



ASOCIACION ARGENTINA
DE ECONOMIA POLITICA

LV REUNIÓN ANUAL | NOVIEMBRE DE 2020

Hacia una teoría económica de la empresa

Ravier, Adrián

ISSN 1852-0022 / ISBN 978-987-28590-8-4

HACIA UNA TEORÍA ECONÓMICA DE LA EMPRESA

Por Adrián O. Ravier¹

Resumen

Nos proponemos en este artículo desarrollar los diez elementos fundamentales que debe considerar necesariamente una teoría económica de la empresa, respondiendo a tres preguntas esenciales acerca de la naturaleza de las empresas, su funcionamiento interno y sus límites. Lo haremos referenciando la literatura clásica y moderna en el campo bajo estudio, pero tomaremos sólo aquello que nos permita presentarla como un todo coherente. Concluimos que la empresa ya no necesita ser “una caja negra” para la teoría microeconómica moderna, relegada al campo de la administración. Proponemos en este artículo una combinación de aportes para una nueva teoría económica de la empresa que reúna a contractualistas como Ronald Coase (1937) y Oliver Williamson (1986), constitucionalistas como Richard Langlois (1995) y Victor Vangberg (1989) y austriacos como Peter Klein (1996) y Peter Lewin y Steven Phelan (2000), entre otros autores referenciados.

Conceptos claves: Teoría económica de la empresa, organización orgánica, constitucionalismo, contractualismo

JEL: D24, D25, D80

¹ El autor es Doctor en Economía Aplicada por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid y Director de la Maestría en Economía y Ciencias Políticas de ESEADE. También es profesor de la asignatura “Contexto Económico y Social de la Empresa” en el Doctorado en Administración de ESEADE.
Correo electrónico: adrian.ravier@eseade.edu.ar

HACIA UNA TEORÍA ECONÓMICA DE LA EMPRESA

Nos proponemos en este artículo desarrollar los diez elementos fundamentales que debe considerar necesariamente una teoría económica de la empresa, respondiendo a tres preguntas esenciales acerca de la naturaleza de las empresas, su funcionamiento interno y sus límites. Lo haremos referenciando la literatura clásica y moderna en el campo bajo estudio, pero tomaremos sólo aquello que nos permita presentarla como un todo coherente.

Mostraremos: 1) que no habría empresas en un mundo de competencia perfecta, sin asimetrías de información y conocimiento disperso (Knight 1921, Hayek 1945, Malmgren, 1961); 2) que tampoco habría empresas en una economía sin propiedad privada (Mises, 1922); 3) que el proceso de mercado en el que se enmarca la empresa, está basado en especialización, división del trabajo, una “mano invisible” que coordina la acción de quienes participan de los procesos de producción y que ello sólo es posible mediante el sistema de precios (Smith 1776, Hayek 1945, Read 1958); 4) que ese proceso de producción está asociado a un concepto de capital heterogéneo, subjetivo y dinámico, y que la estructura productiva se caracteriza por diversas etapas que permiten la transformación de los factores productivos en nuevos bienes de capital o en bienes finales de consumo (Lachmann 1955, Lewin 2005); 5) que la empresa no son personas, sino una organización o una “ficción legal” que relaciona contractualmente a distintas personas con el objetivo de obtener beneficios empresariales. Estos contratos son de largo plazo, lo que permite reducir la incertidumbre y los costos de transacción (Coase 1937, Malmgren 1961); 6) que el origen de la empresa no puede comprenderse sin un estudio de la función empresarial, con su característico “estado de alerta” (Mises 1966, Hayek 1945, Kirzner 1973, Lachmann 1955), 7) que el fundador o los socios fundadores de una empresa, la crean con un marco de reglas a cuyos miembros deberán adherir, aunque permitiendo que dentro de él surjan órdenes espontáneos que la dan vida a la organización (Hayek 1973, Langlois 1992 y 1995); 8) que precisamente esa “vida” que proviene de los órdenes espontáneos puede transformar la empresa internamente, a medida que sus miembros acumulan nuevas experiencias y generan nuevo conocimiento, lo que puede transformar también las reglas que originalmente se plantearon (Penrose 1959, Richardson 1972, Langlois 1992, Foss, 1994, Lewin y Phelan, 1999, Yu 1999, Zanotti 2011); 9) que la empresa puede expandir sus fronteras o crecer precisamente sobre la base del conocimiento que logren desarrollar y acumular sus miembros, lo que se plasmará en creatividad (Kirzner 1973) e innovación (Schumpeter 1912), y lo que nos conducirá a la distinción entre eficiencia estática y dinámica (Huerta de Soto 2004), y también a distinguir entre crecimiento endógeno y exógeno; 10) que la expansión o crecimiento de las actividades de la empresa encuentran un límite y que nunca será

posible que una única empresa monopolice el proceso de producción de toda la estructura productiva. (Mises 1922, Rothbard 1962, Klein 1996)

1. Un primer condicionante de la empresa: el conocimiento disperso

No habría empresas en un mundo en equilibrio y bajo información perfecta o plena. En tal estado de cosas, no habría oportunidades de inversión, ni mercados subvaluados o sobrevaluados donde arbitrar, ni sería útil el estado de alerta del empresario para advertir desequilibrios. Las empresas que se requerirían para producir los bienes y servicios que los consumidores desean ya existirían, y no habría oportunidad de cambio.

Un mundo estático de estas características está lejos de ser real, aunque muchos economistas aun en tiempos modernos utilizan estas herramientas analíticas para formular sus planteos teóricos. Nosotros dejaremos este quehacer metodológico a un lado, y nos enmarcaremos más bien en un análisis realista. Entendemos que sólo de este modo será posible construir un puente entre la ciencia económica y las ciencias empresariales.

Frank Knight advirtió este problema muy temprano, aunque luego otros autores lo profundizaron:

En ausencia completa de incertidumbre y con cada individuo teniendo perfecto conocimiento de la situación, no habría oportunidad de nada parecido siquiera a la administración responsable o control de la actividad productiva. [...] Con la introducción de la incertidumbre –el hecho de ignorar y la necesidad de actuar basados en opiniones más que en conocimientos- en esta situación de paridad, su carácter cambia completamente [...] Con la incertidumbre presente haciendo cosas, la ejecución actual de la actividad se convierte en un sentido real, en una parte secundaria de la vida; el principal problema o función es decidir qué hacer y cómo hacerlo. (Knight, 1921, pp. 267-268)

Apenas cuatro años más tarde, Hayek comienza su propia transformación (Caldwell 1988), abandonando la noción de equilibrio que plasmó en sus escritos de los años 1920 y principios de 1930 para dar lugar al “conocimiento disperso” (Hayek 1937, 1945, 1948). Esto es lo que le permite al autor reformular el problema económico fundamental:

¿Cuál es el problema que queremos resolver cuando tratamos de construir un orden económico racional? Basándose en ciertos supuestos comunes, la respuesta es bastante simple. Si poseemos toda la información pertinente y podemos partir de un sistema dado de preferencia contando con un completo conocimiento de los medios disponibles, el problema que queda es puramente

de lógica. En otras palabras, la respuesta a la pregunta referente al mejor uso de los medios disponibles se encuentra implícita en nuestros supuestos. Las condiciones que debe satisfacer la solución de este problema óptimo han sido detalladamente elaboradas y pueden ser mejor establecidas en forma matemática: expresadas brevemente, las tasas marginales de sustitución entre dos bienes o factores cualesquiera deben ser iguales en todos sus usos diferentes.

Sin embargo, éste decididamente no es el problema económico que enfrenta la sociedad. Y el cálculo económico que hemos desarrollado para resolver este problema lógico, a pesar de ser un paso importante hacia la solución del problema económico de la sociedad, aún no proporciona una respuesta a éste. Esto se debe a que los “datos” referentes a toda la sociedad a partir de los cuales se origina el cálculo económico no son nunca “datos” a una sola mente de modo que pueda deducir sus consecuencias y nunca, tampoco, pueden así ser dados.

En la misma línea,

Dado que la información incompleta es el caso general en cualquier concepción realista de la economía de mercado sería aconsejable elaborar una teoría de la planificación, al menos desde la visión de la teoría de la firma, que tome la incertidumbre como garantizada, así como la posibilidad de expectativas completamente erróneas. (Malmgren, 1961, p. 409)

Queda claro que la “racionalidad limitada” sobre la que se basa el trabajo de Ronald Coase y Oliver Williamson y que recibe el nombre de “economía de las organizaciones” es en cierto grado una tradición heredada de aquellos trabajos de Hayek.

2. Un segundo condicionante de la empresa: la propiedad privada

Las empresas, a su vez, necesitan enmarcarse bajo un contexto de propiedad privada. En su ausencia desaparecerían los incentivos de los emprendedores para iniciar cualquier proyecto de inversión (Demsetz 1967), pero además, habría ausencia de mercados y precios (Mises 1922, Hayek 1948), lo que nos impediría el cálculo económico o un tratamiento adecuado de la función empresarial y la firma.

