

M.^a Luisa
Fernández Pirla
*Profesora Titular,
Universidad
Complutense
de Madrid*

ENSAYO SOBRE UNA TEORIA ACTUAL DE LA EMPRESA Y SU COMPORTAMIENTO ECONOMICO Y SOCIAL (II)

1. *Introducción.*—2. *La conjunción empresa-empresario.*
3. *Origen y alcance del término «empresarialidad».*
4. *La empresarialidad en Kirzner.*
5. *La empresarialidad como idea generatriz de otras formas de empresa.*
6. *El lenguaje «formalizado» en torno a la noción de empresarialidad.*

1. INTRODUCCION

EN un artículo anterior nos ocupábamos de la evolución del concepto de empresa, en lógica coherencia con los cambios experimentados no sólo en la organización de la producción, sino también, y en términos mucho más amplios y generales, en la realidad económico-social, viendo cómo los agentes económicos que actúan en ella, asumiendo el papel de dirección microeconómica de las actividades de producción de bienes y servicios, han adquirido un protagonismo muy superior al que tuvieron sus predecesores en el equivalente ámbito.

Abordamos en este artículo el análisis más profundo de la noción de empresarialidad, concebida la misma como uno de los fundamentos de nuestra estructura económica, social y política. En el entramado o estructura de nuestra convivencia, la empresa y el empresario mantienen relaciones recíprocas o interrelaciones con los otros ámbitos que constituyen esa estructura. De la Sociedad, en su significado más amplio, la empresa recibe impulsos y, a su vez, comunica a ésta los suyos propios. Las rela-

ciones entre las nociones expuestas tienen tanta importancia en la vigente realidad, que han llegado a condicionar la formulación de un lenguaje específico que ha trascendido al Derecho con el consiguiente enriquecimiento idiomático. Ello ha sucedido en los diversos países e, incluso, la terminología creada con su profundo significado semántico es bastante uniforme en todos ellos, hasta el extremo de que no vacilamos en hablar de la existencia de un «lenguaje formalizado» —siguiendo la terminología de los estructuralistas del idioma— en el ámbito de la empresarialidad.

Por ello, en las líneas que siguen insistimos en la noción que empresa y empresario tienen actualmente y exponemos el concepto de empresarialidad, tal como nosotros lo interpretamos, y nos ocupamos de cuanto puede referirse al *lenguaje formalizado* en torno, precisamente, a la noción de empresarialidad.

Para caracterizar la *empresa* y la *empresarialidad*, creemos muy ilustrativo partir, en nuestro planteamiento, de la acepción latina de tal término, recogida en nuestro *Diccionario de la Lengua*, derivada del verbo *prendere* (tomar o coger). La primera acepción en el *Diccionario de la Lengua Española* de la palabra «*empresa*» es la de «*acción ardua y dificultosa que valerosamente se comienza*».

Esta significación, que encuentra concreción fundamentalmente en los hechos militares, ha sufrido transformación en el tiempo y en su significación semántica, de tal modo que nuestro propio *Diccionario* reconoce como *empresa* la «*obra o designio llevado a efecto, en especial cuando en él intervienen varias personas*».

Esta última acepción es muy acorde con otro significado que da el *Diccionario de la Lengua* cuando define la empresa como «*casa o sociedad mercantil o industrial, fundada para "emprender" o llevar a cabo construcciones, negocios o proyectos de importancia*».

Sin embargo, como veremos seguidamente, para nosotros la formulación de empresa contenida en el *Diccionario*, más acorde con su significado económico, es el de «*entidad integrada por el capital y el trabajo, como factores de la producción y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos y con la consiguiente responsabilidad*».

2. LA CONJUNCIÓN EMPRESA-EMPRESARIO

El concepto de empresa, históricamente considerado, nace con la primera Revolución Industrial, esto es, cuando se rompen las formas hasta entonces tradicionales de una organización productiva basada en el feudalismo territorial y en la asociación gremial.

La Revolución Francesa crea las condiciones políticas necesarias para el nacimiento del *mercado*, en el sentido moderno, y la *organización* de las empresas, como unidades que han de actuar en el mismo. A su vez, la noción de empresa va íntimamente ligada a la de empresario, concepto este que etimológicamente se asimila como el de *emprendedor*. El empresario ya no es ni el señor territorial, ni el maestro o patrono gremial. Al contrario, pasará a ser titular de una función que no entraña necesariamente la condición de propietario de los medios de producción y que con el tiempo pasa a constituir una clase socioeconómica explícitamente perfilada dentro del sistema económico.

