

EL EMPRENDEDOR Y SU IMPACTO EN LA SOCIEDAD*

Alejandro Gómez**

Resumen: En este trabajo se toma la figura de los hombres de negocios (mercaderes, banqueros, empresarios, etc.) resaltando sus aportes positivos a la sociedad en la que les toca actuar. Nuestra hipótesis es que los emprendedores son agentes promotores de la civilización y el progreso social, es decir, contribuyen con el desarrollo intelectual, cultural y material al generar un cambio positivo para la economía. En aquellos países donde no existen condiciones que incentiven la aparición de emprendedores productivos existe una peor calidad de vida para sus habitantes.

Abstract: In this paper we take the figure of businessmen (merchants, bankers, entrepreneurs, etc.) highlighting their positive contributions to the society in which they act. Our hypothesis is that entrepreneurs are promoters of civilization and social progress; they contribute to the intellectual, cultural and material development by creating positive changes in the economy. In countries where there are no conditions that encourage the development of productive entrepreneurs, there is a worse quality of life for its inhabitants.

Emprendedores y sociedad: la visión tradicional

Las sociedades que a lo largo de la historia han podido progresar en todos los aspectos del quehacer humano han contado con la presencia de

* El presente artículo es una síntesis y revisión del capítulo 1 del libro del autor titulado *Creadores de riqueza. Emprendedores que cambiaron nuestras vidas* publicado por el Instituto Democracia y Mercado (Santiago de Chile, 2011) y por Unión Editorial (Buenos Aires, 2012).

** Doctor en Historia (Universidad Torcuato Di Tella). Profesor de Historia Económica I y II (Universidad del CEMA). Profesor Titular, Departamento de Economía y Ciencias Sociales (ESEADE). Correo electrónico: ag@cema.edu.ar

emprendedores-innovadores, los cuales han aportado adelantos de todo tipo que beneficiaron, en distinto grado, a toda la comunidad. Si bien es cierto que las acciones de estos emprendedores fueron motivadas, en la mayoría de los casos, por la ambición personal, su deseo de destacarse, el fin de lucro y la curiosidad, no es menos cierto que las consecuencias de sus acciones redundaron en mejoras no sólo para sí mismos sino también para sus contemporáneos y para las generaciones futuras.

De todos modos, es curioso observar que estos emprendedores-innovadores generalmente son ignorados a la hora de hacer un estudio de la historia de los avances de la civilización occidental. Es más, en la mayoría de los textos en los que se analiza su actuación, se lo hace con una connotación negativa. Por lo general, se sostiene que son personas que se han enriquecido a costa de los consumidores. Así, el emprendedor es visto como aquel que sólo busca su beneficio personal o sectorial a costa del resto de la comunidad, como si el éxito económico del que llegaron a gozar fuera la consecuencia directa del perjuicio del resto de la sociedad.

En nuestros días, es común escuchar todo tipo de críticas al capitalismo y a las grandes empresas, que son su cara más visible. Políticos, líderes religiosos, periodistas e intelectuales llenan periódicos, espacios audiovisuales y libros criticando y culpando al capitalismo por todas las calamidades que nos ocurren, al tiempo que añoran una sociedad más igualitaria en la que todo el mundo viviría en condiciones de igualdad y en un ambiente menos contaminado por las grandes fábricas.

Parecería que el capitalismo y los empresarios sólo son responsables de los hechos negativos pero no tienen ningún mérito a la hora de contabilizar los beneficios de los que gozan los habitantes de las sociedades industrializadas. Si se sigue esta línea de razonamiento, no es extraño observar los pedidos para implementar más controles sobre la economía y las empresas, especialmente a partir de la crisis económica global que se viene experimentando desde finales de 2007. Así las cosas, parece que la única solución que se les ocurre a la mayoría de los políticos e intelectuales que analizan el tema es crear obstáculos legales para limitar las consecuencias negativas del capitalismo y sus “agentes propagadores”, los empresarios.