La literatura explica que en ausencia de propiedad privada, emerge el resultado indeseable de la “tragedia de los comunes” (Hardin 1968). Al efecto, recordemos la casi extinción de búfalos en Estados Unidos hacia comienzos del siglo XIX. En la medida que no contemos con derechos de propiedad bien definidos, los agentes tienden a explotar los recursos al máximo antes que lo hagan otros para no asumir *costos externos*. Una vez definidos los derechos propiedad, los incentivos cambian, lo

que conduce a los agentes a hacer una mejor administración de sus recursos. En el mismo ejemplo, una vez que se definió correctamente la propiedad de los búfalos en Occidente, estos pasaron a multiplicarse y comercializarse y la posibilidad de extinción desapareció.

Pero los “incentivos” no constituyen la única ventaja de la existencia de derechos de propiedad correctamente definidos. Otro aspecto, quizás menos tangible o más indirecto, lo constituye la *comunicación de información* que nos provee el sistema de precios, acerca de la escasez relativa de determinados productos que hay en el mercado. A modo de ejemplo, una mala cosecha de soja en Estados Unidos conduce a un aumento en el precio de este recurso, lo que nos advierte de su mayor escasez en el mercado. Hayek (1945) demostró –y siguiéndolo a él Esteban Thomsen (1989)- que bajo precios libres –no intervenidos con subsidios gubernamentales o controles de precios- los agentes pueden tomar decisiones como si tuvieran mucho más conocimiento del que realmente tienen.

3. El proceso de mercado y el sistema de precios

Lamentablemente los manuales tradicionales de microeconomía no nos ayudan a comprender correctamente cómo funcionarían los mercados libres en ausencia de equilibrio y bajo conocimiento disperso y propiedad privada. Pero, desde luego, hay autores que constituyen la excepción.

En la literatura existen al menos tres explicaciones diferentes del mercado. Primero, debemos destacar la versión clásica de Adam Smith (1776), continuada más tarde por David Ricardo, Jean Baptiste Say y Alfred Marshall, quienes *ven al mercado como un espacio para el intercambio*. Segundo, podemos destacar la versión de León Walras, Frank Knight y Gérard Debreu, quienes *entienden el mercado como una metáfora*. Y tercero, contamos con la versión de Joseph Schumpeter, Ludwig von Mises, Friedrich Hayek e Israel Kirzner, quienes *entienden al mercado como un proceso*.

Mises quería significar que el mercado no es sólo un espacio donde las personas pueden regatear los precios, sino que también es un proceso mediante el cual se genera el conocimiento, la información llega a ser conocida, y se determinan los precios en toda la sociedad. (Sautet, en Boettke 2010)

Leonard Read (1958) nos ofrece un ejemplo de la producción de un lápiz que puede sernos de utilidad para entender esta última explicación. Read nos dice que la producción de un lápiz “es un milagro” y lo es porque nadie sabe realmente cómo producirlo. Podemos prestar atención a los componentes de un lápiz, como algo de madera, el metal, la goma, el grafito, la pintura, y reflexionar que cada uno de ellos requiere de un complejo proceso de producción para desarrollarse, coordinando la acción de millones de personas en un objetivo común que va más allá de sus intenciones individuales.

Nadie puede planificar ese proceso de producción. Si pensamos por ejemplo en la persona que derriba el árbol del cual proviene la madera, debemos tomar consciencia que no lo hace sabiendo que es parte del proceso de producción de un lápiz. Utiliza un hacha o una sierra para derribarlo, y lo hace para recibir una retribución por su trabajo. Quien conduce el camión que transporta esta madera hacia la fábrica, tampoco está pensando en ser parte del proceso productivo de un lápiz. También lo hace para recibir su respectiva retribución.

Si atendemos al proceso productivo completo de un simple lápiz, entonces debemos comprender también la producción del hacha, o la sierra, la construcción del camión, sus neumáticos, las carreteras y toda una serie de bienes de capital que hacen a la compleja estructura productiva en la cual nos apoyamos hoy en día para cualquier proceso de producción.

El ejemplo nos permite comprender la importancia de varios elementos que hacen hoy al proceso de mercado. En primer lugar, la *división del trabajo*, donde cada agente participa de una parte minúscula de un proceso productivo complejo, con un alto grado de *especialización*, y sin comprender la plenitud del proceso del que participa. En segundo lugar, la *coordinación social* de millones de agentes económicos que participan de este complejo proceso productivo, cada uno de los cuales tiene expectativas subjetivas diversas y opuestas entre sí, pero que contribuyen simultáneamente en hacer posible la producción de determinados bienes y servicios. No hay aquí “ninguna mente maestra” controlando el proceso, sino que se trata de una *mano invisible* (Smith, 1776) que sólo es posible por el sistema de precios y el cálculo económico. Read comprende la importancia de la *soberanía del consumidor* en el sentido de que cada capitalista que posee cierto capital lo destina para satisfacer a sus clientes, sabiendo que de otro modo lo perdería, y sería reasignado en otras manos. Las *ganancias y las pérdidas* son parte de un *proceso imperfecto de prueba y error* que en definitiva guía la función empresarial a asignar los recursos de manera eficiente, incrementando el capital y las inversiones donde se perciben beneficios, y abandonando aquellos proyectos que nos conducen a pérdidas.

Read, finalmente, siguiendo a Mises (1922) y Hayek (1948) nos explica que este complejo proceso de mercado no puede ser reemplazado por mandatos desde un gobierno socialista que desee administrar centralizadamente la producción. En términos de Mises:

Es una ilusión suponer que en la economía socialista podría reemplazarse el cálculo monetario por el cálculo en especie. Este último no se puede aplicar, ni aun en la sociedad sin cambio, más que a los bienes listos para el consumo. Es totalmente inservible cuando se trata de bienes de orden superior: desde el momento en que se abandona la libre formación de los precios de estos bienes en dinero, se hace absolutamente imposible una producción racional. Cualquier

paso que nos aleje de la propiedad privada de los medios de producción y del uso de la moneda nos aleja al mismo tiempo de la economía racional. (Mises, 1922, p. 125)

Para Mises, las intervenciones en el mercado son contraproducentes, ya que distorsionan la información creada por los derechos de propiedad. En el límite, la completa abolición de los derechos de propiedad haría imposible el cálculo económico racional. (Beaulier, en Boettke 2010)

Llegamos entonces a la “imposibilidad del cálculo económico socialista” que es bien conocido en la literatura y está muy bien resumido por Peter J. Boettke (1998, p. 31):

1. Sin propiedad privada de los medios de producción no habrá mercado para los medios de producción.
2. Sin un mercado para los medios de producción no habrá precios monetarios establecidos para los medios de producción.
3. Sin precios monetarios, que reflejen la escasez relativa de los bienes de capital, los encargados de tomar decisiones económicas serán incapaces de calcular racionalmente el uso alternativo de los bienes de capital.

En otras palabras, cuando la institución capitalista de la propiedad privada es abolida, el cálculo económico racional ya no es posible.

4. El capital heterogéneo, subjetivo y dinámico

Uno de los condicionantes de la empresa es entonces la propiedad privada de los medios de producción, que se pueden dividir entre “originarios” y “no originarios”. Los factores de producción originarios son el trabajo humano y aquella materia que se puede extraer de la naturaleza, denominada materias primas. Lógicamente la propiedad sólo puede tenerse en relación con la materia, pero no sobre los recursos humanos que son indiscutiblemente inalienables y a los que habrá que contratar para disponer de ellos, con acuerdos voluntarios en su correspondiente mercado (Huerta de Soto 1985). La combinación de estos dos factores, nos permiten desarrollar *bienes de capital*. En la actualidad, cualquier proceso productivo, sea para formar nuevos bienes de capital o bienes de consumo, deberá contemplar la combinación de estos tres tipos de factores.

Ludwig Lachmann (1955) fue uno de los primeros autores en advertir la *heterogeneidad del capital*, así como su *subjetividad* y su *dinamismo*. Peter Lewin (1999, 2005), su más fiel seguidor, extendió aquellas investigaciones. Sus trabajos deberían ser considerados esenciales en el estudio de la economía de la empresa.

Comenzaremos el análisis notando que un bien de capital no podría serlo, si no fuera previamente un *bien económico*. Un bien económico debe contar necesariamente con dos propiedades: que sea *útil* y que sea *escaso*. Si no contara con cualquiera de estas dos características, no sería necesario economizarlo.

A su vez, que un bien sea de capital o de consumo, depende de la *apreciación subjetiva* que su dueño le otorgue, y el *plan* que tenga pensado para él. Un típico ejemplo que muestra la literatura es el de las modernas computadoras. Podría ser un bien de consumo si mis hijos juegan con ella a los videojuegos, pero se transforma en bien de capital en el momento en que yo la utilizo para mi trabajo.

