



ÉTICA Y EMPRENDIMIENTO: UNA REFLEXIÓN PRELIMINAR

Juan Pablo Couyoumdjian

Resumen

En este documento se argumenta que los problemas éticos asociados al emprendimiento pueden tener características particulares que vale la pena examinar con detención. Ello viene dado por la importancia que la creatividad y la imaginación tienen en el desarrollo de las actividades emprendedoras. De esta forma se ofrecen algunas reflexiones preliminares sobre el problema de la ética del emprendimiento, con más preguntas que respuestas, pero que invitan a tomar en serio este tema.

Introducción.

El emprendimiento ha destacado como tema de interés en el área de las políticas públicas desde hace algún tiempo (e.g.: Audretsch, Grilo & Thurik, 2007; Larroulet & Ramírez, 2007). A su vez desde el redescubrimiento del trabajo de Joseph A. Schumpeter, en las últimas décadas ha surgido un renovado interés en la literatura económica en estos temas (e.g., McCraw, 2007; Parker, 2012). Las actividades del emprendedor representan en verdad una de las caras más visibles de un sistema capitalista. Pero acá es importante preguntarse, ¿cuál capitalismo? Porque es esencial reconocer que existen distintas variedades de capitalismo (e.g.: Baumol, Litan & Schramm, 2007; Rajan & Zingales, 1998). Siguiendo a Baumol, Litan & Schramm, algunos de estos sistemas capitalistas son “buenos” para el crecimiento económico, fomentando la innovación y las ganancias de productividad en la economía, mientras que otros son “malos” en el sentido de que están asociados a un comportamiento rentista o buscador de rentas que se relaciona a lo que comúnmente se denomina en inglés “crony capitalism”. De esta forma, un capitalismo malo es negativo desde un punto de vista social porque genera un sistema económico ineficiente que abre espacio a los conflictos de interés y la corrupción. Aun cuando la facilidad para emprender será distinta en estos distintos sistemas, en la medida que potenciales emprendedores responden a incentivos se van a acomodar al contexto que enfrenten.

Cuando los agentes económicos participan en transacciones en mercados, ya sean de productos o de factores de producción también traen consigo sus valores y virtudes, es decir, sus características morales. Esto es especialmente claro en las actividades emprendedoras, donde los agentes implementan proyectos que hasta ese momento sólo existen en su imaginación. En este sentido podemos decir que el emprendimiento es una actividad esencialmente ética, y tiene también consecuencias éticas que es importante revisar con más cuidado (sobre estos temas, ver, también, Dunham, 2007; Hannafey, 2003).

En este trabajo nos vamos a detener en tres ángulos de la relación entre ética y emprendimiento. Por una parte, queremos reflexionar sobre las consecuencias éticas del emprendimiento considerando en particular las implicancias del influyente modelo competitivo de la “destrucción creativa” (“creative destruction”; Schumpeter, 1950): ¿qué tipo de valores (y de sociedad) son los que están envueltos en un modelo competitivo verdaderamente rival, como es el Schumpeteriano?

Por otra parte, y a la luz de los distintos tipos existentes de capitalismo, nos proponemos explorar cómo se concilian consideraciones éticas con las condiciones institucionales que enfrentan las actividades emprendedoras. Examinar estas cuestiones con mayor cuidado está relacionado con el tema de si acaso el valor moral asociado al emprendimiento depende del contexto económico y que ya hemos analizado en otros trabajos (Coyoumdjian & Munger, 2016; ver, también, Anderson & Smith, 2007). Finalmente, acá también discutiremos sobre el tipo de sociedad que se construye en una comunidad que fomenta el emprendimiento, especialmente cuando consideramos este problema desde el prisma de las bases de una “buena sociedad” (“good society”), uno de los principales temas de investigación de la filosofía política.

Antes de continuar, es importante anotar que este trabajo será de tipo exploratorio, con un mayor foco en proponer un análisis ético que en ofrecer respuestas categóricas. En este sentido esta es, literalmente, una reflexión preliminar sobre estos temas.

1.