Ahora bien, esta reacción contra los emprendedores y hombres de negocios no es algo que ha surgido en estos últimos años, sino que ha estado presente a lo largo de la historia. Para no alejarnos mucho en el tiempo, podemos situarnos entre los siglos XIII y XIV de nuestra era y ver la condena que sufrieron los mercaderes medievales por parte de nobles y religiosos. Su actividad era “tolerada” como un mal necesario, el mercader que compra y vende productos elaborados por otras personas no tendría por qué enriquecerse más que aquellos que habían producido estas mercancías. El prestamista que adelantaba dinero al productor no tendría por qué cobrar interés, ya que él no había hecho ningún tipo de esfuerzo en la operación. Y el mismo rechazo sufrían aquellos hombres que a lo largo de los siglos XVI y XVII se animaron a experimentar y a hurgar en el campo de las ciencias para lograr mejores maquinarias y procesos productivos.

Más cerca en el tiempo, los grandes emprendedores de la segunda mitad del siglo XIX y comienzos del siglo XX han sido catalogados como *robber barons*. Uno de los autores que más ha influido con su prédica antiempresarial fue Thorstein Veblen con su trabajo *Theory of Business Enterprise* publicado en 1904. En el mismo, Veblen sostiene que a la empresa moderna sólo le interesa acumular capital, sin importarle si para hacerlo perjudica o beneficia a la comunidad en donde se desempeña. Este autor influenció a John M. Keynes, quien también se refirió a los empresarios en forma negativa al sostener que eran seres ignorantes, cínicos y con falta de escrúpulos. En los años treinta esta visión crítica sobre los empresarios está claramente reflejada en la obra de Matthew Josephson, *The Robber Barons*, publicada en 1934, en la que se retoma la idea de Marx, al sostener que la riqueza del empresario era producto del trabajo que éste le robaba a los obreros de la empresa (Valdaliso y López, 2000: 16-19). A lo largo de más de seis siglos, aquellos que se animaron a desafiar a la autoridad y la tradición, fueron objeto de rechazo por parte de la clase gobernante e intelectual de su época.

En este trabajo se tomará la figura de los hombres de negocios (mercaderes, banqueros, empresarios, etc.) resaltando sus aportes positivos a la sociedad en la que les tocó actuar. Nuestra hipótesis es que los emprendedores son agentes promotores de la civilización y el progreso social.

El emprendedor como agente civilizador

Al hablar de civilización nos referimos a una sociedad que ha logrado un cierto estado de desarrollo intelectual, cultural y material, caracterizado por el progreso en las formas de vida cotidianas, con un uso extensivo de la lectura y la escritura, así como también de la tecnología, las ciencias y las artes, todo lo cual implica la existencia de instituciones políticas, sociales y económicas que dan un marco de referencia para una convivencia relativamente pacífica entre los individuos. En este sentido, la civilización es un proceso de creación continuo y espontáneo, ya que no la encontramos dada de esta forma en la naturaleza, siendo el ser humano, entendido en cuanto a su condición individual y con libertad para actuar de acuerdo a lo que le dicta su propio entendimiento en cada ocasión, el único sujeto susceptible de crearla.

A lo largo de la historia hemos conocido pueblos que lograron distintos grados de civilización y algunos otros que nunca lograron conformarse como una sociedad civilizada. ¿Por qué se ha producido esta diferencia entre unos y otros? Las respuestas que se dieron abordaron explicaciones desde la filosofía, la historia, la raza, la geografía, la existencia o la ausencia de recursos naturales, la organización política, y la religión, por mencionar sólo algunos de los enfoques más conocidos. Pero son pocos los trabajos que destacan el aporte que han hecho los emprendedores.

Antes de avanzar en el análisis, queremos dejar claro que el emprendedor al que nos vamos a referir es aquel que genera un cambio positivo para la economía de la comunidad en la que se desempeña. Esto es importante señalarlo porque también hay autores que señalan la existencia de emprendedores improductivos o destructivos que sólo ven la posibilidad de obtener una ganancia económica aprovechando oportunidades o leyes que sólo los beneficie a ellos mismos (Baumol, 1990: 894).