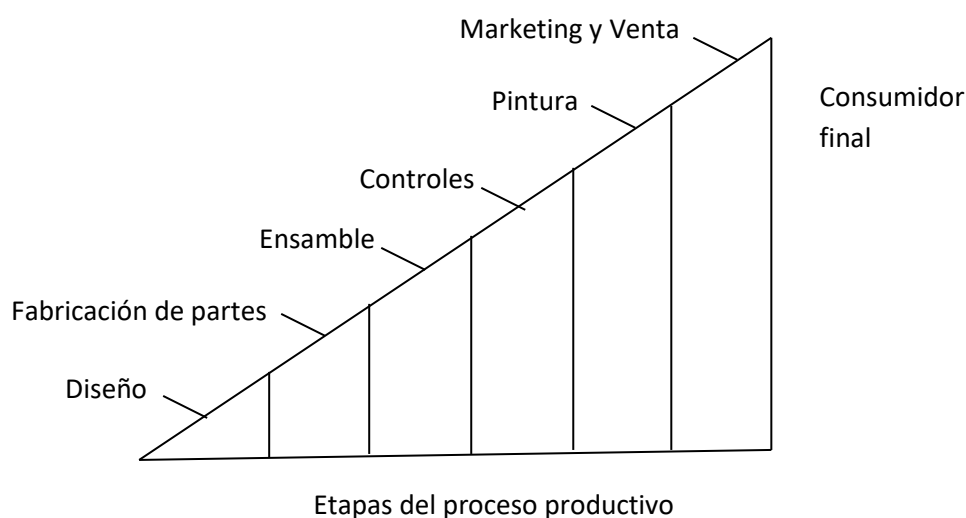
Cada bien de capital puede servir entonces a un propósito diferente, pero a la vez, cada uno de ellos, es capaz de servir a más de un propósito. Debido a su *heterogeneidad*, es decir su uso multi-específico, es necesario coordinar la actividad económica para alinear mejor la estructura de bienes de capital que permite producir eficientemente los bienes de consumo que se consideran prioritarios en la sociedad.

Los modelos económicos formales cometen el error muchas veces de considerar al capital como algo *homogéneo*, silenciando justamente la tarea de *coordinación* que la economía de la empresa debe resolver.

Dada la naturaleza heterogénea y multi-específica de los bienes de capital, tanto por ser estos bienes sustitutos como complementarios, las empresas deben preocuparse por la estructura del capital que mejor encaja con la producción de bienes y servicios que el consumidor desea. Los empresarios no sólo deben invertir y crear nuevo capital, también deben buscar el uso más adecuado para el capital existente. Que una sociedad prospere o se estanque, no depende únicamente de la cantidad de capital que haya acumulado, sino también de que esté correctamente ensamblada. De esta forma, el capital heterogéneo y multi-específico se convierte en un tercer condicionante para la existencia de las empresas.

A la mencionada subjetividad y heterogeneidad del capital, debemos agregar también su dinamismo. Y es que la estructura productiva no puede comprenderse sin asociarla al *tiempo*, o bien, a las *etapas* del proceso productivo. Piense el lector, por ejemplo, en las etapas que requiere la producción de un automóvil. Simplificando, se requiere un diseño industrial, la fabricación de las partes, su ensamble, los controles, la pintura y la venta al consumidor final, como indica la figura no. 1.

Figura No. 1: Estructura intertemporal de la producción



Una empresa puede concentrar su actividad en una, en dos o en todas estas etapas, aunque observaremos en la última sección que existen ciertos límites a la expansión de la empresa. En general, una empresa tiene una actividad y un mercado específico, y se nutre en esa actividad de insumos fabricados por terceros. Por ejemplo, una empresa podría definir como actividad únicamente el diseño de los automóviles y venderlos luego a una fábrica de autos que lleve adelante la concreción de ese diseño en un producto real. Otra empresa podría fabricar una única parte del automóvil, como los frenos, el volante o las puertas, y venderlos a las distintas fábricas del automóvil, las que se ocuparán más bien de ensamblarlos una vez que reciban todas las partes ya fabricadas. Una empresa podría especializarse en la pintura de los automóviles y ejercer esta función para distintas fábricas. Una concesionaria podría ocuparse de recibir el automóvil ya fabricado y destinar su actividad únicamente al marketing o la venta al consumidor final. En definitiva, cualquier proceso productivo puede ser subdividido en múltiples etapas, advirtiendo que en cada una de ellas habrá un margen de ganancias diferente, pero con tendencia a equilibrarse en un beneficio promedio uniforme. Esta tendencia obedece a que aquellos empresarios que trabajen en actividades cuyos márgenes de ganancia son inferiores a la media o que acumulen pérdidas, tenderán a abandonar su actividad en búsqueda de beneficios más altos; por el contrario, aquellos emprendedores que actúen en actividades donde el beneficio es más alto que la media, tenderán a atraer más competencia, viendo esos márgenes reducirse hacia la media de la industria y de la economía completa.

La existencia de conocimiento disperso y de asimetrías de información, así como del dinamismo que caracteriza a las preferencias temporales y subjetivas de los agentes, impedirá, sin embargo, que alguna vez se alcance un margen de ganancia uniforme. Lo que una teoría económica de la empresa debe advertir es que las empresas, o más bien los emprendedores, estarán siempre atentos, alertas, a alcanzar el máximo

beneficio posible, pero la “eficiencia” –entendida como la asignación óptima o perfecta de los recursos- será inalcanzable.

[E]n el mundo del proceso de mercado no hay estándar ideal a través del cual ponderar algún resultado particular. Toda la acción ocurre en un universo con final abierto en el cual el futuro está siendo creado continuamente, y en el cual, por lo tanto, la competencia es un “proceso de descubrimiento”. (Lewin y Phelan, 2000. p. 110)

5. La naturaleza de la empresa como una “ficción legal”

Caracterizado el proceso de mercado y la estructura productiva, es tiempo ya de definir qué es una empresa. Empezaremos afirmando que una empresa no es un individuo, ni tampoco un grupo de individuos, y debemos distinguirla también de sus miembros, sean estos los trabajadores, el emprendedor o fundador que aportó la idea de la misma, el capitalista que contribuyó con el capital para constituirla, o el gerente o CEO que la administra.

Una empresa es más bien una *ficción legal* que relaciona *contractualmente* a distintas personas, con preferencias, expectativas y objetivos opuestos, pero que se *coordinan* en un objetivo común, el que de manera abstracta puede plantearse en la *búsqueda de un beneficio empresarial*. (Jensen y Meckling, 1976, p. 327, citado por Foss, 1994, p. 29)

Ronald Coase (1937) presentó *la naturaleza de la firma* separándola del resto del mercado. Por un lado, muestra estar al tanto de la investigación de Hayek (1937) cuando afirma que:

El economista ve el sistema económico como algo coordinado por el mecanismo de precios en el que la sociedad se convierte no en una organización, sino en un organismo. (Coase, 1937, p. 559)

Por otro lado, advierte que ese “mecanismo de precios” está ausente dentro de la empresa. A un nivel “macro” surgen espontáneamente algunas instituciones como el dinero, el derecho, el comercio o el sistema de precios, pero a un nivel más “micro”, a un nivel empresarial, estos órdenes espontáneos desaparecen, y lo que emerge es la planificación central fundada sobre jerarquías, justamente por la ausencia de precios internos en la organización. (Yu, 1999, p. 28)

Creo que se puede asumir que el rasgo característico de la empresa es que reemplaza el mecanismo de precios (Coase, 1937, p. 560)

Siguiendo a Robertson, Coase afirma que las empresas serían “islas de poder consciente en este océano de cooperación inconsciente” que sería el mercado. (Coase, 1937, pp. 559-560)

Fuera de la empresa, los movimientos de precios dirigen la producción, ésta es coordinada mediante una serie de transacciones de intercambio en el mercado. Dentro de una empresa, estas transacciones de mercado se eliminan y, en lugar de la complicada estructura de mercado con transacciones de intercambio, se sustituye por el empresario-coordinador que dirige la producción”. (Coase, 1937, p. 560)

Luego, Coase nos ofrece más precisiones sobre el *contrato* que une a los miembros de la organización:

Un factor de producción (o el dueño del mismo) no tiene que hacer una serie de contratos con los factores con los que está cooperando dentro de la empresa, como sería necesario, desde luego, si esta cooperación fuera resultado directo del trabajo del mecanismo de precios. Estas series de contratos serían sustituidas por uno. En esta etapa es importante destacar el carácter del contrato del factor empleado dentro de una empresa. El contrato es uno mediante el cual el factor, a cambio de cierta remuneración (que puede ser fija o fluctuante), accede a obedecer las instrucciones de un empresario dentro de ciertos límites. La esencia del contrato es que sólo debe establecer los límites al poder del empresario. Dentro de estos límites, puede de esta manera dirigir los otros factores de producción. (Coase, 1937, p. 562)

Estos contratos son de *largo plazo*, lo que genera tres ventajas importantes. Primero, el costo de los contratos de largo plazo es inferior al de establecer esos mismos contratos para el corto plazo. Segundo, *reduce los costos de transacción*, definido como el costo de tiempo y recursos de generar cada uno de los arreglos contractuales que permiten a la organización contar con el trabajo de terceros en búsqueda del objetivo planteado. Tercero, al ser contratos de largo plazo proveen mayor *información controlada*, lo que permite a su vez, *reducir la incertidumbre*. No sólo garantiza predictibilidad por el tiempo que requiera el plan de producción, sino también que ahora se requiere menos información para controlar el proceso. (Malmgren, 1961, p. 404)

Con lo dicho, Coase abrió lo que hoy se conoce como la teoría contractualista de la empresa, que sintéticamente expresa que la firma reúne una serie de contratos óptimos que alinean los incentivos de sus miembros. Más tarde, el enfoque se enriquece con las contribuciones de Armen A. Alchian y Harold Demsetz (1972) y especialmente con los trabajos de Oliver Williamson (1975; 1985)

Nosotros, sin embargo, no podemos cerrar esta sección sin aludir al aporte significativo de Don Mathews (1998), quien señala que si bien la empresa se enmarca en el proceso de mercado con su compleja estructura productiva, sería incorrecto disociar una (la empresa) de otra (la estructura productiva o el proceso mercado). La distinción coasiana entre management y mercado, quizás resulte exagerada.

