

# KIRZNER

## Y LA AGUDEZA DEL EMPRESARIO

Según la visión de este economista, la función del hombre de empresa es clave en el proceso económico: descubrir constantemente posibilidades de mayores beneficios, ocultos hasta entonces. Creatividad y *management*.

Israel M. Kirzner pertenece a la escuela austríaca de economía. Como es sabido, esta escuela no tiene actualmente una vinculación directa con Austria. De hecho, Kirzner nació en Londres, en 1930, y vivió desde los 10 hasta los 18 años en Sudáfrica. Allí hizo sus primeros estudios en la Universidad de Ciudad del Cabo. Luego, continuó en Londres, en Brookling College y en la Universidad de New York. Allí fue profesor hasta su jubilación. Hizo su tesis doctoral en Economía, publicada como *The Economic Point of View* (1960), también en New York University, dirigida por Ludwig von Mises, personaje clave de la escuela austríaca en el siglo XX. Kirzner es actualmente Rabino en Brooklyn.

Si bien su nombre seguramente sonará desconocido para la mayoría de los expertos en *management*, Kirzner es un autor fundamental para analizar los lazos entre economía y empresa. Uno de los rasgos más característicos de su pensamiento es su sugerencia de la consideración del factor empresarial en el proceso económico. Kirzner se queja de que la economía ha visto al empresario sólo como un maximizador de beneficios. Con esta visión tan limitada, la economía se pierde parte de la riqueza que el empresario aporta a dicho proceso económico. Según Kirzner, la función principal del empresario “innovador” es “descubrir” o “percibir” mediante su agudeza los errores inconscientes o, visto desde el otro ángulo, las posibilidades de mayores beneficios, ocultas hasta ese entonces. La esencia de la “empresarialidad” es estar alerta, buscando oportunidades e innovaciones. Junto a Mises, Kirzner reconoce la influencia de Joseph Schumpeter en esta cuestión, del que hemos hecho una reseña en esta *Revista*, en agosto de 2009. Esta visión del empresario y de su rol conduce a



POR RICARDO CRESPO

Profesor del Área

Economía del IAE

[rcrespo@iae.edu.ar](mailto:rcrespo@iae.edu.ar)

Kirzner a valorar un tema casi ausente en la teoría económica: el valor de la propaganda y el marketing que posibilita dar a conocer el producto descubierto.

Para Kirzner, este aporte del empresario facilita una mayor coordinación del mercado y tiende a equilibrar los precios, independientemente de que esto se consiga alguna vez de modo definitivo. Hay que tener en cuenta que para los austríacos el equilibrio de mercado es dinámico, de modo que se da una especie de “proceso de mercado” que nunca llega al equilibrio. Según Kirzner, un factor clave para que la tendencia sea al equilibrio es esta tarea del empresario.

Esta visión del descubrimiento como tarea clave del empresario lleva a Kirzner a proponer la instauración del principio ético “el que lo descubre se lo queda”. Aunque señala que no pretende escribir un libro de moral, esta ética es consistente, agrega, con

las que parecen ser las intuiciones morales generales. Sin embargo, no parece ser tan así, pues en el caso del descubrimiento y la creación empresarial nunca son absolutamente *ex-nihilo*, de la nada, sino que se basan en conocimientos previos que deberían ser reconocidos de algún modo.

### CONOCIMIENTO O VOLUNTAD

Kirzner critica el concepto de error económico del filósofo Benedetto Croce, quien distingue entre error técnico y error económico. Para Croce, el primero es un error de conocimiento; en cambio, el segundo, un error de la voluntad: queremos hacer una cosa, pero nos descuidamos y hacemos otra. Kirzner hace notar que este último concepto supone una apreciación valorativa, lo que no es posible en la ciencia pura, según su con-

cepción. Para Kirzner, el motor de la economía es el descubrimiento del error técnico de Croce. La clave está en superar la ignorancia de las mejoras tecnológicas rentables disponibles aún no explotadas.

Este aporte, sin duda, es bien interesante y agudo. De todos modos, uno podría plantearse si Kirzner no está descuidando una tarea típicamente humana, el impulso tanto para el descubrimiento como para la ejecución de los planes ya descubiertos. Dicho de otro modo, la economía no sólo puede superar el error de inadvertencia, sino también el voluntario, lo que a veces tiene connotaciones morales. En el artículo de esta sección sobre Harvey Leibenstein, aparecido en la última *Revista*, se explicaba precisamente que la contribución de aquel autor fue hacer notar que, por lo general, las personas, debido a la comúnmente denominada “ley del menor esfuerzo”, tienden a la inercia, no a la acción, menos aún si ésta supone un descubrimiento o ruptura. Sin embargo, este impulso activo es clave para los negocios. Por

**Kirzner se queja de que la economía ha visto al empresario sólo como un maximizador de beneficios. Con esta visión tan limitada, la economía se pierde gran parte de la riqueza que el empresario aporta a dicho proceso económico.**

eso, no se debe suponer que se realizará un descubrimiento y que luego se pondrá en práctica sin que medie un esfuerzo importante.

En la empresa, nos encontramos tanto con posibilidades basadas en el descubrimiento de oportunidades ignotas como con otras que se fundan en cambios conocidos que no se implementan por falta de decisión o voluntad. Se trata de la crítica que le hace el economista Brian Loasby: “Confinar, como lo

hace el profesor Kirzner, la capacidad empresarial a la explotación de las oportunidades, y excluir de ese modo los problemas del *management* de organizaciones complejas, equivale a imponer serias restricciones potenciales a la aplicabilidad de su teoría.” Es decir, una de cal y una de arena: la agudeza para el descubrimiento de oportunidades es un motor importante del desarrollo económico. Pero también lo es el buen manejo de lo ya conocido en la empresa. Se requiere tanto de la creatividad como del *management*. ■

- Estamos a la vanguardia en **Mejores Prácticas**.
- Brindamos nuestro servicio con un **equipo senior** exclusivamente.
- Defendemos nuestra **independencia comercial absoluta**.
- Nuestras recomendaciones son **proyectos viables y oportunos**.

**ESTRATEGIA  
DE NEGOCIOS**

**ESTRATEGIA DE  
OPERACIONES**

**ESTRATEGIA Y  
PROCESOS DE T.I.**

**PROCESOS  
DE NEGOCIO**

Argentina: (+54 11) 4711-1458 // Perú: (+51 1) 640-5057  
[info@estratega.org](mailto:info@estratega.org) / [www.estratega.org](http://www.estratega.org)

  
**estratega**  
Consultoría en estrategia y procesos.