El éxito empresarial es consecuencia de la posibilidad de poder experimentar libremente corriendo riesgos, asumiendo costos y, también, pudiendo disfrutar de los beneficios que acarreen sus acciones cuando culminan positivamente. Ahora bien, cuando en una sociedad libre el empresario obtie-

ne beneficios, éstos no sólo son para el emprendedor sino que una parte importante de la sociedad, cercana y lejana (tanto en tiempo como en espacio) también se beneficia de este éxito al poder disponer de una mayor cantidad de bienes que le facilitan la vida, ya sea con mejores herramientas, mejores condiciones de vida o simplemente con más tiempo libre para poder destinarlo como mejor le plazca a cada uno. Por ejemplo, una simple mejora en el transporte puede dar más libertad a las personas, acercar mercados distantes, mejorar la calidad de la alimentación, proveernos nuevas medicinas o traer el circo al pueblo para brindar entretenimiento a sus habitantes.

Lamentablemente, la gente sólo se queda pensando en la fortuna personal que logra acumular el emprendedor exitoso, perdiéndose de vista todo el proceso de creación de riqueza que hay detrás de ese éxito y los beneficios que el mismo implica para la sociedad. Esto pasa porque la gente no tiene en cuenta que en una sociedad libre los que otorgamos el éxito a los emprendedores somos los consumidores cada vez que decidimos comprar sus productos o servicios. Esto último se puede corroborar al ver que en aquellos países donde no existen condiciones que incentiven la aparición de emprendedores productivos son los que cuentan con una calidad de vida más limitada para sus habitantes.

El emprendedor y el proceso de mercado

Son diversos los significados que se le han atribuido al concepto de “emprendedor”, se lo suele considerar como un factor de producción, como coordinador de factores, también como manager, como líder carismático, o como innovador. De todos modos, aún cuando el emprendedor es una figura clave del proceso económico, son muy pocas las páginas que dedican los manuales de economía para estudiar la función empresarial (Landoni, 2006: 26).

En el análisis de Joseph Schumpeter, el rol del emprendedor puede identificarse con diversas funciones como ser: introducir un nuevo proceso de producción, o la producción de nuevos productos, o la introducción

de nuevas formas de producir viejos productos. En este sentido, el emprendedor innovador es quien altera el sistema de producción tradicional, así como también el mercado al que está dirigida esa producción, creando nuevas formas de hacer las cosas y nuevas cosas para que la gente pueda hacer (Kirzner, 1973: 79). Para Mises, “emprendedor significa actuar reaccionando a los cambios que ocurren en el mercado” (Mises, 1966: 254).

Por su parte, Peter Klein sostiene que “la función empresarial, en el sentido misiano, es el acto de asumir la incertidumbre. En un mundo siempre cambiante, las decisiones deben basarse en las expectativas sobre eventos futuros. Debido a que la producción toma tiempo, se deben invertir recursos antes que el retorno sobre las inversiones sea realizado. Si el pronóstico sobre los retornos futuros no es adecuado, las ganancias esperadas se convertirán en pérdidas. Esto, por supuesto, es así no sólo para los inversores financieros, sino para todos los actores humanos. Por lo tanto, toda acción humana deliberada corre algún riesgo que los medios seleccionados no den como resultado el fin buscado. En este sentido, todos los actores humanos son emprendedores” (Klein, 1999, 12). En el caso que nos ocupa, podremos apreciar cómo en aquellas sociedades en las que se puede acotar el riesgo a través de reglas de juego claras, ampliamente conocidas y estables, la presencia de emprendedores exitosos será mayor que en las que no está presente un cuerpo institucional que permita acotar el riesgo empresarial.