La empresa puede también considerarse, etimológicamente, como una *aventura* conducente a la obtención de un determinado objetivo. Sin embargo, a nosotros nos interesa precisar el concepto de empresa como unidad elemental de actuación económica en el ámbito de la producción, es decir, excluir de nuestros estudios cualquier acción emprendedora que no tenga por objeto actuar fundamentalmente en la economía —y además desde el lado de la producción— en la búsqueda de objetivos económicos o sociales (empresas públicas, empresas cooperativas o empresas socialistas).

La formulación de las nociones de empresa y empresario —como titular de la empresa—, que, a simple vista, parecen sencillas, son, como hemos visto en nuestro anterior artículo, de difícil concreción; en primer lugar, porque no ha sido unánime la doctrina en la fijación de las notas fundamentales de la condición de empresario; en segundo lugar, porque la expansión de la economía a niveles supranacionales conduce a nociones de empresa muy distintas de aquellas que tuvieron su origen coetáneamente con el nacimiento del capitalismo.

El concepto de *holding*, por ejemplo, parece estar lejos de la noción de empresa tradicionalmente concebida e, incluso, la empresa financiera —con sus especificidades— también parece alejarse de la primitiva formulación de empresa, en los tratadistas de esta disciplina.

Es, quizá, por esta razón por la que Kirzner ha utilizado el concepto de empresariedad, mucho más amplio en su significado y extensión que

los tradicionales de empresa y empresario, para indicar con el mismo todo un comportamiento sociológico o *forma* de actuación en la vida económica contemporánea (1).

3. ORIGEN Y ALCANCE DEL TÉRMINO «EMPRESARIALIDAD»

La palabra «*empresarialidad*» no figura en nuestro *Diccionario de la Lengua*, pero sí figura, en cambio, el término «*empresarial*» para referirse a «*todo lo perteneciente o relativo a las empresas y a los empresarios*».

El término «*empresarialidad*» procede, pues, de una *sustantivización* del adjetivo «*empresarial*». La semántica utilizada pone ya de manifiesto el *salto* que, en el mundo de la empresa, se ha producido en relación con lo que podemos considerar como los *modos de actuación* de la empresa y el empresario.

Partiendo de esta consideración, la noción de «*empresarialidad*» como *sustantivización* del término «*empresarial*» abarca no solamente el concepto de empresa y empresario, sino también el entorno de ambos y, en definitiva, las circunstancias de desenvolvimiento de la actividad económica de la empresa y del empresario.

Se ha conceptualado, en su significación social, como régimen económico de empresa, aquel sistema en que los grupos sociales utilizan los recursos disponibles para la producción de bienes y servicios, buscando la optimización desde un punto de vista individualizado de los rendimientos obtenidos y así parece recogerse en el *Diccionario de la Lengua Española* cuando se dice, respecto de la empresa, que es «*entidad integrada por el capital y el trabajo, como factores de la producción y dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos y con la consiguiente responsabilidad*», y aún añade que la empresa pública es la «*creada y gestionada por el poder público*».

Desde este punto de vista, es fácil hacer consistir la *empresarialidad*, como lo hace Kirzner, como forma u ordenación social de la vida actual o, incluso, como dice Gershuni, «*estilos de vida*», ya que, en efecto, la empresa y el empresario constituyen, hoy en día, el eje central en torno a los cuales se desenvuelve nuestra sociedad. El otro eje del sistema sería

(1) Nos permitimos hacer la observación de que la amplitud del concepto «*empresarialidad*» es tal y resulta tan expresivo que ya ha trascendido al lenguaje del hombre de la calle, y así nuestra propia Facultad ha adoptado la denominación *Ciencias Empresariales* y no de Economía de la Empresa.

el sector público, que, por otra parte, también realiza, como hemos visto, actividades empresariales, aunque no en todos los casos, naturalmente, por motivaciones estrictamente lucrativas.