Pero, gerenciar y planificar la firma son cosas para nada similares a lo que comúnmente se denomina “planificación económica”. El mercado no es la compra y venta impersonal de bienes y recursos por parte de contratistas independientes. El mercado es un sistema de derecho de propiedad privada que guía y fuerza las acciones que la gente realiza para mejorar su situación. El mecanismo de mercado consiste en las acciones que la gente realiza bajo un sistema de propiedad privada. La firma es una institución de mercado. Las firmas se crean y organizan de determinada manera por parte de gente que busca mejorar su situación bajo un sistema de propiedad privada. La creación y organización de firmas son parte del mecanismo de mercado. La contratación de los gerentes en un intento de aprovechar las oportunidades y crear valor es parte del mecanismo de mercado. Eliminemos al mismo y la firma, tal cual nosotros la entendemos, deja de existir. En otras palabras, gerenciar no puede estar desasociado de usar el mercado. Existe una diferencia entre elaborar el insumo y comprarlo, por supuesto, pero la opción existe debido al mercado, y la opción es parte del mecanismo de mercado. La firma y todas sus acciones no pueden estar desasociadas del mercado y sus mecanismos. (Matthews (1998, pp. 51-52)

6. La función empresarial, el “estado de alerta” y el origen de la empresa

La teoría contractualista de la empresa tiene, además, una serie de problemas: 1) descuidar el proceso de mercado, que caracterizamos más arriba; 2) desatender las actividades del empresario, que profundizaremos a continuación, y 3) desdeñar la distinción entre orden espontáneo y orden planificado que atenderemos en la siguiente sección. (Foss, 1994, p. 28)

A estos aspectos se pueden agregar otros tres adicionales: 4) asumir implícitamente que las alternativas de contratos entre las que debe elegir la firma vienen dadas; 5) eliminar el proceso, en el sentido de que la solución óptima para el problema de designación del contrato continúa siendo óptimo después de que se eligió el contrato; 6) presunción de conocimiento o supuestos fuertes de conocimiento. En la teoría contractualista no hay lugar para descubrir ese conocimiento.

Es aquí donde la teoría de la empresa se refuerza con las contribuciones de los economistas austriacos a la función empresarial, destacándose Ludwig von Mises (1966), Friedrich Hayek (1945), Israel M. Kirzner (1973) y Ludwig Lachmann (1955). Para estos autores el empresario es la pieza clave como motor de la coordinación de las actividades económicas guiado por un sistema de precios en desequilibrio. Y la competencia es el proceso que hace posible que el empresario: 1) genere, 2) transmita, 3) descubra e 4) interprete esas sutiles y complejas señales informativas. (Sarjanovic 1989, 2009)

Es importante recordar que a diferencia de lo que ocurre en el análisis de equilibrio general, *los precios según la teoría del proceso de mercado no vienen dados, sino que son creaciones de los empresarios*. En un proceso competitivo los empresarios rivalizan entre sí para asegurarse el acceso a los bienes o factores que necesitan para llevar a cabo sus proyectos. Esa rivalidad competitiva es la antítesis de lo que describe el modelo neoclásico de competencia perfecta.

Demandando lo que necesitan descartando lo que no, protegiendo lo que no abunda y rematando lo que sobra, los empresarios forman los precios pujando unos con los otros por esos recursos más o menos escasos. Llamo a esta dimensión del proceso la dimensión misiana porque entiendo que esto es lo que Mises hizo evidente en su discusión sobre la posibilidad o no del cálculo económico en el socialismo. (Sarjanovic 2009, p. 17)

La dimensión de Hayek (1945) ya la hemos reseñado arriba como la *transmisión de información que provee el sistema de precios*. El conocimiento está dividido entre distintos sujetos y no se puede centralizar. En este contexto, Hayek explica el rol del sistema de precios como un sistema de señales que transmite información a los distintos agentes económicos para que cada uno de ellos, sin necesitar saber los motivos por los cuales los precios están cambiando y como si tuvieran más información de la que realmente tienen, puedan tomar las mejores decisiones relevantes a sus circunstancias de tiempo y lugar.

La dimensión de Kirzner (1973) es para esta sección de particular interés. *Una vez que las señales de precios han sido generadas y transmitidas tienen que ser descubiertas para ser procesadas*. La “racionalidad limitada” nos enseña que los hombres no son omniscientes y tienen conocimiento limitado y por ende no capturan la “realidad concreta” de un simple vistazo. La capacidad de atención es limitada y por ende el proceso de descubrimiento de esa información que está ahí afuera, lista para ser capturada y explotada, es uno de los atributos que caracteriza a la función empresarial. En cierta medida todos somos empresarios, pero algunos más perspicaces que otros. Kirzner propone describir a esta capacidad o propensión a estar alertas para descubrir oportunidad como “alertness”. El descubrimiento de estas oportunidades de ganancia aun no detectadas por ningún otro agente es el camino por el cual la asignación de recursos se va haciendo cada vez más eficiente. En sentido contrario, un descubrimiento erróneo, que se traduce en pérdidas irá minando de recursos a ese empresario para forzarlo a replantear su plan para que, de esa manera, no contribuya a seguir mal asignando recursos que siempre son escasos.

Esta dimensión que Kirzner introduce es precisamente el eslabón ausente en la teoría de la empresa moderna, puesto que sólo él nos permite comprender el *origen de la firma*. Kirzner (1973, p. 57) se pregunta concretamente cuándo emerge la empresa, o en otros términos, cómo podemos distinguir la creación de la empresa de otras

actividades llevadas adelante en el mercado. Y responde que lo que motiva la creación de la empresa o la acción empresarial es el beneficio contable, por lo que su realización debe ser considerada prueba suficiente *ex post* de que la empresarialidad fue ejercitada.

Pero nos queda aun, una última dimensión por explorar, asignada por Ivo Sarjanovic (2009) a Ludwig Lachmann. *Una misma señal de precios descubierta por dos empresarios diferentes no es interpretada siempre de la misma manera, aspecto que se comprende en el marco del subjetivismo metodológico de la Escuela Austriaca*. Una misma señal objetiva puede ser “leída” de maneras diferentes.

“Diferentes hombres en idénticas situaciones actuarán diferente a partir de sus diferentes expectativas acerca del futuro”. (Lachmann, 1970, p. 36)

El mayor precio de la lata en el ejemplo de Hayek de 1945 puede decirle a un empresario A que hay que sustituir ese material por otro más barato, mientras que a un empresario B puede decirle que a pesar de haber subido es un buen momento para comprar y acumular stocks porque los precios están en alza. “La conclusión de esto”, sugiere Sajarnovic (2009, p. 19), “es que una determinada configuración de precios relativos puede ser interpretada por distintos grupos de agentes económicos de distinta manera y dar lugar a distintas trayectorias en los procesos de mercado.” Como bien señala Roger W. Garrison “los precios no son órdenes que requieren ser cumplidas, sino que son señales que requieren ser interpretadas.”

7. Reglas, orden espontáneo y organización

Regresemos por un momento a Coase (1937) y a los contractualistas en esta distinción que ofrecen entre mercado y empresa, donde el primero –a un nivel macro- es dirigido por el sistema de precios, mientras el segundo –a un nivel micro- es organizado por el empresario-coordinador que dirige la producción.

Veremos a continuación que Hayek (1973) nos permite profundizar esta distinción en su clásico libro *Derecho, Legislación y Libertad*, volumen I, donde profundiza el tema de “Normas y Orden”, distinguiendo entre “cosmos y taxis” u “orden y organización”.

El *cosmos* es un concepto reservado a aquel orden que surge de manera inintencionada y donde los sujetos actuantes coordinan respetando ciertas reglas. En este orden nadie mueve las piezas a discreción, ni define tareas concretas; tan solo se definen las reglas de manera abstracta como un marco institucional en el que los actores se pueden mover.

El *taxis* o la organización, por el contrario, es deliberadamente creado con un propósito y es coordinado por una serie de reglas específicas, comandos y jerarquías definidas por el organizador. En el primer caso, encontramos varios ejemplos, como el mercado mismo, el lenguaje, el dinero o internet, mientras que en el segundo nos

referimos a un estado socialista, al ejército o justamente a las empresas. (Hayek, 1973, p. 76)

El trabajo de Hayek fue el punto de partida de un proyecto más amplio acerca de la teoría de las instituciones sociales. De hecho, Langlois (1995) rescata un viejo trabajo de Carl Menger (1883) para complementar aquella distinción entre orden y organización, con un origen orgánico o pragmático para cada uno de ellos.

Una estructura pragmática, a diferencia de un sistema orgánico de reglas, se pone en marcha por una intención consciente, y por lo tanto, en cierto sentido que todavía no se ha precisado, es producto de la planificación. Al mismo tiempo, en la teoría de Hayek un sistema de normas puede ser un *orden* o una *organización*. En un orden, las normas que guían la conducta son abstractas e independientes del propósito; en una organización, esas normas orientan la conducta hacia fines más o menos concretos. (Langlois, 1995, p. 51)

Esto nos da cuatro posibilidades, según se observa en el siguiente cuadro elaborado por Vanberg (1989) y Langlois (1992).