Al comenzar con nuestro análisis es importante preguntarse qué tienen de particular los problemas éticos que surgen en el caso de las actividades de emprendedores, en contraposición a las actividades de empresarios ya establecidos. Ello puede estar relacionado a la cuestión de si es posible argumentar que por la naturaleza y relevancia de sus actividades los emprendedores tienen responsabilidades sociales especiales.

El carácter creativo del emprendimiento tiene consecuencias que no se pueden evadir. Esta característica de la acción emprendedora es en general obviada en modelos que estudian este problema desde un punto de vista económico (como bien anotan, por ejemplo, Sarasvathy, 2002; Shackle, 1988), aunque aquí vale anotar como excepción los modelos austriacos basados en la perspectiva de la acción humana, donde los agentes actúan en un mundo abierto y dinámico (e.g., Mises, 1949/1996; Kirzner, 1973¹). Si bien la intencionalidad humana que se presupone en la literatura de la economía austriaca puede o no incluir la creatividad individual, utilizándose muchas veces expresiones alternativas, su enfoque subjetivista tiene implicancias importantes. En efecto, ello nos recuerda que la economía trata del estudio de las acciones y decisiones humanas, y no de acciones mecánicas pre-determinadas. Y en un sentido más fundamental,

¹ Acá vale la pena considerar también el trabajo del propio Shackle; sobre estos temas véase Cowen (2003).

como escribe Buchanan, de acuerdo a esta perspectiva: “Los hombres crean valor a partir de la imaginación de alternativas que no existen seguidas por la acción que implementa estas posibilidades imaginadas” (1982, p. 17²).

En la medida que los agentes son capaces de imaginarse futuros alternativos podemos subrayar el punto de Sarasvathy en el sentido de representar el emprendimiento como “economics with imagination” (“economía con imaginación”). Esto implica estudiar el comportamiento de individuos como personas y que tienen como objetivo la transformación de “el mundo en el que tenemos que vivir en el mundo en el que queremos vivir” (Sarasvathy, 2002, p. 16³). Este es un proceso que involucra un propósito determinado; no es el resultado de un accidente fortuito (Mises, 1996; Kirzner, 1973), y es por eso que se puede decir que el comportamiento emprendedor tiene, en un sentido fundamental, un carácter ético (Dunham, 2007)⁴.

Por otra parte, en la medida que los emprendedores introducen lo que en realidad son nuevas “combinaciones” (y aquí estamos utilizando la expresión de Schumpeter, 1934) en ámbitos de líneas de productos, o métodos de producción, o modelos de negocios, pueden ser los primeros en enfrentar algunos tipos de dilemas éticos. Esto es un problema relacionado a la incertidumbre envuelta en el desarrollo de nuevos emprendimientos: esta incertidumbre no sólo se refiere a la posibilidad de éxito o de fracaso de un nuevo negocio, sino también al hecho de que pueden faltar precedentes o guías respecto de los problemas éticos asociados al desarrollo de una actividad nueva.⁵

Dunham (2007) ha abordado este tema considerando varios ejemplos que resultan muy ilustrativos. En la industria moderna de la biotecnología, nuevos emprendimientos enfrentan distintos tipos de problemas éticos que la sociedad, y antes que eso el innovador, deben afrontar. Lo mismo podría anotarse respecto de nuevas innovaciones en la industria de las tecnologías de la información, y sus implicancias en temas de privacidad.

Por otra parte, y relacionado con este mismo tema, no es lo mismo decir que un nuevo producto “puede ser adquirido”, que decir que ese producto “debe ser adquirido” (Dunhman, 2007, p. 19). El tipo de actividad que considera el nuevo emprendimiento no es un asunto neutro. Y nótese que esto va más allá de un análisis de lo legalmente permitido o prohibido, aunque la relación entre el emprendimiento y el desarrollo de actividades ilegales es un tema de investigación de creciente interés en la literatura académica sobre la economía del emprendimiento (e.g., Fairlie, 2002). No es lo mismo un nuevo emprendimiento en la producción de material pornográfico que de dibujos animados, para tomar como ejemplo concreto el sector de la industria audiovisual.

² “Men create value by the imagination of alternatives that do not exist followed by the action that implements the possibilities imagined” (Buchanan, 1982, p. 17).

³ “The world we have to live in to the world we want to live in” (Sarasvathy, 2002, p. 16).

