la mano del hombre, en la maquinaria, en la aplicación de la química a la industria y la agricultura, en la navegación de vapor, en los ferrocarriles, en el telégrafo eléctrico...

¿Quién, en los pasados siglos, pudo sospechar siquiera que en el regazo de la sociedad fecundada por el trabajo del hombre yaciesen soterradas tantas y tales energías y elementos de producción?

La “función empresarial” ha sabido hacer brotar, como por encanto, tan fabulosos medios de producción y de transporte. La propiedad personal bien adquirida, fruto del trabajo y del esfuerzo humano, esa propiedad que es para el hombre la base de toda libertad, el acicate de todas las actividades y la garantía de toda independencia. Abolida la propiedad privada, cesará toda actividad y reinará la indolencia universal.

El libre cambio, el mercado mundial y la uniformidad reinante en la producción industrial, con las condiciones de vida que engendra, se encargan de borrar más y más las diferencias y los antagonismos nacionales.

Sustitúyase la frase “función empresarial” por “burguesía” y se podrá comprobar que todo lo que se acaba de describir es una reproducción literal del *Manifiesto Comunista* de Karl Marx y Friedrich Engels, fechado en 1847.

Hasta un siglo después, cuando Joseph A. Schumpeter descubrió la “destrucción creativa” originada por el empresario innovador, no hay noticia de que ningún economista haya glosado más y mejor la función empresarial que Marx y Engels; eso sí, con la absurda intención –histórica y felizmente fracasada– de eliminarla de la faz de la tierra.

5. EL EMPRESARIO CONTEMPORÁNEO

A pesar de su crucial importancia en la actividad económica, el empresario ha sido una figura eludida en la historia de la teoría económica, con algunas excepciones; por ejemplo, la de Richard Cantillon, quien en su *Essai sur la nature du commerce en général*, publicado en 1755, cita muy frecuentemente al empresario como una figura central en el proceso económico.

La figura del empresario fue mal entendida —con la paradójica excepción de Marx— por los teóricos clásicos y neoclásicos de la economía, desde Adam Smith hasta Alfred Marshall, pues le atribuían una función más administrativa que creativa.

Aunque Adam Smith fue uno de los primeros teóricos en reconocer la innovación como una actividad profesional, no llegó a desarrollar el concepto ni la figura empresarial. Tal y como irónicamente señaló *The Economist*: “Adam Smith descubrió *La riqueza de las naciones* con una maravillosa descripción de la división del trabajo en una fábrica de alfileres, pero nada dijo acerca de los jefes que contrataban a los trabajadores o de los directivos que organizaban aquello”. David Ricardo, por su parte, trató la innovación como algo externo al sistema económico, por lo que desatendió por completo al empresario.

La Escuela Austriaca de Economía, con Carl Menger —su fundador— a la cabeza, es la patria intelectual del descubrimiento y defensa de la función empresarial a través de su teoría de la producción, que tiene como protagonista al empresario. Aunque Menger no llegó a elaborar suficientemen-

te el concepto empresarial, le atribuye la responsabilidad de encarar la incertidumbre, por lo que se refiere a la cantidad y calidad de bienes que ha de producir, sin saber a ciencia cierta la respuesta del mercado.

La actividad empresarial abarca necesariamente para Menger:

- La información sobre la situación económica,
- los cálculos económicos del proceso de producción,
- el acto de voluntad mediante el cual ciertos bienes superiores se destinan a una determinada producción y, finalmente,
- la vigilancia para la ejecución más económica posible de los planes de producción.

En sus *Elements of Pure Economics*, Léon Walras considera al empresario una figura muy importante en el quehacer económico. Alfred Marshall, por su parte, divide al empresario en dos categorías: los “activos”, que abren sus negocios a nuevos y mejores métodos de hacer las cosas, y los “pasivos”, que se conforman con seguir las prácticas de otros.

Frente a una visión equilibrada y casi estanca de la economía que atribuía al empresario justamente el papel de equilibrador, Joseph Schumpeter descubrió la figura del empresario desequilibrador que, como hemos visto, había desvelado un siglo antes Karl Marx.

Para Schumpeter, la competencia perfecta no solo es imposible sino indeseable para conseguir la eficiencia ideal. La realidad capitalista se caracteriza por la competencia de nuevos productos, nuevas tecnologías, nuevas fuentes de suministros y nuevos tipos de organización que comanda los costes o el control de las ventajas, y que golpea no solo los márgenes de beneficios y la producción de las empresas existentes, sino los fundamentos de su propia existencia.

El empresario contemporáneo es, por tanto, un desestabilizador de equilibrios gracias a la palanca de la innovación tecnológica que favorece la “destrucción creativa” que impulsa y hace posible el crecimiento a largo plazo de la economía y genera progreso y bienestar. En un mercado libre y, por tanto, abierto a la competencia y a la rivalidad, la imaginación y atrevimiento del empresario son las fuerzas tractoras que le empujan a crear riqueza.

La función empresarial, como ponen de manifiesto recientes investigaciones empíricas, así como la propia experiencia, es el componente esencial del proceso de creación de riqueza y de la mejora de la productividad que hace posible que aquella se acreciente a lo largo del tiempo.

Es un hecho muy contrastado que la riqueza de las naciones a lo largo de la Historia se encuentra estrechamente relacionada con la figura del empresario, muy particularmente el innovador, en tanto “audaz e imaginativo desviador de las prácticas y patrones empresariales, quien constantemente busca la oportunidad de introducir nuevos productos y procesos para invadir nuevos mercados y crear nuevas formas organizativas” del quehacer económico, según la definición de William Baumol.

La posibilidad de convertir en riqueza el progreso científico y los avances tecnológicos encuentra en la empresa privada el agente transformador, necesario y útil que, en presencia del libre mercado y de la consecuente competencia y rivalidad que se genera en su seno, determinan el progreso sin fin de las economías, cuya lógica de funcionamiento facilita el florecimiento de la función empresarial.

El empresario, en contra de ciertas antiguas apreciaciones de la teoría económica, no es un factor productivo en sí, pues no se puede comprar ni vender. Con el tiempo, su figura ya no permanece necesariamente asociada a la propiedad de la empresa, muy particularmente de las grandes.