Cuadro 1: Tipos de órdenes y organizaciones

| | |
|---|--|
| Órdenes orgánicos (Orden espontáneo) | Organizaciones orgánicas (Burocracias gubernamentales) |
| Órdenes pragmáticos (Economía Constitucional) | Organizaciones pragmáticas (Empresa) |

Ejemplos de órdenes orgánicos y espontáneos ya hemos precisado más arriba, como el lenguaje, el derecho consuetudinario (common law), el dinero y el mercado, entendido en sentido amplio.

Los órdenes pragmáticos, por el contrario, nos remite a economistas constitucionalistas como James M. Buchanan quien nos enseña que es posible y deseable planear conscientemente sistemas de normas abstractos, aun si esa planificación consiste casi por completo en una imitación selectiva de normas que han evolucionado espontáneamente en otros lugares y tiempos.

Si el pragmatismo nos refiere a esa planeación consciente, entonces las organizaciones pragmáticas serían ejemplificadas con las empresas, en el sentido de que un individuo, o un grupo de individuos relativamente pequeño, funda una empresa con algún propósito definido.

Por último, encontramos las organizaciones orgánicas que se manifiestan en las burocracias gubernamentales, asociadas a buscadores de renta y privilegios, como también nos enseña el Public Choice de Buchanan.

Nótese, sin embargo, que tanto en el mercado como en la organización hay reglas, pero contienen tres diferencias esenciales. En la organización: 1) las reglas no son abstractas, dado que deben guiar la acción de sus miembros en una dirección específica; 2) tampoco son tácitas, sino más bien explícitas y 3) son específicas para el espacio que un agente ocupa dentro de la organización. (Ioannides 1999, p. 83)

Sintetizando, la empresa posee reglas explícitas y específicas, pero dentro de ellas, los miembros de la organización tienen lugar para la espontaneidad. En la medida que las estructuras internas de la empresa sean más flexibles, habrá mayor espontaneidad de sus miembros lo que puede permitir mayor creatividad y aprovechamiento del conocimiento circunstancial del espacio que éste ocupa.

8. El funcionamiento interno de la empresa

El fundador o los socios fundadores de una empresa crean entonces un set de reglas donde se destacan líneas de autoridad y de comunicación definidas con un objetivo claro, pero de ninguna manera éstas congelan la acción de los miembros de la organización. Por el contrario, el dinamismo y la espontaneidad de los miembros le da “vida” a la organización, *generando conocimiento*, el que a su vez puede alterar la propia estructura original de la empresa.

La firma también es un orden espontáneo, en la medida que evoluciona internamente de una manera que nadie puede anticipar. Es justamente para intentar mantener cierto “orden” y “coordinación” dentro de estas estructuras, que la empresa necesita cultivar cierto conocimiento y hasta establecer una “cultura”. El emprendedor intenta entonces construir un mundo coherente de conocimiento y una comunidad con una cultura común. “Cambiar el yo por el nosotros.” (Yu, 1999, p. 31)

Se trata, en definitiva, de una *cultura corporativa*, es decir, “un conjunto de normas estables, específicas para cada empresa, que reglan la conducta dentro de la corporación. Esta cultura corporativa no sólo resuelve los problemas de coordinación planteados por los austríacos, sino que también desalienta ciertas propensiones al riesgo moral, con lo cual armoniza los incentivos.” (Foss, 1994, p. 37)

Pero no se debe perder de vista que las nuevas experiencias que acumulan sus miembros forman una nueva institución, que abandona viejas estructuras y establece otras nuevas. El conocimiento que estos miembros tenían ya no son suficientes ni adecuados para resolver los nuevos problemas. A medida que la empresa cambia espontáneamente, en términos de Vanberg (1989) y Langlois (1992), *la firma deja de ser pragmática para ser orgánica.*

¿Es entonces la empresa un orden espontáneo a lo Menger? Esta fue una pregunta que recientemente se hizo Aidan Walsh (2009), concluyendo que efectivamente “nadie crea una firma”. Nosotros puntualizamos, sin embargo, que el emprendedor

crea la firma bajo cierta estructura para perseguir objetivos concretos, pero no puede evitar que los miembros de la organización la vayan modificando internamente a medida que cambia su conocimiento. Langlois es muy claro en este sentido:

La fundación de una empresa (o, en algunos casos, las modificaciones en su manejo) constituye un hecho histórico que abre un proceso de aprendizaje dependiente de su trayectoria, que se realiza mediante la acumulación y el perfeccionamiento de rutinas. En algunas circunstancias –no en todas- este proceso puede dar como resultado una organización grande y compleja. Y, como ocurrió con los organismos biológicos, tales organizaciones coherentes pueden interpretarse erróneamente como productos de un diseño consciente. La *fundación* de Apple Computer en 1976 fue seguramente un acto de diseño consciente, aunque sus fundadores, Jobs y Wozniak hayan tenido visiones totalmente diferentes de lo que era la organización y de lo que podía llegar a ser. Pero sería absurdo decir que la corporación llamada Apple Computer que existe *hoy* es el resultado de un diseño consciente. Creció en lo que es realmente una forma orgánica mediante la lenta acumulación de rutinas y capacidades. En consecuencia, una empresa comienza en el casillero inferior derecho del cuadro 1, pero si perdura durante mucho tiempo se traslada por fin al casillero superior izquierdo a medida que crece y aprende en forma orgánica. (Langlois, 1995, p. 63)

La pregunta que cabe entonces al interior de la organización es acerca de la rigidez o la flexibilidad de la estructura de reglas o normas que se fijan en ella. *La ausencia de reglas puede conducir a una anarquía en el interior de la empresa*, y podrían desviarse sus miembros de los objetivos constituidos en la empresa. *Un exceso de reglas, por el contrario, puede resultar costoso, pero además reducirá la creatividad de sus miembros en la generación de conocimiento.* (Foss, et al, 2007, p. 1178)

Una estructura flexible, un adecuado nivel de delegación de responsabilidades en los miembros de la empresa y cierta descentralización en la toma de decisiones son factores que pueden ayudar en la generación de conocimiento –aprovechando las circunstancias locales y específicas de los agentes que están en la base de la pirámide de la empresa-, así como en el sentido de pertenencia, esto es, en *ser parte* de la organización.

De nuevo, mientras los miembros de la empresa participan de nuevas experiencias y, en consecuencia, “actualizan” sus *stocks de conocimiento*, esas nuevas formas de hacer las cosas se *crystalizan en instituciones* (orden orgánico) cuyos nuevos significados derivan de la interacción económica de las partes involucradas. (Lachmann 1970, p. 62; Rogers, 1983, p. 175, citados ambos por Yu, 1999, p. 31).

La empresa es entonces un *ente de aprendizaje*, y el cambio de este organismo se explica a partir del conocimiento que puedan generar sus miembros, lo que incluye sus *capacidades*, sus expectativas, sus planes, su imaginación y la persuasión que puedan generar entre sí.

Peor, ¿no podemos decir que la empresa es también, en cierto sentido, un sistema de aprendizaje? Creo que no sólo podemos, sino que debemos. Lo que nos impide cometer el error de identificar como un orden espontáneo algo que es en última instancia un orden planificado –la empresa– es la noción de que ésta, como el empresario, aprende acerca de los hechos *locales*. La empresa es un sistema de aprendizaje local y no global, como lo es el orden espontáneo del mercado. (Foss, 1994, p. 37)

Es aquí donde debemos complementar el análisis con las contribuciones de Edith Penrose (1959) en torno a las capacidades, que más tarde se expanden con los aportes de Richardson (1972, 1990) y Nelson y Winter (1982). Para todos estos autores la empresa es un conjunto no de recursos tangibles sino intangibles. En concreto, fue Richardson quien introdujo el término idóneo de *capacidades* para referirse a las habilidades, experiencia y conocimientos que posee la empresa.

En otros términos, la empresa no es el lugar donde se combinan los medios físicos de producción, sino el lugar donde las capacidades se construyen y se modifican. (Dulbecco y Garrouste, 1999, p. 57) Sin el “conocimiento” de cómo utilizar los recursos en forma rentable, estos no serían recursos. No tendrán valor. *Los recursos sin conocimiento no tienen significado*. (Lewin y Phelan, 1999, p. 12)

Si bien el problema que se debe resolver internamente en la empresa es el de combinar eficientemente los bienes de capital heterogéneos y complementarios, también debemos insistir que ese conocimiento no nos viene dado, sino que hay que resolverlo a partir de ciertas capacidades que deben desarrollarse intra-empresa.

Harold Demsetz retrata correctamente el peligro de considerar el enfoque contractualista de forma aislada:

El énfasis puesto sobre los costos de transacción [...] empaña la visión de la imagen global al presuponer implícitamente que todas las empresas tienen la misma capacidad para producir bienes y servicios. (Demsetz, 1988, p. 147)

No está demás insistir que este problema está ausente en la empresa neoclásica con capital homogéneo, pues allí no hay *ignorancia*. Siguiendo a Hayek (1945) en el enfoque neoclásico el problema económico es sólo de optimización, lo que podemos extender también a la economía de la empresa.