Al hablar de estabilidad institucional nos referimos a un conjunto de normas que perduran en el tiempo y que hacen posible predecir con cierto margen de certidumbre las consecuencias de nuestras acciones, si bien no en cuanto a cómo reaccionará el mercado, sí en cuanto al marco legal que regula el comportamiento de los que participan en el mercado. En el contexto de una sociedad libre, esta estabilidad institucional está determinada por los siguientes principios: libertad individual (de entrada y salida del mercado, junto a la movilidad de factores), derechos de propiedad claramente establecidos, cumplimiento de las promesas (contratos) y estado de derecho, lo cual implica la preeminencia de la ley por sobre el capricho de los gobernantes. Todo esto hace previsible las reglas de juego a las que se deben someter todos los intervinientes en el proceso de mercado, eliminando pri-

vilegios o ayudas especiales de parte del gobierno. Este último factor, no es un punto menor para fomentar la aparición de emprendedores productivos. Como señala Magnus Henrekson, uno de los aspectos que debe estar presente para que este tipo de emprendedores aparezcan es que no debe haber ayudas o seguros sociales que desalienten la búsqueda de nuevas oportunidades de generar una ganancia. En aquellos países donde hay un alto grado de intervención estatal ya sea por medio de subsidios o seguros de desempleo, se generan expectativas negativas con respecto a la posibilidad de aparición de emprendedores, ya que este tipo de medidas desalienta la búsqueda de nuevas oportunidades de generar un medio de subsistencia al estar el mismo garantizado por el gobierno (Henrekson, 2005: 19).

De todos modos, la existencia de un marco institucional estable no significa la posibilidad de conocimiento perfecto o el acceso a toda la información requerida por el emprendedor. Éste, asume riesgos aún en las sociedades que más respetan los derechos de propiedad. Se puede decir, que la existencia de reglas claras y estables es una condición necesaria para que aparezcan emprendedores dispuestos a arriesgar capital en búsqueda de un beneficio esperado, pero ello no significa que la existencia de dichas instituciones implique la desaparición del riesgo.

Hasta acá se hizo referencia al emprendedor como esencialmente tomador de riesgo, pero éste también puede ser identificado como la persona cuya característica principal es la de buscar mercados subvaluados para desarrollar su idea o invento. En este sentido, el emprendedor es un “buscador” de oportunidades para nuevos negocios, que está alerta a las necesidades insatisfechas del mercado. Los autores que destacan esta faceta del emprendedor sostienen que existe una diferencia entre el que aporta el capital para poner en marcha el negocio y la función del emprendedor.¹ En última instancia, se podría decir, que según sea el enfoque que se adopte, el emprendedor es la persona que asume riesgo para poner en práctica su idea, o sólo es el que “descubre” el negocio, y que para llevarlo a la práctica necesitará del aporte económico de un socio capitalista.

Lo que está claro en el carácter del emprendedor es que sus decisiones de actuar en cierta dirección, representan un juicio de valor de que la

oportunidad de obtener beneficios existe, de lo contrario no actuaría. Así las cosas, cabe preguntarse por qué algunos ven las oportunidades y otros no, si es que las mismas están a la vista de todos. Aquí entra en juego el concepto desarrollado por Israel Kirzner, quien denominó a esta actitud del emprendedor como el “estado de alerta” (*alertness*) (Kirzner, 1973: 85-86).

En este proceso de creación de riqueza, generalmente son muchos más los emprendedores que fracasan en su intento que los que tienen éxito; ya que por cada emprendimiento que culmina en éxito hay centenares de fracasos que pasan inadvertidos. Esto se debe principalmente a que los emprendedores deben desempeñarse en un contexto de cambio permanente en la población, la dotación de recursos, las tecnologías, los precios, las valoraciones subjetivas de los consumidores, la cantidad y la calidad de los bienes y servicios que éstos demandan, entre otras cosas (Kirzner, 1992). Como sostiene Schumpeter, la mutación creativa es la esencia del capitalismo. En eso consiste el capitalismo, y para ello debe prepararse el emprendedor que quiera participar en del sistema capitalista. Su búsqueda debe estar enfocada en acceder a nuevos mercados, internos y externos, desarrollando nuevas formas de organización empresarial y nuevos sistemas de producción, todo lo cual implica un proceso de mutación permanente que revoluciona la estructura económica desde adentro del sistema (Schumpeter, 2008: 83).