El capitalismo moderno, gracias a las bolsas de valores, ha posibilitado un crecimiento extraordinario de las empresas que los recursos económicos de un solo propietario no lo habrían hecho posible. De este modo ha emergido la figura del empresario –que irónicamente podríamos denominar “por cuenta ajena” – que opera sin ser necesariamente propietario, siquiera sea mínimamente, del capital de la empresa.

Tanto si el empresario opera por cuenta propia como ajena, su función implica el descubrimiento y la apreciación de nuevas oportunidades de beneficio que otros no han advertido antes. El ejercicio de la función empresarial –espontáneamente– coordina y ajusta los planes individuales haciendo posible la vida en sociedad; es decir, sin pretenderlo –porque su objetivo es otro–, el empresario genera con su actuación procesos sociales de coordinación que terminan dando cohesión a la sociedad, haciendo posible su desarrollo armonioso.

Las dotes más significativas del empresario son: la intuición, la creatividad y el liderazgo, con las que debe asumir y afrontar la incertidumbre que rodea su acción en un entorno libre, abierto y dinámico para convertirse en la fuerza motriz de la actividad económica.

Para Robert F. Hébert y Albert N. Link, empresario es “alguien especializado en tomar responsabilidades y decisiones críticas que afectan a la localización, la forma y el uso de bienes, recursos o instituciones”.

6. DIVERSAS MANERAS DE SER EMPRESARIO

En su vasto recorrido por las doctrinas económicas que han venido ocupándose de la empresa a lo largo de la historia, Hébert y Link establecieron una taxonomía de las teorías empresariales que identifica al menos una docena de distintas maneras de ser empresario:

1. Asunción de riesgos asociados con incertidumbre.
2. Proveedor de capital financiero.
3. Innovador.
4. Agente decisor.
5. Líder industrial.
6. Gestor o superintendente.
7. Organizador y coordinador de recursos económicos.
8. Propietario de una empresa.
9. Empleador de factores de producción.
10. Contratista.
11. Mediador (“arbitrageur”).
12. Asignador de recursos entre usos alternativos.

Cuatro de las doce funciones empresariales —la 2, 6, 8 y 9— son de naturaleza estática, ya que el empresario repite procesos y técnicas consabidas. Es en el resto de los casos donde es más reconocible la figura del empresario de nuestro tiempo.

Para Hébert y Link, el concepto dinámico de empresario, partiendo de Cantillon, tiene tres ramificaciones doctrina-

les: la tradición de Chicago, que se puede identificar con Knigh y Schultz; la alemana, que se relaciona con Thünen y Schumpeter; y la austriaca, asociada con Mises, Kirzner y Shackle.

7. LA NATURALEZA DE LA FIRMA, SEGÚN RONALD COASE

Ronald Coase, que murió centenario hace unos pocos años, está muy reconocido como padre de un concepto crucial en la comprensión de la economía de nuestro tiempo: los costes de transacción, que hacen necesaria la figura empresarial, que expondría por primera vez en Dundee en 1932, con 21 años de edad.

Cinco años después, publicaría un artículo devenido un clásico del pensamiento económico: “The nature of the firm”, que explicó muy convincentemente la necesidad de la existencia de la empresa en un sistema de libre mercado, así como la aparente contradicción de que en su seno no opere el sistema de precios de dicho mercado.

George Stigler, en los años 60, formuló el llamado Teorema de Coase como: “El mundo de coste cero de transacción es tan extraño al mundo económico, como para el mundo físico sería el rozamiento cero”. En dicho mundo perfecto, las compañías de seguros no existirían.

“La principal razón por la que es provechoso establecer una empresa es, aparentemente, la existencia de un coste necesario por utilizar el mecanismo de precios: es verdad que no desaparecen los contratos cuando existe una empresa, pero se reduce muchísimo su cantidad”. “El funcionamiento del mercado cuesta algo, por lo que al formar una organización y permitir a una autoridad —el empresario— dirigir los recursos, se ahorran algunos costes para operar en el mercado. El empresario debe realizar su función a un menor coste,

teniendo en cuenta que puede obtener factores de producción a un precio más bajo que las transacciones mercantiles que evita, porque siempre es posible volver al mercado libre si no es capaz de conseguirlo”.

Examinando la naturaleza de la empresa, Coase encontró que, en su seno, el mecanismo de los precios que opera en el mercado, en sentido amplio, no funcionaba. Su trabajo consistió en tender un puente que diera sentido económico a dos mundos interrelacionados con reglas de comportamiento distintas. Por una parte, el mercado y el mecanismo de los precios y, por otra, la figura del emprendedor que decide el comportamiento de la empresa.

Siguiendo los razonamientos de Frank H. Knight en su trabajo *Risk, Uncertainty and Profit*, señala Coase que en presencia de incertidumbre la figura del empresario es esencial para resolver el problema de qué hacer y cómo hacerlo

Partiendo del supuesto de que la incertidumbre económica es la que justifica la existencia de la empresa, la experiencia pone de manifiesto que las decisiones empresariales no están, generalmente, sometidas a la racionalidad del mecanismo de precios del mercado.

“¿Por qué, si a través de la organización se pueden eliminar ciertos costes y reducir los de su producción, hay transacciones mercantiles? ¿Por qué toda la producción no la realiza una única y gran empresa?”. Los rendimientos decrecientes de la gerencia explican que cuando los costes internos son superiores a los del mercado no tenga sentido producir algo que es más barato adquirir fuera.

Desde que Coase planteara su argumento de los costes de transacción que justifican la existencia de la empresa, tres fenómenos casi contemporáneos han venido a realzar su importancia, hasta el punto de convertirse en ejes de la nueva economía que hoy domina el mundo: la caída de los aranceles, el descenso de los costes de transporte y la

digitalización de los procesos productivos. Merced a estos tres significativos hechos, los costes de transacción de la economía –la viscosidad que ralentizaba el funcionamiento de los organismos económicos– se han reducido tanto como la eficiencia de la economía ha aumentado, y con ella el crecimiento económico global, que ha venido disfrutando casi todo el mundo; como nunca antes a lo largo de la Historia había acontecido

En la medida en que los costes de transacción han ido disminuyendo, los grandes conglomerados industriales se han ido desintegrando hasta configurar un nuevo paisaje industrial en forma de red, en el que las transacciones se han convertido en las nuevas protagonistas del sistema económico. Paradójicamente, Coase, el precursor de los costes de transacción, vino a recibir la máxima distinción intelectual, el Premio Nobel, en 1991, justo en vísperas de que su teoría comenzara a tener otro sentido explicativo.