El objetivo de cualquier emprendimiento es precisamente desarrollar habilidades tecnológicas e información, esto es, capacidades para enfrentar la

ignorancia; el éxito depende directamente de su propensión para acceder a una ventaja de información relativa al campo de producción para alcanzar coherencia en los planes de producción, con relación a lo que alcancen las otras firmas en el tiempo. (Dulbecco y Garrouste, 1999, p. 60)

Debemos distinguir, sin embargo, entre el paradigma de la información y el paradigma del conocimiento (Zanotti, 2011), que muchas veces son tratados como sinónimos. En el primero hay “hechos”, que son “objetivos”, más allá de las interpretaciones del sujeto del conocimiento. Ante esos “hechos”, el sujeto es pasivo: ellos “caen” en el sujeto, que es “informado” por los hechos y a su vez “informa” sobre los hechos. O sea que presuponemos que hay muchas ocasiones donde el conocimiento es un sujeto pasivo que recibe “datos” ante los cuales no queda otra que “informarlos objetivamente” o callar o mentir.

El paradigma del conocimiento, por el contrario, no se acomoda a la relación de un sujeto pasivo a un dato objetivo. Se trata de “vivir en”, “estar en” un mundo de vida y por ende “entender”. *Este paradigma del conocimiento requiere de un sujeto activo que interpreta la información y los hechos.* La economía de la empresa no puede construirse sobre el paradigma de la información, sino que debe hacerlo sobre este paradigma del conocimiento.

9. El crecimiento de la empresa

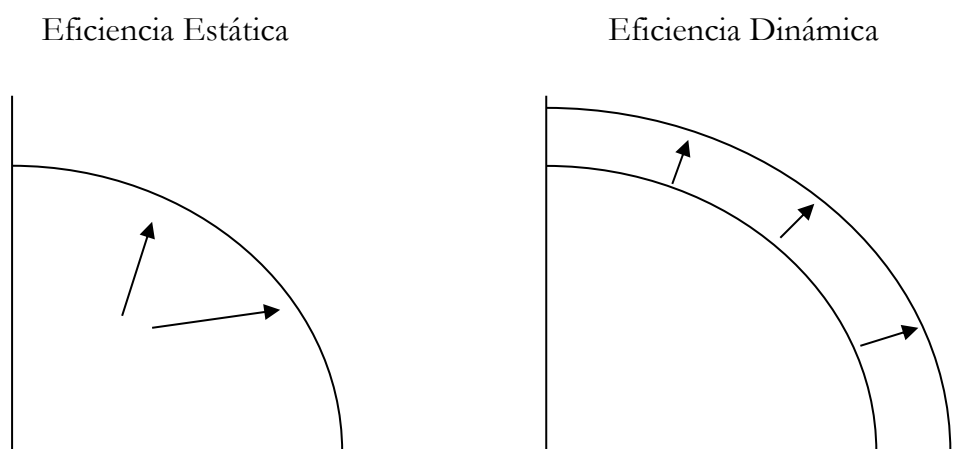
Asumir que el stock de conocimiento es dinámico, nos permite concluir que la frontera de posibilidades de producción de la firma puede contraerse –si nos consumimos el capital- o expandirse –si formamos nuevo capital-. Esta noción fue descubierta muy temprano en la Antigua Grecia por Jenofonte -quien diferenció entre *eficiencia estática* y *eficiencia dinámica*-, concepto que retomó y amplió recientemente el catedrático español Jesús Huerta de Soto (2004).

Mientras la eficiencia estática se concentra en *evitar el despilfarro* de unos medios que se consideran conocidos y “dados”, en la eficiencia dinámica lo prioritario es *descubrir y crear continuamente nuevos fines y medios*, impulsando la coordinación y asumiendo que en todo proceso empresarial siempre surgirán nuevos desajustes, por lo que un cierto despilfarro es inevitable y consustancial a toda economía de mercado.

Huerta de Soto (2004) concluye que “la dimensión dinámica de la eficiencia es la más relevante pues, de hecho, aunque un sistema económico no se encuentre en la frontera de posibilidades máximas de producción, es posible que todos sus agentes salgan ganando si es que la creatividad empresarial mueve constantemente la curva hacia fuera aumentando, así, las posibilidades de todos gracias a un flujo continuo de creatividad de nuevos fines y medios que, hasta su descubrimiento empresarial, previamente ni siquiera habían podido ser concebidos por nadie.”

La figura No. 2 muestra precisamente esta distinción entre eficiencia estática y eficiencia dinámica. En el primer caso, nos movemos dentro de las posibilidades de producción existentes, conocidas, dadas, tratando de utilizar todos los recursos en el proceso productivo, sin despilfarro alguno. En el segundo caso, no sólo promovemos el uso pleno de los recursos conocidos, sino que se promueven nuevos usos y combinaciones que permitan expandir la frontera de posibilidades de la producción. Desde luego aquí se torna imprescindible volver la atención sobre la innovación (Schumpeter) y la creatividad (Kirzner), elementos que serán fundamentales para la creación de nuevo conocimiento.

Figura No. 2: La FPP, la eficiencia estática y la eficiencia dinámica



La innovación consiste en la utilización de una nueva combinación de factores que puede darse bajo las siguientes formas: a) introducción de un nuevo bien o nueva calidad del bien; b) empleo de un nuevo método de producción o de comercialización de bienes; c) apertura de nuevos mercados; d) conquista de una fuente de materias primas o bienes manufacturados; e) reorganización de una o varias industrias. (Schumpeter, 1912, pp. 76-77)

Cuando el empresario introduce alguna de estas innovaciones, Schumpeter explica que está *irrumpiendo en el mercado*, destruyendo el equilibrio pre-existente, revolucionando los hábitos y costumbres del sistema productivo. De hecho, para Schumpeter la innovación es causa de ciclos económicos. Kirzner (1973), por su parte, toma distancia de esta posición de Schumpeter y reemplaza la *destrucción creativa* por una *tendencia equilibradora* que el emprendedor genera cuando *descubre oportunidades de inversión que esperaban ser descubiertas*.

Más tarde, sin embargo, Kirzner compatibiliza su propio punto de vista con el de Schumpeter:

Permítame reconocer que en mi libro de 1973 yo estaba tal vez muy ansioso de demostrar la diferencia entre Schumpeter y yo. En escritos posteriores,

retrocedí. He reconocido que se puede incluir el *entrepreneur* de Schumpeter bajo mi propia teoría, si se quiere. (Kirzner 1997)

Schumpeter, en definitiva, nunca adoptó la versión neoclásica de *equilibrio siempre*. Kirzner tampoco se fue al extremo del *equilibrio nunca*. Ambos adoptaron una visión común e intermedia de *tendencia al equilibrio* donde la función empresarial puede jugar un rol central.

Otra distinción que puede resultar relevante en torno al crecimiento de la empresa surge del crecimiento endógeno frente al crecimiento exógeno. En este último caso se concluye que la empresa sólo puede expandirse incorporando nuevos factores de producción, o por ejemplo, apalancándose con nuevas fuentes de financiamiento. Sin embargo, debemos notar que la empresa también puede expandirse en forma endógena, con los factores productivos existentes, pero ahora con nuevas combinaciones que se tornan posibles gracias a la generación de nuevo conocimiento. La creatividad empresarial puede volverse así un factor *anti-cuellos de botella*, que resuelva algunas de las limitaciones que las firmas enfrentan.

Lo dicho más arriba es compatible con el clásico trabajo de Penrose en este campo del crecimiento de la firma:

La actividad productiva de una firma está gobernada por las “oportunidades productivas”, que surgen de todas las posibilidades productivas que los emprendedores ven y de las cuales pueden sacar ventaja. Una teoría del crecimiento de la firma es esencialmente un examen de las cambiantes oportunidades productivas de la firma. Es claro que la oportunidad será restringida hasta el punto en que la firma no ve oportunidades de expansión, no desea verlas o es incapaz de responder a ellas. (Penrose, 1959, p. 31)

Para Penrose, el determinante para aprovechar estas oportunidades está en el desarrollo de capacidades; en nuestro enfoque el determinante lo encontramos en la creatividad empresarial. Pero en ambos casos se destaca la posibilidad de enfrentar los cuellos de botella a través de nuevas habilidades o de un descubrimiento empresarial.

10. Los límites de la empresa

Una vez que asumimos que la planificación dentro de las empresas es posible con relativa pero no óptima “eficiencia”, podemos cuestionarnos acerca de los límites de la empresa. En la figura No. 1, podemos observar que una empresa podría especializarse en una etapa del proceso productivo, en dos de ellas, en tres de ellas, o en todas ellas, según el capital propio con el que cuente, el capital de terceros al que pueda acceder y el nivel de conocimiento que haya logrado desarrollar.

John Kenneth Galbraith, por ejemplo, reflexionaba sobre el nuevo estado industrial: “si un poco de planificación es buena, mucha será seguramente mejor”, asumiendo que en el extremo una única empresa podría gobernar y planificar todo el proceso productivo.

En un sentido opuesto, podemos recordar el aporte de Ronald Coase:

Una empresa se hace más grande en la medida en que el empresario organiza transacciones adicionales (las cuales pueden ser de intercambio coordinadas mediante el mecanismo de precios) y se hace más pequeña en la medida que abandona las organizaciones de dichas transacciones. Ahora surge la pregunta: ¿es posible estudiar las fuerzas que determinan el tamaño de la empresa? ¿Por qué el empresario no organiza una transacción más o una transacción menos? [...] Knight parece considerar que es imposible tratar de manera científica los determinantes del tamaño de la empresa. Basándonos en el concepto de empresa desarrollado anteriormente, intentaremos desarrollar nuestro objetivo.