⁴ Esta autora argumenta que el comportamiento “alerta” del emprendedor Kirzneriano no incorpora un ángulo ético pero, a la luz de lo señalado anteriormente, nos parece que este es a lo menos un tema ambiguo. El modelo austriaco de la acción humana que se base en comportamiento intencionado (“purposeful behavior”) puede incluir tal imaginación, aunque estos autores son explícitos en destacar el carácter wertfrei (“libre de valores”) de la disciplina. Para una visión crítica, véase Buchanan & Vanberg (1991).

⁵ El actuar bajo situaciones de incertidumbre, o a lo menos de información incompleta no es, por cierto, un problema exclusivo de los emprendedores. El rol del juicio moral (“judgement”) en el emprendimiento ha sido abordado por High (1982).

Desde un punto de vista más general podemos decir entonces que las innovaciones Schumpeterianas (y de cualquier otro tipo de emprendedor) necesariamente reflejan los valores de sus fundadores. Esto se puede reforzar al considerar el emprendimiento como la creación de nuevas empresas, de nuevas organizaciones, que implica la generación de una “cultura organizacional”, que trasluce los valores de sus creadores (Schein, 1983; Dunham, 2007). Así es como tenemos, por ejemplo, los emprendimientos sociales, asociados a las llamadas “empresas B” (que en Chile incluye a conocidas empresas como Late!), y otras empresas con fines de lucro con sus particulares culturas organizacionales. En las escuelas de negocios el caso de Ben & Jerry’s es un ejemplo conocido de una empresa con un marcado compromiso social, infundido por sus fundadores, pero este foco no es el único que nos importa; las singularidades que sus fundadores dejaron en empresas como Apple o Walt Disney también son muy ilustrativas en este sentido.

La otra cara de este problema se refiere a los modelos de “destrucción creativa” (Schumpeter, 1950). De acuerdo a una perspectiva económica los emprendedores generan valor, pero en un sistema competitivo verdaderamente rival, no todos los participantes pueden ganar. El funcionamiento de un mercado competitivo asume que las innovaciones que son aceptadas en el mercado serán socialmente eficientes: esto incluye la identificación de las necesidades de los consumidores y su satisfacción de la forma más eficiente, con la consiguiente reasignación de recursos a sus usos más productivos.⁶ Pero en este proceso competitivo y de reasignación de los recursos los emprendedores Schumpeterianos también generan “destrucción”. En este contexto la competencia de precios en el margen es casi irrelevante; como escribe Schumpeter:

“No es ese tipo de competencia la que cuenta, sino la competencia de nuevos productos, nuevas tecnologías, nuevas fuentes de suministros, nuevos tipos de organización ... -esta es una competencia que tiene una ventaja de costos o de calidad decisivas y que no golpea en los márgenes de las ganancias y los resultados de las empresas existentes, sino en su fundación y en su existencia.” (1950, pp. 84-85⁷)

Este tipo de proceso se basa en un comportamiento creativo, motivado por una búsqueda de ganancias o por otras consideraciones no hedónicas (que son las que subraya el propio Schumpeter), en línea con lo señalado más arriba. Pero, ¿en qué medida podemos considerar como bueno destruir (i.e. arruinar) a competidores a través de nuestros esfuerzos innovadores? Es importante detenerse en algunos aspectos puntuales de este mecanismo con más cuidado. Este es un tema que ha sido examinado por Guiltinan (2009) en el contexto de los efectos medioambientales de la destrucción creativa en materia de obsolescencia programada. En esta situación, el desarrollo de productos asociado a disminuir el ciclo de vida de los productos, de forma de generar mayores ingresos para las empresas, podría llevar a innovaciones que sean menos dañinas para el medio ambiente en el largo plazo, sobre todo si se incorporan las tecnologías más eficientes en materia de protección medioambiental en la producción, y

⁶ Existen casos en los cuáles el proceso de innovación en algunos mercados lleva a resultados que no son necesariamente económicamente eficientes; este sería el caso de las industrias tipo QWERTY, examinadas por David (1985). En la medida que este corresponde a un tipo de caso muy excepcional, queremos detenernos en vez en otros supuestos implícitos en el argumento de que las innovaciones serán socialmente eficientes.