La maquinaria empresarial “coasiana” se sustentaba en un mundo viscoso, en el que las piezas sufrían un rozamiento que desviaba su comportamiento hacia un ecosistema distinto de su medio ambiente: el mercado. El progreso tecnológico y la extensión y abaratamiento de las telecomunicaciones ofrecen un ambiente cada vez más fluido, en el que los rozamientos son cada vez menos relevantes. En las nuevas circunstancias, los costes de transacción siguen siendo igual o más importantes que antes, pero ahora para justificar un comportamiento empresarial opuesto al del pasado.

Internet, además de convertir hogaño en real la antaño virtual aldea global y posibilitar una verdadera aproximación al mercado perfecto de Adam Smith, ha venido a resolver el desigual comportamiento de la empresa y el mercado. Hoy, ambos sistemas tienden a funcionar de igual manera. El sistema de precios, vía Internet, ha entrado en la empresa y domina su comportamiento.

Las revoluciones tecnológicas previas a la actual –la máquina de vapor, el ferrocarril y la energía eléctrica– incrementaron el tamaño óptimo de las empresas al reducir los costes de producción y transporte y aumentar las economías de escala. Internet, por el contrario, reduce las economías de escala debido a las oportunidades de *outsourcing* –subcontratación externa– y la reducción de los costes fijos que se producen cada vez en más sectores económicos. La teoría de la firma de Coase, sostenida sobre la base de la imperfecta información de los mercados y la necesidad de reducir los costes de transacción, se ve cuestionada por Internet.

Si en el pasado la integración vertical fue la respuesta de las empresas a los problemas de información imperfecta, Internet reduce ahora los costes de transacción entre las empresas a través de aplicaciones “Business to Business” (B2B) y mejora el acceso a la información, por lo que las empresas tienden a centrarse en lo que mejor saben hacer mientras que compran fuera todo lo demás. Ello reduce el tamaño óptimo de las empresas; Internet ofrece a las pequeñas y medianas muchas de las ventajas de las grandes.

Las TIC aumentan y disminuyen, al mismo tiempo, la competencia en los mercados, lo que no es paradójico; en sectores en los que se producen externalidades económicas, asociados a redes de telecomunicaciones, favorecen el gigantismo para explotar economías de escala, mientras que en los demás sectores aumentan la competencia en los mercados, ya que Internet ofrece igualdad de oportunidades.

8. LA FUNCIÓN EMPRESARIAL, SEGÚN BAUMOL

William J. Baumol publicó en 1990 un novedoso y atractivo artículo titulado “Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive”, publicado en España como libro, *Mercados perfectos, virtud natural*, que es de utilidad recordar para analizar la lógica de la función empresarial.

Un exhaustivo y riguroso estudio antropológico de alcance histórico y planetario llevó al autor a sostener las siguientes dos tesis. La primera plantea que dentro de cada contexto cultural (incluida la religión) el número de emprendedores, u oferta total de empresarios, es una constante histórica. La segunda pone de manifiesto que, para una cantidad dada de empresarios, estos se dividen en tres categorías: productivos, improductivos y destructivos; su distribución varía en todas las culturas con el tiempo y las reglas que rodean a la empresa.

Si definimos a los empresarios como “aquellas personas con ingenio y creatividad para encontrar los cauces que acrecientan su propia riqueza”, el empresario productivo “baumoliano” es aquel que inicia nuevas actividades, crea empleo y, por tanto, riqueza dentro de un estricto marco legal y moral; en última instancia, el prototipo ideal sería el empresario innovador “shumpeteriano” arquetípico del capitalismo moderno.

La figura del empresario improductivo, o también especulativo, es aquella que, merced a las llamadas ingenierías

contables, financieras y fiscales, las segregaciones y las fusiones, las absorciones y las compras de empresas, opera con el trabajo creativo de los más genuinos emprendedores para propiciar aumentos de los beneficios y del valor de las empresas en las bolsas, no basados en la realidad.

Por último, los empresarios destructivos operan al margen de las leyes e incluyen desde los traficantes de armas y drogas hasta los depredadores de la naturaleza.

La especulación a través de pleitos, evasión de impuestos y las fortunas amasadas por los “arbitrajistas” son las más típicas funciones empresariales improductivas y destructivas, según Baumol. En los últimos años, en todos los países y sus respectivas culturas, se ha producido un notable crecimiento de las dos últimas categorías de empresarios, en lógico perjuicio, según la tesis de Baumol, de la primera categoría.

El éxito de la fórmula de la economía especulativa es el resultado de la conjunción de tres factores: la creciente complejidad de la legislación mercantil y fiscal, un exceso de liquidez financiera en los mercados y el trabajo creativo de sofisticados consultores que han inventado las fórmulas de creación de valor —que no de verdadera riqueza— tan en boga.

9. EL EMPRESARIO “AUSTRIACO”: KIRZNER y HUERTA DE SOTO

Para Kirzner, uno de los principales estudiosos de la creatividad en el ámbito económico, la función empresarial “consiste en la capacidad innata de todo ser humano para apreciar o descubrir las oportunidades de ganancia que surgen en su entorno, actuando en consecuencia para aprovecharlas”.

En un mercado libre, la producción de bienes y servicios se dirige necesariamente a satisfacer los deseos que se supone tendrán los consumidores mañana, muchos de ellos desconocidos por ellos mismos, hasta que un empresario los revele.

La función empresarial va más allá de romper moldes e innovar, e incluye sobre todo el descubrimiento de oportunidades que otros no han vislumbrado siquiera. El emprendedor puro no es otra cosa que un agente decisorio siempre alerta para descubrir nuevos negocios.

El empresario, merced al ahorro previo, paga a sus proveedores y trabajadores conforme recibe de ellos sus medios productivos, mientras que debe aguardar a que los bienes y servicios sean comprados para recuperar su inversión y lograr beneficio.

Cada vez es mayor el consenso doctrinal —previamente soportado por una miríada de investigaciones empíricas— acerca del porqué o la fórmula del crecimiento económico, que cabría expresar en forma algorítmica a partir de cuatro factores: empresario, tecnología, innovación y reglas de juego.