Se sugirió que el nacimiento de la empresa se debía básicamente a la existencia de costos de transacción. Una pregunta pertinente sería (muy alejada de las consideraciones monopolistas introducidas por Knight): ¿por qué existen transacciones de mercado si al organizar una empresa se pueden eliminar ciertos costos y de hecho reducir los costos de producción? ¿Por qué no lleva a cabo toda la producción una sola empresa grande? [...]

[U]na empresa tenderá a expandirse hasta que los costos de organizar una transacción extra dentro de la empresa sean iguales a los de llevar a cabo la misma transacción mediante el intercambio en el mercado abierto, o los costos de organización en otra empresa. (Coase, 1937, p. 564-565)

Coase guarda razón en este análisis. De la misma manera que la economía moderna nos enseña que una empresa incorporará un trabajador más a la empresa en la medida que la retribución que le pague sea menor al ingreso marginal que su incorporación genera en la empresa, uno puede asumir que una operación adicional sólo será aceptada en la medida que el costo de incorporarla sea menor que el ingreso marginal que genere.

Este análisis, sin embargo, puede vincularse al debate entre el sistema capitalista y el sistema socialista, y a su vez con los incentivos y la burocracia. Después de todo, concebir la posibilidad de que una empresa monopolice el proceso de producción completo, implicaría aceptar que el socialismo es posible.

En la actualidad se afirma, típicamente, que las diferencias entre el capitalismo y el socialismo residen en las distintas propiedades de los *incentivos* en ambos

sistemas. De acuerdo con esta concepción, los sistemas dirigidos centralmente están sujetos a mayores costos de gestión –arbitrio administrativo, evasión de las responsabilidades, etcétera –que los sistemas de mercado (véase, por ejemplo Wikiecki, 1990). Después de todo, el propio Lange advirtió que “*el verdadero peligro del socialismo consisten en la burocratización de la vida económica*” (Lange 1936-37, p. 109; las cursivas están en el original) (Klein, 1996, p. 94)

Sin embargo, el debate entre socialismo versus capitalismo no giró primariamente en torno a incentivos y burocracia. El socialista argumenta que los actuales *incentivos* son producto de la propia lógica capitalista, y que el socialismo promueve un “Nuevo Hombre Socialista”, deseoso de servir y sólo motivado por las necesidades de los semejantes.

Mises (1922), sin embargo, demostró que aun suponiendo que todos están dispuestos a trabajar con la misma intensidad tanto en un sistema de dirección central como en uno de mercado, aun persiste el problema de cuáles serán exactamente las directivas que dictará la Junta de Planificación Central. La pregunta clave es entonces qué bienes y servicios habrá que producir, cuánto se producirá de cada uno, y qué bienes intermedios son necesarios para elaborar cada producto final.

Nosotros ya enfatizamos más arriba que en una economía moderna y compleja, con múltiples etapas de producción, la asignación de recursos requiere la existencia de precios monetarios para los bienes de capital, que en el capitalismo surgen de un proceso progresivo de puja competitiva entre los empresarios por los factores productivos. Este proceso no puede ser reproducido por un análisis de los aportes y la producción, por simulaciones llevadas a cabo por computadoras o por alguna otra forma de mercado artificial.

Es importante distinguir entre el cálculo y los incentivos, porque la moderna bibliografía económica sobre el planeamiento de la organización –desde las explicaciones del tamaño de la empresa por los costos de transacción, siguiendo con las teorías de la elección pública de la burocracia, hasta el reciente trabajo sobre el socialismo de mercado y la “coacción moderada del presupuesto” (Kornay, 1996)- se centra primariamente sobre el problemas de los incentivos (alentada, posiblemente, por la famosa advertencia de Lange acerca de la burocracia). La teoría de los incentivos plantea la cuestión de cómo, en el marco de una relación específica, puede lograr un principal que un agente haga lo que él quiere que haga. El problema de Mises, sin embargo, era diferente: ¿Cómo puede saber el principal *qué* decirle al agente? O sea, ¿qué actividades es necesario realizar? ¿Qué inversiones hay que efectuar? ¿Qué ramas de la producción se deben ampliar y cuáles se deben reducir? Las ideas desarrolladas durante el debate sobre el cálculo sugieren que cuando las organizaciones son lo bastante grandes como para manejar actividades

exclusivamente internas –de modo que no se dispone de ninguna referencia al mercado externo- enfrentan tanto un problema de cálculo como uno de incentivos. (Klein, 1996, pp. 95-96)

Esta original vinculación entre la imposibilidad del cálculo económico en el socialismo de Mises (1922) para la economía de la empresa, se la debemos a Murray N. Rothbard. En su tratado de economía, *El Hombre, la Economía y el Estado* (1962), Rothbard explicó que hasta cierto punto es cierto que el tamaño de la firma está determinado por los costos, pero “lo que establece los límites últimos del tamaño relativo de la empresa es la necesidad de que existan *mercados* para cada factor, de modo que a la empresa le sea posible calcular sus ganancias y sus pérdidas” (Rothbard, 1962, p. 536).

Debemos reconocer que en el mundo moderno, algunas empresas han alcanzado un tamaño inimaginado en otros tiempos. Lo han logrado basándose en el desarrollo de unidades de negocio independientes, cada una de las cuales evalúa su propia performance con estados contables independientes, para evitar los problemas de incentivos y burocracia. Sin embargo, debemos reconocer que la gestión de estas unidades de negocio, si bien permiten cierta descentralización en la toma de decisiones, igualmente está lejos de resolver el problema del cálculo económica señalado por Mises (1922).

En otros términos, por más que una empresa alcance un tamaño importante, ésta sólo será posible en la medida que existan mercados y precios fuera de su estructura.

Peter Klein (1996, p. 99) lo expresa con mayor claridad:

El mismo problema afecta a una empresa que posee múltiples etapas de producción. Una firma grande e integrada suele estar organizada, típicamente, en grupos de unidades empresariales semi-autónomas o “centros de ganancias”, cada una de las cuales se especializa en un determinado producto, final o intermedio. La administración central de la empresa utiliza los ingresos implícitos de las unidades empresariales, tal como se reflejan en las declaraciones de ganancias y pérdidas divisionales, para asignar el capital físico y financiero a través de las divisiones; las que proporcionan mayores ganancias se expanden, mientras que las que rinden menores beneficios se reducen. Supongamos que la empresa tiene una división situada en un nivel superior que vende un componente intermedio a otra que está en un nivel inferior. Para calcular las ganancias y pérdidas divisionales, la empresa necesita un “precio de transferencia” económicamente significativo para ese componente. Si existe un mercado externo para ese componente, la empresa puede usar el precio de mercado como precio de transferencia. Si no hay un precio de mercado, empero, el precio de transferencia debe estimarse de otra manera.

En la práctica, esto se hace típicamente sobre la base de un costo aumentado; a veces, se deja en libertad a las divisiones compradoras o vendedoras para negociar por encima del precio (Eccles y White, 1988; Shelanski, 1993; King, 1994). Como mínimo, cualesquiera precios de transferencia artificiales o sustitutivos contendrán menos información que los precios reales del mercado; Rothbard (1962, p. 547) lo afirma de manera más enfática cuando dice que el precio sustituto “no es más que un símbolo arbitrario”. En cualquier caso, las empresas que dependen de estos precios resultarán perjudicadas. “Si no puede calcular un precio, la empresa será incapaz de asignar racionalmente factores y recursos de una etapa [o división] a otra” (p. 547). El uso de productos intermedios comercializados internamente para los cuales no hay referencia en el mercado externo introduce distorsiones que reducen la eficiencia de la organización. Esto nos proporciona el elemento que falta en las teorías contemporáneas de la organización económica, un límite superior: la empresa se encuentra limitada por la necesidad de referirse al mercado externo para todos los productos comercializados internamente. Dicho de otro modo: ninguna empresa puede llegar a expandirse de tal manera que sea a la vez el único productor y el único usuario de un producto intermedio; si así lo hiciera, no dispondría de precios de transferencia basados en el mercado, y sería incapaz de calcular las ganancias y pérdidas divisionales, con lo cual no podría realizar una asignación correcta de los recursos entre sus divisiones. (Klein, 1996, pp. 100-101)

Reflexión final

Durante muchos años, la empresa fue una “caja negra” para la teoría microeconómica, dejando su estudio a los especialistas en el campo de la administración. Ya no debe serlo. Proponemos en este artículo una combinación de aportes entre contractualistas como Coase y Williamson, constitucionalistas como Langlois y Vangberg y austriacos como Peter Klein y Peter Lewin, entre otros autores referenciados más arriba.

La economía constitucional, en particular, tiene mucho que enseñar a la economía de la empresa. Mientras la primera se preocupa por establecer un marco constitucional, en defensa de la propiedad privada y la libertad individual que permita el desarrollo espontáneo de la creatividad empresarial, la segunda requiere crear estructuras flexibles que si bien alineen a sus miembros en objetivos concretos, eviten inhibir la espontaneidad y la creatividad de los participantes.