⁷ “[I]t is not that kind of competition which counts but the competition from the new commodity, the new technology, the new source of supply, the new type of organization... –competition which commands a decisive cost or quality advantage and which strikes not at the margins of the profits and the outputs of the existing firms but at their foundations and their very lives” (Schumpeter, 1950, pp. 84-85).

se reemplazan bienes de consumo que pueden tener efectos nocivos en el entorno. Pero, por otra parte, existen costos potenciales en otros ámbitos que vale la pena considerar; por ejemplo, ¿es posible que, en la medida que estas estrategias apelan a lo superficial de los consumidores, generen innovaciones que son en verdad un derroche de recursos (en el sentido de que aquí se está apelando a satisfacer un tipo de consumo conspicuo)?

Por otra parte, nótese que el análisis de bienestar que sugiere la teoría económica, y que estamos siguiendo, compara la variación del excedente del productor entre los ganadores y perdedores, con la ganancia del excedente del consumidor (y generalmente se ignoran los costos asociados a las innovaciones fallidas). Pero aquí debiera quedar claro que este no es un modelo éticamente neutro, y este es un asunto que hay que explicitar. Desde un punto más fundamental, uno debiera considerar qué pasa si utilizamos modelos éticos alternativos en este sentido, que es una cuestión que ni siquiera hemos abordado en este punto.

En todo caso, uno debiera preguntarse también si estamos dejando algo afuera con un cálculo utilitarista como el planteado. ¿Podemos representar como un costo social los recursos invertidos por emprendedores en innovaciones que tienen resultados inciertos? Más aún, ¿podemos considerar las consecuencias éticas de sus actividades, si las hubiera, como externalidades negativas de los emprendedores? Y si ese fuera el caso, ¿cómo debieran los emprendedores internalizar estos efectos? A partir de lo planteado debiera quedar claro que frente a estos problemas surgen disyuntivas éticas importantes.

1.1

Una manera distinta de aproximarse a las particularidades de la ética del emprendimiento se basaría en el estudio del comportamiento individual de los emprendedores en este sentido. De esta forma se podría, por ejemplo, examinar las respuestas de emprendedores a cuestionarios que los colocan en distintas situaciones que involucran algún dilema ético. Esto requiere de un análisis que identifique si en este tipo de materias los emprendedores actúan en realidad de forma distinta que otros agentes involucrados en el mundo de los negocios. En un estudio de este tipo a administradores y emprendedores en diferentes rubros de los negocios en Estados Unidos, Longenecker, McKinney & Moore (1998) encuentran una respuesta positiva a esta pregunta sólo en algunos contextos. Frente a un total de 16 preguntas (i.e., situaciones éticas) los autores encuentran una diferencia entre las respuestas de estos agentes en 7 preguntas. En 5 de estas preguntas, relacionadas con la obtención de ganancias financieras a costas de otros, los emprendedores resultan ser más tolerantes a un comportamiento éticamente cuestionable. Los autores encuentran que los emprendedores enfrentan una mayor presión para comportarse de esta forma; ello se podría deber al hecho de estar en la primera línea de los negocios, frente a objetivos difíciles de alcanzar y en un entorno altamente competitivo. Sin embargo, la evidencia recogida indica que, de todas formas, los emprendedores se dan cuenta de los dilemas existentes.

Por otra parte, en un estudio distinto utilizando un “Defining Issues Test” (“prueba de problemáticas definitorias”), que busca determinar el nivel de razonamiento moral de los evaluados, Teal & Carroll (1999) argumentan que los emprendedores tienden a exhibir un mayor nivel de habilidades en este sentido que gerentes de nivel medio y el público en general. En todo caso, vale la pena puntualizar que este trabajo cuenta con pocas observaciones (n=26), y el paralelo con los resultados de administradores y el público se basa en comparaciones con otros estudios.