En efecto, sucede que una parte importante de las rentas creadas en el sistema tienen su origen y su distribución espontánea en el ámbito de la empresa. Por otra parte, la empresa canaliza una gran parte del ahorro en el proceso de inversión. Además, la empresa actúa en el mercado y, con frecuencia, en las economías más desarrolladas, la empresa llega a crear el propio mercado, planteando nuevas necesidades y ofreciendo nuevos productos. Por último, aunque no pretendemos hacer una enumeración exhaustiva, a la empresa corresponde la aplicación de los descubiertos científicos, con la creación y empleo o utilización de las nuevas tecnologías.

Podemos, pues, afirmar, sin riesgo de equivocarnos, que la *empresarialidad* constituye un fenómeno vital de nuestros días, y que con sus puntos de partida, la *empresa* como unidad de producción y el *empresario* como elemento personal que da vida a la empresa, supone un sistema de relaciones entre las magnitudes que integran el sistema económico-social de nuestro tiempo: el hombre, la sociedad, la economía, la tecnología e, incluso, la política.

A nuestro juicio, todo lo expuesto constituye una auténtica *estructura en funcionamiento en nuestra época*, es decir, un *sistema* que permite admitir el concepto de empresarialidad como expresión, si no exclusiva ni excluyente, por lo menos muy significativa de nuestra forma de vida.

La noción de empresarialidad ha sido fundamentalmente expuesta y desarrollada por Kirzner, con una gran amplitud socio-filosófica, partiendo de un examen de la realidad actual y de los comportamientos humanos de esa realidad, tal como exponemos a continuación.

4. LA EMPRESARIALIDAD EN KIRZNER

Kirzner, analizando la función empresarial dimanante del mercado, recurre a la noción más amplia, formulada por Von Mises, de *acción humana* con motivación o fin económico. El concepto de *homo agens* expuesto por Mises es en nuestro mundo actual tan útil para la configuración de la empresarialidad como pueden serlo otros conceptos desarrollados por filósofos del pasado y que sirven hoy para explicar nuestras vivencias.

El concepto de *acción humana*, y de su autor el, *homo agens*, puede ser aplicado a las actividades empresariales individuales o colectivas, nacionales o transnacionales y, además, cualquiera que sea su objeto. Dicho concepto puede ser aplicado también a la empresa y actividad empresarial, en una economía con dirección centralizada como, análogamente, a la empresa pública, en una economía mixta, pero evitando la tentación de caer en una desviación terminológica inútil en que el vocablo tradicional se sustituye simplemente por otro. Por ello, hemos de penetrar, aunque sea someramente, en el pensamiento de Kirzner sobre su concepto de *empresarialidad*.

El concepto de *homo agens* se halla próximo, según el mismo Kirzner, al de *homo economicus*, de Robbins, hasta el extremo de poder aseverarse que la *empresarialidad* radica en la existencia de un *homo economicus* que, al propio tiempo, es *homo agens*, en un ámbito concreto que es el de creación de bienes y servicios y su ulterior distribución. Pero a este respecto, dice Kirzner que el *homo agens capta como relevantes las dificultades de decisión y de actuación*. *Decisión y actuación* caracterizarían, aunque no con exclusividad, el fenómeno de la *empresarialidad*, tanto si el objetivo es el de maximizar los beneficios, como si se trata de minimizar los costes o, incluso, obtener un óptimo bienestar social —como consecuencia de su actuación— en la satisfacción colectiva de las necesidades (empresas no capitalistas).

La noción de *empresarialidad* entraña también la consideración del contexto que configura la actividad de la empresa y que, a su vez, es influida por la acción empresarial. Así, el empresario analizará el mercado y también las condiciones generales de todo género en que desenvuelva su actividad, y su papel se *completa* cuando aprovecha *oportunidades* hasta entonces ocultas. La *empresarialidad* viene así a consistir no sólo en una actividad, sino en un estímulo o forma de vida, esto es, una *vivencia* con todas las implicaciones que, no sólo en el orden económico, sino también en el social y aun en el puramente humano y psicológico, puede tener.

La concepción del empresario en la teoría económica neoclásica se edificaba, fundamentalmente, sobre la problemática de la atribución óptima de recursos. El Profesor Suárez explica, en expresión feliz, que *bajo el supuesto de la libre y total competencia, el problema de la empresa consiste en descubrir el mecanismo que transforma óptimamente los «in-puts» en «out-puts»*, y que operando con funciones continuas se obtiene por aplicación de los multiplicadores de Lagrange a la solución de un problema de máximos.