La riqueza la crea el empresario descubriendo oportunidades de negocio, tomando decisiones de inversión –en tecnología en la mayoría de los casos– y coordinando sus acciones con los demás agentes del mercado. La innovación –no necesariamente tecnológica– asociada a las decisiones empresariales es una condición cuasi necesaria para tener éxito en el mercado, pues repetir lo que hacen los demás difícilmente alcanza para sobrevivir. Las reglas de juego –es decir, las instituciones–, fundamentalmente las derivadas de las acciones de los gobiernos que facilitan o perjudican las actividades empresariales, son la condición suficiente que hace posible la creación de riqueza.

Para el principal “economista austriaco” español, Jesús Huerta de Soto, el origen etimológico de “empresa” procede del verbo latino ‘in prebendo-endi-ensum’, que significa descubrir, ver, percibir, darse cuenta de, atrapar. La expresión latina “in prehensa” claramente conlleva la idea de acción.

Las características esenciales de la función empresarial para Huerta de Soto tienen que ver con conceptos tales como:

– *Perspicacia*, entendida como: “vista o mirada muy aguda y que alcanza mucho”.

– *Conocimiento subjetivo y práctico*, no científico. La función empresarial anida en cualquier persona perspicaz, lo que no exige formación académica ni científica específica. El conocimiento empresarial es privativo –del empresario–, se encuentra disperso en la sociedad, es tácito y no articulable.

– *Creatividad personal*. No supone coste alguno, es decir, los beneficios surgen de la nada.

– *Información*. La función empresarial crea y transmite nueva información.

– *Aprendizaje*. La necesaria coordinación y ajuste de comportamientos individuales para llevar a cabo las acciones empresariales implica “aprender haciendo”.

– *Arbitraje y especulación*. Forman parte del quehacer empresarial, ya se trate de una acción sincrónica en el presente –arbitraje– o diacrónica entre dos momentos diferentes –especulación–.

– *Derecho, dinero y cálculo económico*. Las instituciones –básicamente el derecho y el dinero– son tan necesarias para la función empresarial, como el cálculo económico que enlaza el presente con el futuro.

– *Ubicuidad*. Todas las personas que actúan en el mercado –incluidos los consumidores– ejercen la función empresarial. Cuando decidimos comprar estamos cambiando dinero por algo, lo que implica tácita o expresamente una decisión empresarial.

– *Competencia*. Es consustancial a la función empresarial, creadora de nuevos objetivos y conocimientos y, por tanto, de civilización; salvo que las “autoridades” lo eviten, lo que ocurre habitualmente.

– *Cooperación social*. La función empresarial exige y se enriquece con la interacción personal, por lo que crece con la población.

10. LA EPISTEMOLOGÍA DE POPPER APLICADA A LA EMPRESA

Según la revista *Fortune* —9 de abril de 2012—, el día que lanzó Macintosh, un reportero de *Popular Science* preguntó a su creador, Steve Jobs, por el tipo de estudios que Apple había realizado para asegurar que habría mercado para el computador. Con un tono muy ofendido, Jobs contestó: “¿Hizo Alexander Graham Bell algún estudio de mercado antes de inventar el teléfono?”.

La epistemología de la ciencia de Karl Popper refuta que el progreso científico pueda sustentarse en la inducción, es decir, en la observación empírica de regularidades, de las que puedan obtenerse conclusiones válidas. La ciencia avanza a través de hipótesis deductivas sometidas a falsación.

La función empresarial es esencialmente hipotético-deductiva. El empresario tiene una ocurrencia que convierte en una hipótesis en forma de proyecto empresarial, que pone en marcha para ser contrastado por el mercado. En la medida en que el mercado valide la hipótesis empresarial, es decir, pague por sus productos o servicios más de lo que cuesta producirlos, la empresa sigue adelante. Cuando el mercado los valora por debajo de los costes, refuta el proyecto.

La doctrina económica clásica es, sin embargo, epistemológicamente inductiva: considera al empresario como un mero gestor que administra y optimiza los costes de producción, dando por sentado que el precio se ajustará necesariamente a los mismos.

De acuerdo con la filosofía "popperiana", la función empresarial no comienza con meros estudios de mercado —observaciones empíricas—, sino a través de ideas convertibles en proyectos —conjeturas—que, confrontadas con la realidad, pueden fracasar o tener éxito.

Para Popper, Karnap y Einstein no es posible que la inducción —los estudios de mercado— conlleve al descubrimiento de hipótesis —proyectos empresariales—. Para Lakatos, el descubrimiento de ideas nuevas sigue una lógica que es un proceso de pruebas y refutaciones.

Para Pierce, con ejemplos tomados de la Historia de la Ciencia, una hipótesis es diferente de la propia inducción porque la hipótesis supone algo diferente a lo que directamente observamos, y frecuentemente algo que sería imposible que pudiéramos observar.

Pierce añadió una nueva categoría a la clásica dicotomía entre inducción y deducción, a la cual denominó "abducción", para referirse al proceso creador mediante el que se formula una hipótesis creativa. Por abducción, Pierce parece entender un destello de creatividad intelectual, una intuición prendida en la mecha de los hechos asimilados, lo que sería equivalente al concepto de "serendipia", un término anticuado que se aplica al arte de descubrir cosas sin buscarlas.

Paul McCartney, quien dijo que "literalmente soñé la melodía de *Yesterday*", tuvo un epígono en Larry Page muchos años después; el creador de Google cuenta que una noche de 1996, cuando tenía 23 años, soñó vívidamente las descargas de todo Internet en los PCs.

11. LAS INSTITUCIONES Y LA FUNCIÓN EMPRESARIAL

Tal y como ha enfatizado el Premio Nobel Douglass North y la historia de los hechos económicos pone de relieve, las instituciones sociales han servido para trasladar las actividades empresariales desde la mera búsqueda de rentas y el uso de la violencia militar a la innovación y la producción.

Entre las instituciones que más han contribuido a un óptimo desenvolvimiento de la función empresarial se encuentran el sistema de patentes, la legislación favorable a la competencia en los mercados, la administración concursal y el sistema bancario.