Esta es una literatura que sigue creciendo, pero los resultados existentes, por tentativos que sean, nos sugieren que aquí estamos en presencia de un problema potencialmente importante; esto nos debiera

invitar a ver cómo se puede amortiguar la presión que los emprendedores podrían enfrentar para actuar de forma poco ética. Una manera alternativa de ver este problema, que examinaremos más adelante, es si el entorno es o no conducente a un comportamiento ético de los emprendedores. He aquí, entonces, una invitación a re-estructurar muchos programas educativos. Porque esta evidencia estaría señalando los vacíos en temas éticos que enfrenta un actor importante de nuestra sociedad (e.g., Fassin, 2005). Para guiar a los emprendedores, volver al pasado a partir del estudio de las humanidades en las escuelas de negocios es un camino que vale la pena considerar seriamente.

Estos problemas están relacionados, a su vez, a las formas en las cuáles el impulso individualista asociado al comportamiento emprendedor puede afectar su postura moral cuando enfrenta dilemas éticos en sus negocios (Hannafey, 2003). Esto nos lleva de vuelta al punto que hacíamos más arriba, que tiene que ver con que el reconocimiento de que las relaciones comerciales en los mercados son entre personas reales, con sus virtudes y sus defectos, representa un llamado a reconocer la importancia de contar con una economía con bases morales más sólidas. Este sería un llamado a sentar las bases para una economía social de mercado más robusta. La posibilidad de conciliar una economía basada en el comportamiento racional y eficiente de consumidores y productores con la preservación de determinados valores morales puede requerir de un esfuerzo de “emprendimiento moral”, para usar una expresión de Yuengert (2004). Desde el punto de vista del emprendimiento, este es un argumento que ha sido avanzado Machan (1999).

Dentro de este tema podemos mencionar también el problema del fracaso emprendedor. Esto es un problema importante: muchos nuevos emprendimientos culminan en un fracaso (Shane, 2008). Pero los emprendedores exitosos son los que tienen experiencia y que suman tanto fracasos como éxitos, y es esta capacidad de reconversión la que explica el dinamismo de una economía. Independientemente de las motivaciones de este proceso, es claro que la capacidad innovativa de una economía depende en gran medida de que existan emprendedores dispuestos atreverse en el desarrollo de nuevos proyectos y que se comprometan en el desarrollo de ideas potencialmente rentables. Esta capacidad de visión y de imaginación es lo que ha permitido el progreso humano a lo largo del tiempo. Pero respecto del fracaso empresarial, del problema de la quiebra, han existido distintas evaluaciones morales a lo largo de la historia. Al considerar la tasa de interés como un precio del dinero, que incorpora el riesgo de default, se podría deducir que este problema no es tal. Más aún, si se aplica la conocida expresión angloparlante “no harm, no fault” (“si no hay daño, no hay falta”), uno podría pensar que hay que ser pragmático en este sentido. En todo caso, más allá de lo que establezca el razonamiento económico puro o el derecho positivo en estas materias, uno puede pensar en un valor moral asociado al cumplimiento de las deudas.⁸

2.

En algunos círculos se ha argumentado que, en la medida que los resultados del emprendimiento son consecuencia de una búsqueda de ganancias, no tendrían ninguna virtud ética. Sin embargo, en la medida

⁸ La expresión “riesgo moral” (“moral hazard”), presente en modelos económicos que estudian la economía de la incertidumbre sugiere que este problema tiene una dimensión adicional (i.e. moral), aunque en los usos originales de este tema puede haber una confusión entre los conceptos de riesgo moral y de selección adversa (Rowell & Connelly, 2012). En efecto, el concepto de riesgo moral se refiere a los efectos que los seguros tienen en el comportamiento preventivo de los agentes asegurados, que es distinto que la selección adversa que se refiere al hecho que agentes de alto riesgo (incluyendo a algunos con intenciones fraudulentas), son quienes van a contratar más seguros.

que los emprendedores imaginan futuros alternativos a través de “nuevas combinaciones” (Schumpeter, 1934) y “corrigen errores” en el mercado (Kirzner, 1973) a través de transacciones verdaderamente voluntarias en oposición a buscar rentas (es decir, lideran un proceso de “profit seeking”, o búsqueda de ganancias, en oposición a un proceso de “rent-seeking”, o búsqueda de rentas), podríamos argumentar que el emprendimiento es una fuerza socialmente positiva. En otra oportunidad hemos argumentado exactamente esto: que una persona de buen carácter cultiva la virtud de manera de promover intercambios mutuamente beneficiosos a través de esfuerzos honestos y de la productividad creativa. De esta forma, en esta reconciliación de la búsqueda de ganancias y las virtudes, el emprendimiento se puede considerar como un “hábito de la acción correcta” (“habit of right action”: Couyoumdjian & Munger, 2016).

