



Say, el empresario y la empresariedad

Jean Baptiste Say (1767 – 1832), famoso sobre todo por la ley que lleva por nombre su apellido, la Ley de Say, también conocida como Ley de los Mercados, que afirma que toda oferta crea su propia demanda, queriendo decir que en la producción (oferta) de los bienes y servicios se genera el ingreso para la compra (demanda) de bienes y servicios.

Say fue autor de uno de los libros más importantes en la historia del pensamiento económico, el *Tratado de Economía Política*, cuya primera edición apareció en 1803, texto en el cual Say analiza, entre otras muchas cosas, la función que el empresario desempeña en el mundo de la economía, empresario al que Say llama *entrepreneur*, es decir, aquel que lleva a cabo tareas, aquel que realiza acciones, aquel que hace que sus ideas lleguen a ser, aquel que emprende.

¿Y qué es lo que emprende el empresario? Un negocio. ¿Y en qué consiste el negocio? En la combinación de distintos factores de la producción (recursos naturales; instalaciones, maquinaria y equipo; trabajo), con el fin inmediato de producir algún bien o servicio capaz de satisfacer necesidades de los consumidores, todo ello con el objetivo mediato de obtener una ganancia, que es la remuneración propia del empresario, así como el salario lo es del obrero o el interés del capitalista.

Say señala que la tarea del empresario “consiste en la aplicación de los conocimientos adquiridos en la creación de un producto para nuestro uso” (el de los consumidores), y que tal aplicación “es necesaria tanto en la industria agrícola como en la manufacturera y la comercial, y que en eso consiste el trabajo del granjero o cultivador, del manufacturero y del negociante”. En este contexto *creación de un producto* hay que entenderla, no como invención del mismo, sino como producción, de tal manera que el empresario es quien, antes que cualquier otra cosa, *sabe* cómo producir, ¡con todos los conocimientos que ello implica, desde ingenieriles hasta económicos!, saber que debe llevarse a la práctica, práctica que se ve limitada, tal y como lo apunta Say, por tres elementos.

En primer lugar, afirma Say, “suele ser el empresario de una industria el que necesita encontrar los fondos cuyo empleo exige ésta”, es decir, el empresario tiene que pedir prestado, o prestárselo él mismo, el capital necesario para echar a andar la producción, adelantando el pago a los factores de la producción involucrados, para lo cual, señala Say, el empresario “tiene que ser solvente, conocido como un hombre inteligente y prudente, lleno de orden y probidad, y que, por la naturaleza de sus relaciones, tenga la capacidad de conseguir el uso

de los capitales que no posee por sí mismo.”

En este punto Say distingue entre el capitalista, quien aporta el capital, a cambio de los intereses que se le pagan por hacerlo, y el empresario, quien maneja dicho capital, con el fin de producir alguna mercancía. Quien asume el riesgo, al final de cuentas, es el empresario, no el capitalista, a quien el empresario le tendrá que pagar hasta el último centavo recibido en préstamo.


En segundo término, continúa Say, “este tipo de trabajo (el del empresario) exige cualidades morales cuya reunión no es común”, dado que “requiere juicio, constancia, conocimiento de los hombres y las cosas”, ya que “se trata de apreciar acertadamente la importancia de tal producto, la necesidad que se tendrá de él, los medios de producción; se trata algunas veces de emplear a un gran número de individuos; hay que comprar o hacer comprar materias primas, reunir obreros, buscar consumidores, tener una idea del orden y de la economía, en una palabra, el talento de administrar”.

Pero sobre todo, porque de ello depende el éxito o fracaso de la empresa, “se necesita tener una cabeza acostumbrada al cálculo, que pueda comparar los costos de producción con el valor (precio) que alcanzará el producto cuando salga a la venta”, sin olvidar que

el costo de producción se conoce *a priori*, antes de la producción, mientras que el precio solamente se conoce *a posteriori*, una vez que la mercancía ha sido producida y llevada al mercado, lo cual hace de toda actividad empresarial una actividad arriesgada: se sabe cuánto cuesta producir, pero no a qué precio se venderá lo producido, precio que puede ser menor, igual o mayor que el costo de producción, precio del cual depende el éxito o fracaso de la empresa.