El sistema de patentes es una institución que promueve el emprendimiento innovador, no solo por proteger temporalmente el monopolio legal de la propiedad intelectual, sino por hacer posible el acceso generalizado a la misma en términos de seguridad jurídica.

Las leyes “antitrust” y a favor de la competencia han jugado un papel esencial a favor de la innovación empresarial. En particular, aquellas que garantizan la libre salida y entrada en todos los mercados, más que las que se interesan por cuestionar las posiciones —siempre temporales— de liderazgo oligopolístico basado en la innovación.

Puesto que la innovación es un proceso necesariamente asociado al riesgo, la protección de la empresa ante el fracaso y la separación del patrimonio empresarial del personal han permitido acotar las consecuencias negativas de los fallos y poder seguir adelante después de ellos. Las buenas

legislaciones concursales o de “bancarrota” explican la continuidad de muchos negocios que no se habrían salvado sin tales instituciones.

Sin el sistema financiero, las transacciones económicas estarían confinadas a espacios minúsculos. Con la aparición de la banca, primero en Italia y más tarde en Holanda, el comercio mundial comenzó a ser posible. La contabilidad por partida doble, la letra de cambio, los seguros y otras instituciones hicieron posible transacciones entre personas que ni siquiera se conocían, generando y generalizando mecanismos de confianza entre los agentes económicos que posibilitaron la expansión de la economía mundial.

12. DETERMINANTES DE LA FUNCIÓN EMPRESARIAL

Desde una óptica contemporánea, y al cabo de los análisis de experiencias habidas a lo largo de los últimos tiempos, Simon C. Parker pone de manifiesto múltiples y muy variadas evidencias que determinan las vocaciones empresariales. Entre los determinantes más significativos, señala el autor:

1. Incentivos pecuniarios asociados a los beneficios, y no pecuniarios relacionados con la independencia y la satisfacción por el trabajo.
2. Capital humano: edad, experiencia y educación académica.
3. Capital social: habilidad para extraer beneficios de las estructuras sociales, redes y relaciones.
4. Aptitudes ante el riesgo: desde el optimismo al exceso de confianza.
5. Características sectoriales y razones familiares: autoempleo en hostelería, estatus familiar, etc.
6. Factores macroeconómicos: tecnología, “spillovers” del conocimiento, ciclo económico, desempleo, factores regionales, etc.
7. Natalidad empresarial: relacionada con la edad, experiencia laboral y familiar, etc.

Con la aparición, hace poco más de medio siglo —y principalmente en EE. UU. —, del “capital riesgo”, las aventuras

empresariales se vieron potenciadas, sobre todo en ámbitos relacionados con la innovación tecnológica.

Las buenas ideas necesitadas de capital para ser desarrolladas pudieron matrimoniarse, merced al “venture capital”, para dar a luz empresas hoy emblemáticas que difícilmente habrían nacido de otra manera.

Desde Hewlett Packard a Microsoft pasando por infinidad de empresas asociadas a las tecnologías de la información y la comunicación, que nos resultan familiares por imprescindibles para entender la quinta gran oleada tecnológica que nos envuelve por doquier, son ejemplos de una nueva función empresarial en la que el riesgo tecnológico aliado con el capital financiero posibilitan proyectos empresariales de una envergadura inusitada y unas consecuencias nunca acontecidas antes.

13. EL CAPITAL CREATIVO

El modo más ordinario de financiar un proyecto empresarial es contar con capital propio para desarrollarlo, junto con crédito bancario. Sin embargo, esta típica modalidad de financiación empresarial difícilmente se aventura en empresas de alto riesgo. En primer lugar, porque muy raramente quienes tienen ideas novedosas son además ricos y, además, porque carece de sentido que el crédito comercial bancario se aplique a inversiones que tienen más posibilidades de fracasar que de triunfar.

No es casual sino causal la relación del capital riesgo con las aventuras empresariales sustentadas en la innovación tecnológica. Invertir en una nueva tecnología implica un considerable riesgo, ya que lo más probable es que no tenga éxito; aunque, en el caso de tenerlo, el rendimiento de la inversión suele ser muy alto.

Para afrontar este tipo de aventuras empresariales nació el capital riesgo, caracterizado por invertir en diversos proyectos de dispar suerte y obtener un retorno muy positivo de la inversión agregada: en la mayoría de los proyectos se pierde, pero los pocos en los que se gana compensan sobradamente aquellos. De hecho, la tasa acumulada media de retorno de la “industria de capital riesgo” norteamericana suele situarse entre el 15 y el 20% anual.

La característica más destacada del capital riesgo quizás sea que crea empresarios y empresas que de otro modo existirían. Baste recordar, al efecto, uno de los más antiguos y claros ejemplos de capital riesgo: la financiación del primer

viaje de Colón, que sirvió para descubrir y civilizar América, pero que pudo no haber servido para nada. Posteriormente, en la Inglaterra de Isabel I se emprendieron –con licencia de la reina– aventuras empresariales corsarias y piratas financiadas también por capital riesgo.

Tuvieron que pasar más de cuatro siglos y medio para que el capital riesgo se convirtiera en una industria profesionalizada a gran escala. Su inventor, en 1946, fue un visionario general francés, Georges Doriot, afincado como profesor en Harvard, en EE. UU. Acabada la II Guerra Mundial, Doriot presidió la primera firma de capital riesgo afincada en Boston: ARD, American Research and Development Corporation. En 1957 comenzó la leyenda de ARD y Doriot, con la financiación –70.000 dólares– de una nueva compañía, Digital, fundada por dos jóvenes ingenieros del MIT, Kenneth P. Olsen y Harlan Anderson, a cambio del 70% de sus acciones. Cuando ARD liquidó su inversión, obtuvo por ella 400 millones de dólares, es decir, todo un fabuloso retorno.

Sin la genial creación institucional del europeo Doriot en EE. UU., el mundo de hoy sería muy distinto, ya que difícilmente habrían podido llevarse a cabo empresas como Hewlett Packard, Microsoft, Cisco, Apple, Google, Facebook, etc., sin cuyas tecnologías radicalmente innovadoras una gran parte del progreso económico y social que hoy disfrutamos no habría sido posible.