Pero el mismo Profesor dice que, *bajo tal óptica, lo que la teoría de la economía de la empresa nos ofrece es más bien una teoría económica de los precios*, porque la función del empresario en este modelo juega un papel limitado, ya que sobre la base de una *información completa*, su actividad es puramente de planificación de recursos, sin que resulten necesarias las actividades de *marketing*.

La realidad pone de manifiesto, sin embargo, que la vida económica no ofrece supuestos de competencia perfecta en los que los precios y la tecnología constituyen datos para la solución del problema. Al contrario, la economía real evidencia que la llamada «libre competencia» es una competencia *monopolística* (lo que se ha llamado *polipolio de oferta*). Por tanto, existe toda una actividad empresarial consistente en mejorar, frente a la competencia, tanto la calidad de los productos como la tecnología para su obtención, o el prestigio de la propia firma (asistencia postventa, facilidades de pago, etc.).

En este sentido puede mantenerse, pues, que el empresario puede tener acción, en régimen teórico de competencia, sobre el variable «*precio*» y que con ella, y también con su actuación sobre los mercados financieros, puede captar recursos capaces de modificar la dimensión de su firma y así, y en función de la demanda, reducir los costes.

El Profesor Mascareñas ha estudiado este fenómeno en su *Estudio de la estructura y del comportamiento dinámico del subsistema financiero de la empresa* (2), a través del fenómeno llamado «*bucle de retroalimentación*». Sin entrar en profundidad en este tema, sí queremos subrayar, con el Profesor Suárez, que, a la hora de diseñar una nueva teoría de la economía de la empresa, *la dualidad económico-financiera del fenómeno empresarial es algo todavía no suficientemente estudiado por los economistas*. Con ello, pretendemos afirmar que una teoría completa de la empresa no puede ignorar la capacidad empresarial de actuar sobre el propio mercado, aumentando su capacidad de venta, mejorando su dimensión y, con ello, reduciendo los costes. La empresarialidad, concebida como un sistema de interrelaciones, no puede ignorar, pues, ni el fenómeno financiero, ya que se ha de servir de la economía financiera para atender a sus necesidades económicas, ni las realidades sociológicas, ya que la empresa trabaja para la sociedad y de la sociedad depende la

(2) JUAN MASCAREÑAS, *Estudio de la estructura y del comportamiento dinámico del subsistema financiero de la empresa*, publicación del Departamento de Economía Financiera de la Universidad Complutense, págs. 1 y 2.

demanda de sus productos, en la que puede influir, ciertamente, a través de su acertada gestión empresarial (3).

La empresariedad, concebida en el sentido amplio que postula Kirzner, entraña, pues, no sólo la consideración del empresario y de la empresa llamada «libre» como organización, sino de las mutuas acciones entre empresa y sociedad, y es, precisamente, en este ámbito en el que sólo encontraremos una visión de conjunto o integradora, que puede constituir fundamento de la ciencia económica de la empresa, en su visión más actual, además de considerar otras formas de empresariedad que actúan en mercados aparentemente tan distintos como el mercado político.

5. LA EMPRESARIEDAD COMO IDEA GENERATRIZ DE OTRAS FORMAS DE EMPRESA

La metodología estructuralista aplicada al estudio del lenguaje (4) ha venido distinguiendo entre la *semántica*, como *significado*, y la *semiología*, como *significante*. La *semiología* viene a constituir una especie de matriz del lenguaje que, a partir de una determinada semántica, se constituye en generatriz capaz de alumbrar una pluralidad de significados que guardan una idea de analogía y diversificación contrastables con el significado semiológico inicial. En este sentido, pues, el pensamiento estructural ha subrayado la importancia creadora del lenguaje de la gran aventura del pensamiento humano hasta el extremo de que, sin este vehículo de comunicación que constituye el lenguaje, la actividad creadora del hombre no hubiera sido posible (5).

Aplicando lo expuesto al tema que nos ocupa, de los significados de «empresa» y «empresario», podemos abstraer la noción de *empresariedad* como matriz semiológica con la fuerza creadora suficiente para, a partir de la misma, edificar todo un sistema sociológico basado en la

(3) STACKELBERG ya habla, en sus *Elementos de Teoría Económica*, del *poder de monopolio* que puede ejercer un empresario en régimen de competencia frente a su clientela y que discurre, naturalmente, entre las variables «precio», y «adhesión de la clientela a la marca de sus productos».