Por último, afirma Say, “hay cierto riesgo que siempre acompaña a las empresas (...): por bien manejadas que se las suponga, pueden fracasar; el empresario puede, sin tener la culpa, comprometer en ello su fortuna y, hasta cierto punto, su honor, nueva razón que limita por otro lado la cantidad de este tipo de servicios (la acción empresarial) que se ofrece...”. Tal es el caso, desafortunadamente frecuente, de los empresarios que enfrentan dificultades, no porque ellos hayan cometido algún error en la administración de su negocio, sino porque los encargados de las políticas económicas (sobre todo monetarias) fueron quienes los cometieron y ocasionaron crisis económicas, en las cuales pagan justo por pecadores.

Según Peter Drucker, “Say se dio cuenta de que el empresario reasigna factores de la producción desde áreas de baja productividad y pocas ganancias, hacia otras de mayor productividad y, por ello, de mayores utilidades”, lo cual, desde el momento en el cual los factores de la producción son escasos (no alcanzan para producir todo lo que los consumidores valoran, de tal manera que deberá producirse lo que los consumidores valoran más), resulta



“El éxito del empresario depende de su capacidad para predecir la demanda por su producto”

de vital importancia para lograr la producción de aquellos bienes y servicios que los consumidores valoran más, aquellos por los cuales, dado su nivel de ingreso, están dispuestos a pagar un mayor precio, dado que satisfacen, de mejor manera, necesidades más urgentes, mismas que, una vez satisfechas, dan paso a la satisfacción de gustos, deseos o caprichos.

En el sentido señalado por Drucker, la tarea del empresario, como reasignador de factores de la producción, desde usos poco valiosos hasta usos más valiosos, es fundamental para economizar. Es más, dicha tarea reasignadora es sinónimo de economizar, economía que debe empezar por el uso de los factores de la producción, tarea que es la primera y más importante del empresario: utilizar, de la manera más valiosa posible, los factores de la producción con los que cuenta, de tal manera que produzca aquello que los consumidores valoran más.

IV Para Say, y esto es lo que se concluye de su lectura, el empresario es un *tomador de riesgo* – *maximizador de utilidad*, que busca constantemente oportunidades de negocio por arriba del promedio, todo lo cual supone un conjunto de características que van, desde el conocimiento de *lo que es* (por ejemplo: el costo de producción) hasta la previsión de *lo que puede ser* (por ejemplo: el precio al que se venderá la mercancía), sin olvidar el talante ético, compuesto por una serie de virtudes, entre las que destacan, la prudencia, el orden y la probidad.

Para Say queda claro que el éxito del empresario depende de su capacidad para predecir la demanda por su producto, lo cual supone tomar en cuenta, desde la necesidad que los consumidores tengan del mismo, hasta el precio máximo que estén dispuestos a pagar por él. Para Say el empresario es alguien que organiza, administra y asume los riesgos propios de un negocio, buscando siempre mejores maneras de hacer las cosas, razón por la cual el empresario es el más importante agente del cambio económico.

Para Say queda claro que el empresario debe asumir “un cierto grado de riesgo”, enfrentando siempre “la posibilidad del fracaso”, pero “acumulando las más grandes fortunas” cuando tiene éxito.^E

El autor es Licenciado en Economía y Filosofía, profesor de la Escuela de Economía y la Facultad de Derecho de la Universidad Panamericana. Articulista en varios periódicos y revistas, y comentarista de radio y televisión, es autor de diez libros sobre temas de economía y filosofía, y coautor de otros cuatro.
Email: arturodammm@prodigy.net.mx.