El mismo autor sostiene que uno de los errores más comunes que cometen los que analizan el rol del emprendedor y las empresas en el sistema capitalista es que por lo general asumen que es un proceso estático en el que las grandes empresas siempre han tenido un control oligopólico del sector en el que se desempeñan. Schumpeter señala que en realidad el proceso es dinámico y lo que hay que analizar es cómo estas grandes firmas llegaron a tener una posición dominante en un momento determinado. Para ello, el análisis debe enfocarse en el proceso de creación y destrucción que incentiva el sistema capitalista (Ibid: 84). Precisamente en este contexto inestable y cambiante es en el cual el empresario busca asignar los recursos de manera tal que se maximicen sus utilidades y beneficios, arriesgando en cada intento su capital o recursos.

Así las cosas, cuando el emprendedor asume el riesgo de hacer las cosas de una manera diferente a la que se viene haciendo en forma tradicional, debe estar dispuesto a cometer más errores y de mayor magnitud, afrontando las consecuencias que ello implica. Todo aquel que desee tener éxito y hacer un aporte novedoso al campo en el que se desempeña debe correr esos riesgos, ya que en su nueva aventura no cuenta con el total de la información que le permitiría evitar esos riesgos. En este marco de incertidumbre, el éxito del emprendedor depende de su intuición, su capacidad de ver posibilidades que luego se terminan comprobando como ciertas, de su talento analítico y de su comprensión intelectual. Aunque, aún contando con todos estos factores su aventura podría terminar en fracaso como muchas veces sucede. Finalmente, hay que agregar que para que todo este mecanismo de búsqueda innovadora se ponga en marcha, el emprendedor debe romper con los hábitos de pensamiento de la sociedad en la que vive, ya que la costumbre actúa como un ahorrador de las energías que se necesitan para implementar dichos cambios. Esta actitud de apertura mental que poseen los emprendedores presupone una fortaleza que no es común encontrar en la mayoría de las personas (Schumpeter, 1951: 85-86).

Ahora bien, la actividad empresarial como la entendemos en este trabajo sólo se puede dar en una economía de mercado basada en derechos de propiedad privada y en la libre competencia. En este marco institucional el emprendedor se convierte en el motor de la economía gracias a los descubrimientos, innovaciones y aumentos de productividad que introduce en su búsqueda de maximizar sus utilidades (Landoni, 2006:32-33). Para incrementar las fortunas de sus dueños y accionistas las empresas deben incrementar, indirectamente, las fortunas de los consumidores, que son quienes eligen comprarles cada día. Esto se verifica cuando gracias a las mejoras mencionadas las personas pagan menos por mayor cantidad de productos y servicios de mejor calidad (Hood, 2002: 37).

En consecuencia, en aquellas naciones donde se establecen las condiciones de estabilidad institucional, previamente mencionadas, para que estos empresarios-innovadores puedan desarrollarse y tomar sus riesgos, es donde se genera más riqueza. John Micklethwait y Adrian Wooldrige

sostienen que la presencia de empresas modernas en el mundo capitalista es lo que ha hecho la gran diferencia entre las naciones ricas y las pobres. Un indicador de esto es la cantidad de empresas privadas que un país posee y su correlación con su potencial económico y la calidad de vida de sus habitantes (Micklethwait y Wooldrige, 2003:XX).