Dada la estrechísima relación del capital riesgo con la innovación, y entre la innovación y el crecimiento económico, cabe concluir que buena parte de la riqueza –directa e inducida– creada en el último medio siglo está sustentada por dicha gran innovación institucional. Habiendo sido muy positivos en términos históricos los resultados obtenidos por el llamado “capital creativo”, su futuro se presenta aún más esperanzador.

Puesto que el crecimiento económico a largo plazo está necesariamente asociado a la innovación tecnológica, según pone de manifiesto una miríada de investigaciones empíricas, todo aquello que la favorezca contribuye a la creación de riqueza y la mejora del bienestar social. Pero la innovación tecnológica, sobre todo la disruptiva –que implica cambios radicales y avances extraordinarios–, raramente se genera en centros de investigación de las grandes corporaciones industriales; de hecho, más de tres cuartas partes de las mismas tienen lugar en “garajes”, son concebidas y desarrolladas por jóvenes emprendedores y resultan amparadas por el capital riesgo.

Según Gompers y Lerner, el capital riesgo tiene una estrecha relación con la innovación, hasta el punto de que un dólar procedente de capital riesgo estimula las patentes entre tres y cuatro veces más que la inversión tradicional empresarial en I+D. En la década 1983-1992, habiendo correspondido al capital riesgo un 3% de los gastos empresariales en I+D en EE. UU., sin embargo, fue responsable del 10% de las innovaciones industriales.

14. LA VALORACIÓN SOCIAL DEL EMPRESARIO

Desde muy antiguo conocemos valoraciones sociales acerca de la posesión de riquezas, asunto que los escolásticos españoles –verdaderos fundadores de la ciencia económica– trataron y resolvieron magistralmente. Manejaron para ello dos categorías de justicia económica: conmutativa y distributiva.

La primera se resume en los intercambios del libre mercado: en ella, los intercambios se llevan a cabo por un “precio justo”, entendiendo por tal el que está dispuesto a aceptar un vendedor y pagar un comprador en ausencia de coacción o fraude. Nada más justo que esta conmutación, ya que el vendedor cede libremente su bien porque estima que vale menos de lo que cobra por él, y, al mismo tiempo, el comprador asume que el bien recibido vale más que lo que paga por él. Siendo libres las transacciones –conmutación de bienes y/o dinero–, la justicia económica siempre está implícita en ellas.

Es axiomático que “todo ser humano tiene derecho natural a los frutos de su propia creatividad empresarial”, sostiene Kirzner. Si alguien crea algo de la nada, tiene derecho a apropiarse de ello, pues no perjudica a nadie. Ningún resultado de la creatividad humana existía antes de ser descubierto o creado empresarialmente. El “principio de Locke” –quien lo descubre, se lo queda– es de aplicación aquí.

Colón no creó América, ya que existía antes de su descubrimiento. El título basado en el descubrimiento del pro-

ductor debe depender de la legitimidad del título sobre los ingredientes necesarios para su producción.

En la economía, ni los fines ni los medios están dados; son continuamente ideados y concebidos *ex novo*. La riqueza –“la tarta” o el PIB en términos modernos– de las naciones no es sino la suma de todo lo descubierto por quienes constituyen el mercado. Tanto “la tarta” como sus ingredientes deben ser siempre descubiertos, imaginados, creados; en ningún supuesto están dados.

El descubrimiento empresarial no es una cuestión de mera suerte, ya que siempre subyace la posibilidad de error. Solo la deliberada y calculada decisión de buscar y apostar por algo posibilita acertar y ganar, pero también equivocarse y perder.

La decisión empresarial de producir constituye un descubrimiento, una creación *ex nihilo*, es decir, de la nada.

Producida la natural distribución de riqueza que resulta de los libres intercambios, surge otro concepto de justicia, en este caso distributiva, que viene a cuestionar los resultados a posteriori de la justicia conmutativa. Quizás resida aquí una buena parte de la percepción social negativa de la función empresarial, al menos en algunos países como España, no tanto en otras latitudes como EE. UU.

La justicia distributiva, que no consiste en otra cosa que “quitar a unos para darlo a otros”, plantea muchos problemas de asunción y ejecución, ya que toda redistribución requiere una previa confiscación. Solo el Estado, y siempre desde una óptica estrictamente legítima y legal dentro de un marco de Estado de Derecho, puede expropiar a unos para beneficiar a otros. En una sociedad avanzada y mínimamente próspera, es razonable que el Estado vele por las condiciones de vida de quienes no puedan valerse por sí mismos, amén de prestar determinados servicios públicos. La financiación de sus costes toma la forma de impuestos,

que típicamente afectan más a quienes más ingresos tienen.

Hasta aquí una manera simple y razonada de plantear y resolver el problema de la desigualdad de rentas. Ir más allá, estableciendo impuestos directos crecientes e incluso progresivos a las rentas del trabajo, los beneficios empresariales y el ahorro, puede —ni siquiera es seguro— disminuir la dispersión de rentas, pero también desincentivar su generación; porque en una economía abierta es cada vez más fácil desplazar la creación de riqueza hacia “medios ambientes” más propicios.

Desde una óptica social, una positiva reputación de la función empresarial favorece su ejercicio y expansión. Es de sentido común que las sociedades más proclives a la empresa —caso de EE. UU.— son más prósperas. Una proclividad que no solo debe ser social, también institucional; es decir, las reglas de juego que encauzan el desempeño empresarial: leyes, cumplimiento de los contratos, seguridad jurídica, fiscalidad, competencia en los mercados, marco de relaciones laborales, etc.

Hace cerca de dos décadas, Manuel Jesús González investigó exhaustivamente los contenidos de los libros de texto de la enseñanza secundaria en España. Las conclusiones aportadas, que continúan estando vigentes, no pueden ser más desoladoras: la mayor parte de las referencias al libre mercado y al empresario son peyorativas. Con dicha pésima y falsa educación, es natural que en la opinión pública española abunden las opiniones anti-empresariales, algo realmente curioso si se tienen en cuenta los clamorosos desastres de las experiencias comunistas alternativas a la economía de mercado.

