SUMARIO

El papel del empresario en la economía de mercado

Revista del Instituto de Estudios Económicos, n.º 1/2011

La concepción de una economía de mercado no tiene cabida sin la figura del agente empresarial. La economía de mercado no es el contexto en el que el empresario puede moverse sino la condición misma de su propia existencia, su razón de ser. La figura empresarial solo es comprensible bajo el supuesto de libertad; libertad que abarca la contratación de los factores productivos, la fijación de precios y la explotación de las oportunidades que brinda el mercado.

El juego del libre mercado garantiza que los agentes económicos, a través de la búsqueda egoísta de su beneficio individual, contribuyan, sin proponérselo, al bien común del conjunto de la sociedad, como guiados por una «mano invisible». El sector público se encargaría de delimitar la actuación de las empresas, con objeto de salvaguardar los intereses generales. De este modo, el papel primordial del Estado debería ser el de crear un marco institucional que facilitara la actividad económica, en general, y la empresarial, en particular.

Si bien es cierto que cada vez es mayor el interés y el reconocimiento del agente empresarial por su papel en la creación de riqueza, por su contribución a mejorar el nivel de vida de la población, en la generación de empleo o en la articulación del sistema productivo y comercial, a día de hoy no existe en la literatura un consenso claro sobre la definición más apropiada para la empresa y el empresario. Además del papel innovador, el agente empresarial realiza dos actividades adicionales: la creación y el descubrimiento de nuevas oportunidades empresariales y la iniciativa emprendedora, ambas desarrolladas por los agentes empresariales en la economía de mercado en un contexto de riesgo e incertidumbre. La existencia de oportunidades en el mercado, y su posterior explotación, inciden en el resultado del mismo y en el crecimiento económico.

El desempeño de la propia actividad empresarial, cuyo objetivo último es obtener beneficios, tiene repercusiones sociales. La competencia a la que se enfrenta el empresario obliga a servir bienes y servicios de mejor calidad y más baratos a los consumidores, e imprime a la economía un continuo dinamismo creador que se traduce en un enriquecimiento de la libertad humana en todas sus manifestaciones. El beneficio que obtiene el empresario es solo una pequeña parte del resultado total que su actividad genera. Así, origina rentas a partir de la remuneración de los factores productivos, paga impuestos que serán redistribuidos a la sociedad y provisiona a los mercados de bienes y servicios. La actividad empresarial produce efectos inducidos sobre otras empresas y empresarios cuyo desarrollo acabará materializándose en

nuevos sueldos, nuevos impuestos, nuevos gastos y en nuevos beneficios; y así continúa un proceso indefinido que constituye el milagro de la economía libre y que se traduce en una riqueza de la que toda la sociedad participa.

Es en el contexto del libre mercado donde se concibe la principal responsabilidad de la empresa ante la sociedad, que no es más que la de conciliar su objetivo rector de generar beneficios y riqueza y empleo con el cumplimiento de las leyes sin incurrir en conductas impropias como la competencia desleal, la corrupción, el fraude o el engaño. El concepto de responsabilidad social no es nuevo, aunque fue a partir de los años 70 del siglo pasado cuando despertó mayor interés y aún más controversia, si cabe, entre la opinión pública. Y a pesar de que cada vez son más las empresas que integran las inquietudes de la sociedad y los valores morales dentro de sus estrategias, al tiempo que proliferan los códigos de conducta, cada vez se cuestiona más el hecho de que las empresas estén sometidas a determinadas responsabilidades, puesto que ésta es una cualidad que sólo poseen los individuos.

Una de las peores consecuencias que la crisis actual está teniendo en España es el elevado nivel de desempleo derivado de la destrucción masiva de empresas y de la significativa reducción de las plantillas de aquellas que han logrado sobrevivir. Nuestro país cuenta con un marco poco favorable para el desarrollo empresarial, ya que no sólo se muestra un bajo índice de supervivencia y consolidación empresarial, especialmente de pequeñas y medianas empresas, sino también muy poca creación en relación con otros países. Han de conjugarse una serie de variables en el marco económico de la libre empresa para garantizar el éxito de la actividad emprendedora. Así, debería resultar fácil tanto la creación como el cierre de una empresa en el mercado. Es fundamental contar con un marco legal adecuado, con la consecuente seguridad jurídica, en el que las instituciones deberían facilitar y favorecer la innovación como la actividad garante del crecimiento económico a largo plazo.

En España no sólo abundan las barreras existentes en términos de acceso a la financiación, de trámites administrativos y de regulación fiscal sino también la ausencia de una política adecuada que sirva de soporte para la creación de empresas; además, escasea el espíritu emprendedor. Tanto los factores psicológicos como los sociológicos son fundamentales en la etapa prenatal de la empresa; es decir, en la etapa de adquisición de motivaciones y de búsqueda de ideas. Tan esencial como el diseño de las políticas que garanticen el acceso a la financiación, a la elaboración de planes empresariales o a la reducción de las cargas fiscales y trabas administrativas, resulta la implantación de valores deseables para un emprendedor tales como la iniciativa, la capacidad de asunción de riesgos, la creatividad o la innovación. El empresario ha de enfrentarse a las complicadas circunstancias actuales recurriendo a las buenas prácticas directivas,

a la formulación de estrategias a largo plazo y generadoras de valor, a la apuesta por los activos más valiosos de la empresa, a la búsqueda de nuevas oportunidades para innovar, y al aprendizaje y a la experiencia para alcanzar la excelencia en la gestión empresarial. No hay fórmulas mágicas para convertir a una persona en un consumado empresario; sin embargo, es imprescindible la combinación de «virtudes gerenciales» y la formación continua en la carrera de cualquier directivo.

A día de hoy pocos se cuestionan la gran aportación al bienestar de la sociedad que realiza el empresario a través de su actividad empresarial. Lejos de la visión clásica meramente inversora o aportadora de capital, existe actualmente suficiente consenso sobre la trascendencia de las funciones empresariales, enmarcadas en un contexto de libre mercado no sólo en el ámbito económico sino también en diversas dimensiones de la sociedad. La figura del empresario cobra especial relevancia en el momento actual de crisis donde la iniciativa empresarial se convierte en una herramienta clave para fortalecer el tejido productivo de nuestra economía y para reactivar el empleo. Los marcos regulatorio y educativo deberían ser propicios, de modo que incentivasen la cultura emprendedora y garantizaran el éxito del proyecto emprendedor. En España existen ciertas rigideces y trabas que resultan desfavorables para la iniciativa empresarial. Por ello, deberían llevarse a cabo políticas orientadas a facilitar el acceso a la financiación, a reducir las trabas fiscales y administrativas, especialmente en lo referente a la apertura y al cierre de las empresas, a estimular la innovación, a flexibilizar el marco de relaciones laborales y la formación continua y a impulsar, a partir de todos los niveles educativos, valores como la creatividad, la iniciativa, la asunción de riesgos o la innovación.

El papel del empresario en la economía de mercado
Revista del Instituto de Estudios Económicos, n.º 1/2011

XXVI + 302 páginas