La existencia de empresas en una economía de mercado es lo que permite la generación de riqueza y la optimización de los escasos recursos con que cuentan los países. El sistema capitalista de mercado “premia” doblemente a la sociedad en su conjunto: primero, al castigar a las empresas que no generan riqueza, ya que estas al desaparecer dejan de derrochar recursos; y en segundo lugar, al otorgar éxito a aquel que ha hecho bien las cosas para que siga haciéndolo en beneficio propio y de los consumidores, actuando también como ejemplo para aquellos que los quieran imitar en la creación de riqueza.

Al difundirse la producción de bienes y servicios, mejora la calidad de vida de las personas, dándoles mayores posibilidades de desarrollarse. La tecnología les permite aumentar la cantidad de bienes que producen y hacerlo de forma más eficiente, lo que redundará en un aumento del salario real. Uno de los primeros que llamó la atención sobre todos estos cambios fue Jean-Baptiste Say (1767-1832) en su *Tratado de Economía Política*, publicado en 1803 (Say, 1855). Al producir más, también se puede demandar más. En consecuencia, al tener una mayor capacidad de demanda uno puede satisfacer más necesidades.²

Cuando hablamos de satisfacer mayor cantidad de necesidades no nos referimos sólo a necesidades que se podrían catalogar como de tipo material. De hecho, la valoración subjetiva que cada individuo hace de sus necesidades le permite saber mejor que otros de qué manera podrá disponer de sus propios recursos. De todos modos, sabemos que por lo general las primeras necesidades que el hombre tiende a satisfacer son las llamadas necesidades básicas (alimento, vestimenta, transporte y vivienda) y que a partir de tenerlas cubiertas entonces se puede procurar la satisfacción de las de orden superior. En consecuencia, en aquellas sociedades donde las personas tienen medianamente satisfechas sus necesida-

des básicas es donde encontramos una mayor cantidad de individuos que se pueden dar el “lujo” de considerar la posibilidad de satisfacer otro tipo de necesidades.

¿Por qué algunos sí y otros no?

Este crecimiento se debe a la existencia de hombres de negocios dispuestos a arriesgar su capital, lo cual está asociado directamente con la visión de negocio y el espíritu creativo del emprendedor. Ambas condiciones deben estar presentes, ya que no alcanza con tener un grupo de capitalistas dispuestos a asumir riesgos; también es necesario que exista la “empresarialidad” característica del espíritu creador que desafía los paradigmas tecnológicos y administrativos de su época. Muchas veces los dos factores (capitalista y *entrepreneur*) se han encontrado en la misma persona, sobre todo hasta comienzos del siglo XX (en parte debido a la ausencia de capital disponible y a la precariedad de lo que podríamos llamar hoy en día “la ingeniería financiera”).³ Pero a medida que nos acercamos al presente, y el desarrollo científico-tecnológico se hace más sofisticado, encontramos cada vez más casos en los cuales el hombre de negocios que aporta capital y el emprendedor que aporta su visión se asocian para desarrollar sus capacidades en la empresa.

En su búsqueda de maximizar los recursos, los emprendedores deben resolver dificultades que se presentan en dos niveles diferentes. Por un lado, existe un problema técnico en el cual la mente se enfrenta a la materia. En este caso el desafío consiste en ver cómo se puede introducir una innovación tecnológica que permita lograr un mayor grado de eficiencia en la producción de bienes y servicios. Por otro lado, una vez resuelto el primer escollo, cada vez que una nueva tecnología es implementada, el innovador debe lidiar con un contexto social (competidores, clientes, proveedores, autoridades políticas o religiosas) que muchas veces rechaza los cambios o entorpece su implementación. Por estas razones, para que una sociedad sea tecnológicamente creativa y genere riqueza, se

deben dar tres condiciones: primero, debe haber un grupo de personas ingeniosas y creativas dispuestas a innovar y mejorar la forma en que se vienen haciendo las cosas hasta ese momento; segundo, las instituciones sociales y económicas deben incentivar la inversión económica que este proceso requiere, asegurándoles la propiedad que surja de sus emprendimientos exitosos; y en tercer lugar, debe ser una sociedad abierta y tolerante a la diversidad, ya que todo innovador pondrá en duda muchas de las creencias y tradiciones que esa sociedad ha reputado como verdaderos a lo largo de muchos años (Mokyr, 1990: 11-12).