(4) Véase, por ejemplo, la obra de JOSÉ B. TERCEIRO, *Estructura Económica*, Ed. Pirámide, 1976, o la de J. M. AUZÍAS, *Estructuralismo*, Ed. Alianza Editorial, Madrid, 1970.

en su dimensión intelectual.

(5) Frente al *homo faber* el *homo logos* inicia la aventura de la humanidad

noción de empresa y no ligado necesariamente a lo que los economistas clásicos llamaban economía de mercado. Aunque la empresarialidad como idea, y aun como proyecto, nace ciertamente de la consideración de dicha forma económica, como vemos en otras páginas de este trabajo.

La empresarialidad como matriz semiológica comprendería, entre otras concreciones, las siguientes:

A) La existencia de las distintas formas de empresa actuantes en el sistema y entre ellas la *empresa pública* en las economías de carácter mixto y de la empresa considerada como *unidad de explotación programada* en las economías con dirección centralizada, que constituyen hoy realidades empresariales que no pueden ignorarse y que, al contrario, nos obligan a reflexionar sobre la empresarialidad de estas unidades, cuya actividad no está inspirada en el principio del máximo lucro por el que se guía el sistema empresarial privado.

B) También hemos citado las empresas multinacionales como formas de realidades concretas de nuestro mundo contemporáneo.

C) El empresariado y su concreción funcional. Cuando hemos hablado del empresario, nos hemos ocupado también de las distintas concepciones respecto del mismo que hacían consistir, sucesivamente, en diferentes circunstancias, la esencia de su función (empresario, *riesgo* o *capitalista*; empresario, *director* o *control*; empresario, *pronóstico*, y, por último, *completicidad* del empresariado).

D) Los condicionamientos a la actuación empresarial. También, al analizar el contexto en que el empresario realiza sus actividades, hemos destacado los condicionamientos a los que está sujeto el alumbramiento y desarrollo de la empresa.

E) La forma de organización social actual que se apoya, en parte fundamental, en la existencia de las empresas bajo distintas formas, que condicionan todo el sistema de vida contemporáneo con su tinte empresarial. Jonathan Gershuny, a propósito de la organización actual del trabajo y del ocio, llega a calificar como «*estilo de vida*» a la *empresarialidad* (6).

(6) Véase el interesante artículo de JONATHAN GERSHUNY «Estilo de vida, estructura económica y uso del tiempo», publicado en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas* (C.I.S., Madrid, abril-junio 1987, págs. 183 y ss.).

6. EL LENGUAJE «FORMALIZADO» EN TORNO A LA NOCIÓN DE EMPRESARIALIDAD

Por ello, en este capítulo nos ha interesado destacar, siguiendo la metodología estructuralista aplicada al lenguaje, que el concepto de empresarialidad tiene un significado semiológico y no semántico. La noción de empresarialidad, expuesta por Kirzner (7), puede ser concretada en una amplia terminología que hará referencia a sus diferentes peculiaridades y manifestaciones, como acabamos de exponer.

Al igual que otras ramas del saber humano construyen su lenguaje específico, la empresarialidad tendrá el suyo propio, que facilitará el planteamiento técnico y evitará las acepciones terminológicas confusas.

Se ofrece, pues, al estudioso un amplio campo de investigación en materia del lenguaje de la empresarialidad, en el que, partiendo de un concepto *significante*, se pueden obtener distintos significados útiles, no solamente para la investigación científica, sino fundamentalmente en el orden de la realización de las técnicas asociadas a los estudios de la empresa.

La importancia del lenguaje se destaca cuando la economía de la empresa, y, en particular, en su proyección de inversiones y financiación, se elabora según modelos contables. En efecto, la Contabilidad se mueve en un lenguaje *profesional* muy próximo, pero no idéntico, al que se utiliza en la Economía de la Empresa. Por ello, es imprescindible llegar a elaborar un «lenguaje formalizado» que, partiendo del concepto de *empresarialidad*, sirva a la Contabilidad, como técnica representativa de los fenómenos económicos, y a la Economía de la Empresa, en sus distintas concreciones, como es la de *inversión-financiación*. Un exponente de dicho lenguaje formalizado lo constituyen ya las Directrices de la Comunidad Económica Europea sobre la Economía de la Empresa y Contabilidad.

(7) I. M. KIRZNER, *Competencia y función empresarial*, Ed. Unión Editorial, Madrid, 1975.