En este mismo sentido la tradición del orden espontáneo en la que han participado los economistas escoceses Adam Smith, David Hume y Adam Ferguson, así como los austriacos Carl Menger y Friedrich Hayek, permitirán a los economistas de la empresa caracterizar el orden orgánico que se puede generar dentro de la firma.

La economía austriaca, a su vez, no se limita a esta contribución. Puede también ayudar a comprender que la empresa tiene lugar en el marco de un proceso de mercado y de una estructura económica intertemporal, además de establecer límites a los que la empresa siempre estará expuesta.

Como se observó en este trabajo, no debemos pensar en una economía contractualista de la firma versus una teoría austriaca de la empresa, u otros enfoques alternativos. Más bien, debemos notar que las contribuciones de estas distintas tradiciones pueden compatibilizarse para construir un todo homogéneo. Nuestro esfuerzo aquí, tuvo como objetivo comenzar a trazar ese camino, aunque sea de modo imperfecto.

Bibliografía

Alchian, A. A. and H. Demsetz (1972). “Production, Information Costs, and Economic Organization,” *American Economic Research* 62, 777-795.

Boettke, Peter [1998] (2001). “Economic Calculation: The Austrian Contribution to Political Economy”, en Peter Boettke (ed.) *Calculation and Coordination*. Londres: Routledge, pp. 29-46.

Boettke, Peter (2010). *Handbook on Contemporary Austrian Economics*, Londres and New York: Edward Elgar. Traducido al español por Adrián Ravier y Pablo Galindo, de próxima publicación en Unión Editorial, Madrid.

Caldwell, Bruce (1988). “Hayek’s Transformation”. *History of Political Economy* 20:4.

Coase, Ronald H. (1937). “The Nature of the Firm”, *Economica* 4, 386-405.

Demsetz, Harold (1987) [1967]. “Hacia una teoría de los derechos de propiedad”, *Libertas*, No. 6, ESEADE, mayo de 1987. Apareció originalmente en inglés en la *American Economic Review*, mayo de 1967.

Dulbecco, Philippe y Garrouste, Pierre (1999). “Towards an Austrian Theory of the Firm”, *Review of Austrian Economics*, 12: 43-64.

Foss, Nicolai Juul (1997) [1994]. “La teoría de la empresa: los austriacos como precursores y críticos de la teoría contemporánea”, *Libertas* No. 26, ESEADE, Buenos Aires. pp. 3-46. Publicado originalmente en *The Review of Austrian Economics*, Vol. 7, No. 1, pp. 31-65.

Foss, Kirsten, Foss, Nicolai J., Klein, Peter G. y Sandra K. Klein (2007), “The Entrepreneurial Organization of Heterogeneous Capital”, *Journal of Management Studies*, 44: 7, Noviembre de 2007.

Hardin, Garrett (1968). “The Tragedy of the Commons”, *Science* 162 (diciembre): 1243-8.

Hayek, Friedrich A. (1948) [1937]. “Economics and Knowledge”, Reimpreso en Hayek (1948).

Hayek, Friedrich A. (1948) [1945]. “El Uso del Conocimiento en la Sociedad”, Reimpreso en Hayek (1948).

Hayek, Friedrich A. (1948). *Individualism and Economic Order*, Chicago.

Huerta de Soto, Jesús (1985), “¿Es el trabajo una mercancía?”, *El Empresario*, núm. 92, 2ª época, abril de 1985, p. 32. Reeditado en *Lecturas de Economía Política*, Volumen II, Unión Editorial, Madrid, 1987.

Huerta de Soto, Jesús (2004). “La teoría de la eficiencia dinámica”, *Procesos de Mercado: Revista Europea de Economía Política*, Vol. 1; no. 1, pp. 11-71.

Ionnides, Stavros (1999). “Towards an Austrian Perspective of the Firm”, *Review of Austrian Economics*, No. 11, pp. 77-97.

Jensen, Michael C. y William H. Meckling (1976). “Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure”, *Journal of Financial Economics*, Vol. 3, No. 4, pp. 305-360.

Kirzner, Israel M. (1998) [1973]. *Competencia y empresarialidad*, Unión Editorial, Nueva Biblioteca de la Libertad, 2da edición, Madrid.

Kirzner, Israel M. (2011) [1997]. “Empresarialidad y proceso de mercado: Entrevista a Israel M. Kirzner”, en A. Ravier, *La Escuela Austriaca desde Adentro*, vol. I, Unión Editorial, Madrid.

Klein, Peter G. (1997) [1996], “La Empresa y el Cálculo Económico”, *Libertas* No. 27, ESEADE, Buenos Aires, pp. 83-120. Publicado originalmente en *The Review of Austrian Economics*, Vol. 9, No. 2, pp. 3-28.

Knight, Frank (1933) [1921]. *Risk, Uncertainty and Profit*, Londres: London School of Economics and Political Science.

Lachmann, Ludwig (1978) [1956]. *Capital and Its Structure*, Kansas City: sheed Andrews and Mc Nell.

Lachmann, Ludwig (1970). *The Legacy of Max Weber*, London: Heinemann.

Langlois, Richard N. (1992). “Orders and Organizations: Toward an Austrian Theory of Social Institutions”, En: Caldwell, Bruce y Böhm, Stephan (comps), *Austrian Economics: Tensions and Directions*, Kluwer, Dordrecht.

- Langlois, Richard N. (1997) [1995]. “¿Planifican las empresas?”, *Libertas*, No. 26, ESEADE, Buenos Aires, pp. 47-70. Publicado originalmente en la *Constitutional Political Economy*, vol. VI, No. 3.
- Langlois, Richard y Paul L. Robertson (1995). *Firms, Markets and Economic Change. A dynamic Theory of Business Institutions*, Routledge.
- Lewin, Peter (1999). *Capital in Disequilibrium: an Examination of The Role of Capital in a Changing World*, London and New York: Routledge.
- Lewin, Peter (2005). “The Capital Idea and the Scope of Economics,” *The Review of Austrian Economics*, Springer, vol. 18(2), pp. 145-167, June.
- Lewin, Peter y Steven E. Phelan (1999). “Firms, Strategies, and Resources: Contributions from Austrian Economics”, *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 2, No. 2 (Summer 1999), pp. 3-18.
- Lewin, Peter y Steven E. Phelan (2003) [2000]. “Una teoría austriaca de la empresa”, *Libertas*, No. 39, ESEADE, Buenos Aires, pp. 59-120. Publicado originalmente en el *Review of Austrian Economics*, 13: 59-79.
- Malmgren, H. B. (1961). “Expectations and the theory of the firm”, *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 75, No. 3 (Agosto de 1961), pp. 399-421.
- Mathews, Don (2003) [1998]. “Management vs. Mercado: una exagerada distinción”, *Libertas* No. 39, ESEADE, Buenos Aires, pp. 43-58. Publicado originalmente en *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, Vol. 1, No. 3, (Fall 1998): 41-46.
- Menger, Carl [1883] (1963). *Problems of Economics and Sociology*, Trad. de F. J. Nock, University of Illinois Press, Urbana, 1963.
- Mises, Ludwig von (2009) [1922]. *El Socialismo. Análisis Económico y Sociológico*, Unión Editorial, 6ta edición, Madrid.
- Mises, Ludwig von (2001) [1966]. *La Acción Humana. Tratado de Economía*, Unión Editorial, Clásicos de la Libertad, Obras de Ludwig von Mises, 6ta edición, Madrid.
- Nelson, Richard R. y Sidney G. Winter (1982). *An Evolutionary Theory of Economics Change*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Penrose, Edith (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*, Oxford: Oxford University Press.
- Read, Leonard E. (1958), “I, pencil”, *The Freeman*, Irvington-on-Hudson, NY: The Foundation for Economic Education, Inc.

Richardson, George B. (1972), "The Organization of Industry", *The Economic Journal*, September.

Richardson, George B. (1990), *Information and Investment*, Clarendon Press, 2nd edition.

Rogers, Everett M. (1983). *Diffusion of Innovations*, New York: The Free Press.

Sarjanovic, Ivo (1989). "El mercado como proceso: dos visiones alternativas", *Libertas*, No. 11, ESEADE, octubre de 1989.

Sarjanovic, Ivo (2009). "Las sutiles dimensiones del sistema de precios", *Revista digital La Escuela Austriaca en el Siglo XXI*, No. 14, 2009.

Schumpeter, Joseph A. (1997) [1912]. *La teoría del desenvolvimiento económico*, Fondo de Cultura Económica, Sección de Obras de Economía, México.

Thomsen, Esteban (1989). "Precios e Información", *Libertas*, No. 11, ESEADE, octubre de 1989.

Vanberg, Victor (1989), "Carl Menger's Evolutionary and John R. Commons' Collective Action Approach to Institutions: A Comparison", *Review of Political Economy*, 1 (3), pp. 334-60.

Walsh, Aidan (2009). "A Mengerian theory of the origins of the business firm", *Studies in emergent order*, Vol. 2 (2009): 54-75.

Williamson, O. E. (1975). *Markets and Hierarchies: Analysis and Anti-trust Implications*, New York: Free Press.

Williamson, O. E. (1985). *The Economic Institutions of Capitalism*. New York: Free Press.

Yu, Tony Fu-Lai (1999). "Toward a Praxeological Theory of the Firm", *Review of Austrian Economics*, 12: 25-41.