En una economía de mercado la recompensa llega a estos emprendedores como consecuencia de la contribución que éstos hacen a la sociedad en la que viven. El éxito o el fracaso están determinados, en última instancia, por la elección que hacen los consumidores cada vez que deciden comprar el producto de una marca o de otra. La historia del progreso económico y tecnológico está escrita por los emprendedores-innovadores que se aventuran en un mundo de cambio continuo, ignorancia y dura competencia. Como sostiene Mises, el juicio del *entrepreneur* no puede ser comprado en el mercado, precisamente sus ideas son aquellas que no se le ocurren a la mayoría de las personas. El éxito sólo llega a aquellos que hacen cosas de una manera diferente y que no se dejan guiar por los errores “aceptados”, mayoritariamente, por la costumbre y la tradición. Lo que hace que algunos obtengan ganancias es la oferta de bienes que muchos no han podido prever (Mises, 1966: 871).

NOTAS

- 1 Con respecto a quién arriesga el capital, dentro de la escuela austriaca de economía no hay uniformidad de criterios, ya que por ejemplo, autores como Kirzner sostienen que el empresario no requiere de capital propio, y por su parte Rothbard, entre otros, sostiene que sí. Ver Landoni (2006).
- 2 Say desarrolló este razonamiento en lo que se dio en llamar la ley de los mercados o ley de Say. Para una síntesis ver Spiegel (1984: 310-317).
- 3 Para un análisis de cómo fue la evolución de este aspecto ver Barron y Miranti, Jr. (1999).

REFERENCIAS

- Barron Baskin, Jonathan y Paul Miranti Jr., 1999, *A History of Corporate Finance*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Baumol, William J., 1990, "Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive," *The Journal of Political Economy*, 98, no. 5, October.
- Henrekson, Magnus, 2005, "Entrepreneurship: A Weak Link in the Welfare State?," *Industrial and Corporate Change*, 14, no. 3, March 11.
- Hood, John, 2002, *The Heroic Enterprise. Business and the Common Good*, Washington D.C.: Beard Books.
- Kirzner, Israel, 1973, *Competition and Entrepreneurship*, Chicago: The University of Chicago Press.
- Kirzner, Israel, 1992, "The Meaning of Market Process", en Israel Kirzner, *The Meaning of Market Process*, London: Routledge.
- Klein, Peter G., 1999, "Función empresarial y control de la dirección de la empresa", *Libertas*, N° 31, octubre.
- Landoni, Juan Sebastián, 2006, "Empresario y capitalista: nota para una teoría austriaca de la firma", *Journal of Management for Value*, Vol. 1, N° 2, septiembre.
- Micklethwait, John y Adrian Wooldrige, 2003, *The Company. A Short History of a Revolutionary Idea*, New York: A Modern Library Chronicles.
- Mises, Ludwig von, 1966, *Human Action. A Treatise on Economics*, (4th Revised Edition), San Francisco: Fox & Wilkes.
- Mokyr, Joel, 1990, *The Lever of Riches, Technological Creativity and Economic Progress*, New York: Oxford University Press.
- Say, Jean-Baptiste, 1855, *A Treatise on Political Economy*, Philadelphia: Lippincott, Grambo & Co.
- Schumpeter, Joseph A., 2008, *Capitalism, Socialism and Democracy*, New York City: Harper Perennial Modern Thought.
- Schumpeter, Joseph A., 1951, *The Theory of Economic Development*, (4th Printing), Cambridge: Harvard University Press.
- Spiegel, Henry W., 1984, *El desarrollo del pensamiento económico. Historia del pensamiento económico desde los tiempos bíblicos hasta nuestros días*, Barcelona: Ediciones Omega.

Valdaliso, Jesús María y Santiago López, 2000, *Historia económica de la empresa*, Barcelona: Crítica.