15. LA FUNCIÓN EMPRESARIAL HOY, EN ESPAÑA

Existe un amplio consenso, tanto doctrinal como empresarial, acerca de los factores que alimentan el éxito de una economía de libre empresa:

1. Debe ser fácil crear una empresa, y también cerrarla.
2. Los mercados financieros deben funcionar bien.
3. Las relaciones laborales deben ser flexibles y, por tanto, adaptativas.
4. El marco legal y la seguridad jurídica deben amparar la función empresarial.
5. La libre entrada y salida en los mercados debe estar garantizada.
6. La fiscalidad debe facilitar, no entorpecer, la función empresarial.
7. El marco institucional debe facilitar, cuando no favorecer, la innovación como factor consustancial del crecimiento a largo plazo.

Si la función empresarial es incontestable, además de imprescindible, para generar prosperidad, es obligado escuchar la voz de los empresarios y de quienes desde el pensamiento económico defienden la libre empresa para conocer bajo qué condiciones puede desarrollarse más plenamente.

En tiempos de crisis como ahora, las políticas progresistas al uso, como las llamadas recetas keynesianas —más

gasto público para fomentar la demanda— no solo no afianzan el posible crecimiento, sino que producen efectos indeseados al reducir los recursos disponibles para la inversión y el consumo privados, sembrar dudas sobre la capacidad de amortización de la deuda y obligar a futuras subidas de impuestos. Todo ello genera efectos contractivos sobre el porvenir económico.

Solo reformas estructurales que fortalezcan los tejidos productivos y aumenten su productividad y políticas que afiancen el atractivo de nuestro país para inversiones, tanto propias como directas extranjeras, nos podrán conducir a un futuro mejor. Cualquier intento progresista de planificar desde el poder un metafísico “nuevo modelo de crecimiento” carece de sentido. La libre competencia en los mercados y la innovación, que se realimentan mutuamente, son los factores que ahora, como en el pasado, posibilitarán el crecimiento económico y del empleo.

La historia nos enseña que la primera gran apertura de la economía española, con el Plan de Estabilización de 1959, la segunda debida a nuestra incorporación en 1986 a las Comunidades Europeas, y la tercera asociada a nuestra integración en el Eurosistema, cosecharon —todas ellas sin excepción— unos excelentes resultados para España, traducidos en una senda de convergencia en renta per cápita con los países más ricos de Europa. La libertad, por tanto, siempre ha sentado bien a la economía española. Y cuando se ha cercenado con las políticas socialistas de este siglo, España está divergiendo permanentemente de la UE.

En una economía felizmente globalizada, España debe seguir potenciando su oferta exportadora. Si durante nuestra *última* gran expansión, desde 1996 a 2007, la economía creció “hacia dentro”, generando una enorme deuda externa, ahora toca seguir creciendo “hacia fuera”, como ha venido sucediendo en los últimos años.

Entre las reformas necesarias para recuperar el crecimiento, la fiscal ocupa un papel muy importante. Es preceptivo rebajar los impuestos a las empresas, la renta, el ahorro y el patrimonio compensándolo, en todo caso, con mayores impuestos al consumo, medioambientales y tasas a las autovías.

Las relaciones laborales deben ser replanteadas por completo para rescatarlas de su origen político corporativo —completamente obsoleto hoy— y establecerlas a la altura de nuestro tiempo europeo. España difícilmente podrá salir de la crisis con consistencia si no descentraliza y flexibiliza sus relaciones laborales al estilo de los países europeos que menos desempleo padecen.

La proliferación normativa, gran enemiga del desempeño empresarial, deber ser reducida severamente. Según el Banco de España, desde 1950 se han puesto en vigor 442.000 normas; y solo en 2018 la asombrosa cifra de 11.737.

Aunque ahora toda la atención sobre nuestra economía esté exclusivamente puesta en las ayudas europeas, la realidad es que su buena marcha depende mucho y más de la vitalidad de nuestros tejidos productivos y en particular de la innovación empresarial.

He aquí un conjunto —indicativo, no exhaustivo— de medidas de revitalización de la función empresarial, que permitirían obtener en poco tiempo muy buenos resultados en los tres frentes más importantes de la economía: crecimiento económico, creación de empleo y saneamiento de las cuentas públicas:

- Desmontar los innumerables impedimentos existentes que constriñen, o llegan a hacer imposible, el desarrollo *de la función empresarial*.
- Eliminación de trabas administrativas y fiscales al *crecimiento de la dimensión empresarial*.

- Garantizar el *mercado único nacional*, fraccionado en diecisiete minúsculos –a nivel mundial– “mercadillos” autonómicos.
- Eliminar todas las *trabas a la libre entrada a cualquier mercado*, símbolo supremo de la libertad y prosperidad de las naciones.
- Desbaratar el “capitalismo de amiguetes” –tan amigo de los gobiernos intervencionistas– que no solo abunda, sino que no para de crecer.
- *Supresión de los convenios colectivos –sectoriales y provinciales–* que cartelizan la economía dificultando, si no impidiendo, la renovación de las estructuras empresariales.
- *Suspensión del salario mínimo*, hasta alcanzar una tasa de empleo del 60%.
- *Liberalización del mercado de trabajo a tiempo parcial* al estilo de Holanda.
- *Protección al desempleo condicionada* a buscar activamente trabajo y aceptar la oferta recibida.
- *Rebajar los impuestos a las empresas, al trabajo y al ahorro*, y, a cambio, subir los del consumo y las tasas –las autovías gratis de España son un caso único en el mundo–.
- *Implantación de la regla anglo-norteamericana “one-in, two-out”* en todos los ámbitos administrativos, por la que cualquier nueva norma, antes de entrar en vigor, debe dejar en suspenso otras dos.

En vísperas de recibir cuantiosas ayudas financieras de la UE, sería obligado aplicarlas prioritariamente –con solo una muy pequeña parte– a:

- *Evitar el cierre de empresas viables*, mediante recursos financieros suficientes y de muy ágil obtención.
- *Apoyar financieramente el mayor despliegue posible de las startups* de carácter tecnológico innovador. Tal financiación,

diligente y profesionalmente gestionada, debe cubrir, al menos durante cinco años, los costes salariales de los investigadores, pues, de este modo, además de garantizar la continuidad de una masa crítica de investigación, si fracasa el proyecto empresarial, el capital social tecnológico de España se acrecienta para el futuro.

16. EPÍLOGO

EE. UU. es y seguirá siendo la patria de casi todas las grandes empresas innovadoras del mundo porque disfruta del mejor medio ambiente empresarial, y los países que mejor replican el éxito norteamericano lo consiguen emulando su marco institucional; justamente lo que sería deseable para España.

Estas son sus principales, singulares e imbatibles factores competitivos:

- El mayor creador e importador de talento.
- La sociedad más proclive a la innovación.
- La mayor industria de capital riesgo: 70% de la inversión mundial.
- Aceptación social e institucional del fracaso.
- El más grande, homogéneo y dinámico mercado de mundo.
- La economía con mejor trayectoria de crecimiento económico y capacidad de recuperación de las crisis.
- Marco legal: creación y cierre de empresas, protección de la propiedad, legislación de las quiebras empresariales, justicia rápida, moneda sólida, libre entrada/salida de los mercados, legislación laboral muy flexible, seguridad jurídica, fiscalidad competitiva...

17. BIBLIOGRAFÍA

- ANTE, Spencer E. (2008): *Creative Capital. Georges Doriot and the Birth of Venture Capital*, Harvard Business Press
- BAUMOL, William J., y BATEY BLACKMAN, Sue Anne (1991): *Mercados Perfectos y Virtud Natural*, Celeste Ediciones. 1.ª edición en español, 1993.
- BAUMOL, William (2002): *The Free-Market Innovation Machine. Analyzing the growth miracle of capitalism*, Princeton University Press
- COASE, Ronald (1990): *The Firm, the Market and the Law*, The University of Chicago Press.
- ECONOMIST*, *THE* (2010): “Why the firms exists?”, 18 de diciembre.
- GOMPERS, Paul, y LERNER, Josh (2001): “The Venture Capital Revolution”, en *Journal of Economic Perspectives*, volumen 15, n.º 2, primavera, pp. 145-168.
- GONZÁLEZ, Manuel J. (2003): *El empresario y la economía de mercado. Breve recorrido por los textos de Historia, Geografía y Economía utilizados en los centros de Enseñanza Media*, Círculo de Empresarios.
- HÉRBERT, Robert F., y LINK, Albert N. (1988): *The Entrepreneur. Mainstream, Views & Radical Critiques*, 2.ª edición, Praeger Publishers.
- HUERTA SOTO, Jesús (1992): *Socialismo, cálculo económico y función empresarial*, 4.ª edición, Unión Editorial.
- KIRZNER, Israel M. (2011) [1973]: *Competition & Entrepreneurship*, The University of Chicago Press (2011).

- (1995) [1989]: *Creatividad, capitalismo y justicia distributiva*, Unión Editorial.
- LAKATOS, Imre (1978) [1976]: *Pruebas y refutaciones*, Alianza Editorial.
- LANDES, David S., MOKYR, Joel, y BAUMOL, William J. (2010): *The Invention of Enterprise. Entrepreneurship from ancient Mesopotamia to modern times*, Princeton University Press.
- MARX, Karl, y ENGELS, Friedrich (1847): *Manifiesto comunista*.
- MENGER, Carl (1997) [1871]: *Principios de economía política*, 2.^a edición, Unión Editorial.
- NORTH, Douglass C. (1981): *Structure and Change in Economic History*, W.W. Norton & Company.
- (2005): *Understanding the Process of Economic Change*, Princeton University Press.
- PARKER, Simon C. (2009): *The Economics of Entrepreneurship*, Cambridge University Press.
- Peirce, Charles S. (1992) [1867-1893]: *The essential Peirce. Selected Philosophical Writing*, volumen 1, Nathan House y Christian Kloesel (eds.), Indiana University Press: Bloomington e Indianapolis.
- RONDA, Luis (2020): *Historia de la empresa*.
- ROTHBARD, Murray N. (1985) [1973]: *Lo esencial de Ludwig von Mises*, Unión Editorial.
- SCHUMPETER, Joseph A. (2008) [1942]: *Capitalism, Socialism and Democracy*, First Harper Perennial Modern Thought Edition.
- (1971) [1954]: *Historia del análisis económico*, Ediciones Ariel, 1971.
- SHESHINSKI, Eytan, STROM, Robert J., y BAUMOL, William J. (eds) (2007): *Entrepreneurship, Innovation, and the Growth Mechanism of the Free – Enterprise Economics*, Princeton University Press.

Jesús Banegas

Ingeniero, doctor en ciencias económicas y PADE del IESE. Ha dedicado toda su larga carrera profesional a las nuevas tecnologías, la innovación y los mercados internacionales desde posiciones de la máxima responsabilidad ejecutiva, habiendo fundado y dirigido una veintena de empresas.

Comenzó como ingeniero de diseño en Standard Eléctrica, S.A. [1970-1972] para incorporarse a Telettra Española, S.A. [1972-1985] como Product Manager, director de exportación y director general comercial. Lanzó Telefónica Sistemas, S.A. [1985-1986]. En el grupo Amper, S.A. [1986-1999] fue director general de desarrollo corporativo. Lideró alianzas industriales con AT&T Network Systems, Motorola, el Estado de la URSS, Thales, Siemens, etc. Creó y dirigió una decena de empresas innovadoras en el ámbito de las TIC.

Con el cambio de siglo fundó y presidió varias startups tecnológicas. Actualmente preside E-Lighthouse Network Solutions —empresa creada con la Universidad Politécnica de Cartagena—, líder mundial en optimización de grandes redes de telecomunicaciones con presencia internacional.

Desde 2000 ha sido, sucesivamente, consultor estratégico de Arthur Andersen, Samsung, Philips, Alcatel, IE Business School, EJK Kraus, BAO Partners, Teldat, Penteo, HI2, Marzing, y más recientemente, de Inmarsat. En el ámbito de «private capital», fue durante casi una década consejero para el sector tecnológico de Mercapital y N+1.

Institucionalmente, abarca en España la presidencia del sector TIC [1991-2013], la vicepresidencia de CEOE, y la presidencia de su comisión de relaciones internacionales durante más de una década, así como la presidencia de CEOE INTERNACIONAL. Ha sido consejero del ICEX y del Consejo Asesor de Telecomunicaciones durante más de diez años, así como fundador y presidente de diversas fundaciones y organizaciones relacionadas con su quehacer profesional.

En el seno de la UE ha presidido la asociación europea de empresas electrónicas ECTEL, ha sido miembro de la Comisión Bangemann para la Sociedad de la Información y de la Comisión del Parlamento Europeo para los mercados.