El aspecto institucional es relevante en este punto por cuanto, desde una perspectiva Smitheana, las instituciones influyen en la formación del carácter, tal que “el carácter y la virtud son recompensados con ganancias, y el vicio y el engaño son castigados con pérdidas” (Couyoumdjian & Munger, 2016, p. 351).⁹ El carácter también aparece en la capacidad de anticipación, que es lo que describe a un emprendedor “alerta” a-la Kirzner.

Esta es una oportunidad para examinar nuevamente las implicancias del entorno institucional y cultural sobre las actividades emprendedoras; después de todo, y como ya anotamos, los atributos y características morales que definen a un emprendedor interactúan con distintas variables sociales y culturales.

Existen diversas maneras de estudiar esta cuestión. Por una parte, podemos considerar en qué medida la legitimidad de las actividades de los emprendedores en la sociedad afecta su desarrollo (Etzioni, 1987¹⁰). Esto está relacionado al entorno cultural que representa un sistema a través del cual una sociedad premia y castiga las actividades de distintos agentes en una economía. Estas condiciones socio-culturales interactúan con el entorno institucional formal de una sociedad y forman la matriz institucional global, que representa el sistema de incentivos en un país (Couyoumdjian, 2016).

Acá estamos volviendo a los temas tratados por Baumol, Litan & Schramm y su discusión sobre el emprendimiento en distintos tipos de sistemas capitalistas: ¿cuáles son las implicancias morales del emprendimiento en cada contexto? Desde un punto de vista más general, ¿puede decirse que la “justicia” de las ganancias de los emprendedores depende de este entorno? (Hannafey, 2003; Brenkert, 2002).

En esta línea uno podría analizar qué pasa en el entorno de una “rent-seeking society”. El rent-seeking, o búsqueda de rentas, es un juego de suma cero o negativa, que requiere de la acción y de la protección del Estado, que es la que genera estas rentas (Tullock, 1993). Este sería un tipo del llamado “crony capitalism”, expresión que contiene una valoración negativa de este tipo de sistema; la versión más antigua de este problema, que refiere a un sistema mercantilista, fue en su momento severamente cuestionada por Adam Smith en su famosa Investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones (1776). Todo ello sugiere que, desde un punto de vista ético, no da lo mismo cómo se obtienen las ganancias. Y, sin embargo, aun cuando existe cuantiosa evidencia en el sentido de que la búsqueda de rentas y sus actividades asociadas son muy importantes en las democracias modernas, en la literatura

⁹ “Character and virtue are rewarded with profits, and vice and deceit are punished with losses.” Sobre estos temas véase, por ejemplo, Hanley (2009).

¹⁰ En este trabajo el autor argumenta que el emprendimiento tiene una función social que consiste en cambiar modos de relaciones sociales osificados (de organización, producción, etc.), de forma de hacerlas más compatible con un entorno cambiante. Nótese que en este contexto el emprendimiento responde a un entorno que le ofrece oportunidades de ganancias.

académica las implicancias morales de este problema no han sido mayormente estudiadas, lo que es una indicación del poco interés de los economistas por estos temas (De Bow, 1992-93). El trabajo que hizo famoso a Adam Smith en su época, su Teoría de los sentimientos morales (1759), es un llamado de atención sobre la necesidad de prestar más atención a la ética de una sociedad comercial. Y en la medida que consideramos estos dos trabajos mencionados en conjunto podemos ver como el contexto institucional afecta el comportamiento moral de los agentes económicos (Paganelli, 2008). Las disyuntivas que aparecen aquí pueden ser examinadas desde un punto de vista científico, pero sus consecuencias normativas no pueden ser obviadas.¹¹

En una línea similar podríamos agregar que no es lo mismo, desde un punto de vista de la justicia de las ganancias empresariales, considerar que ellas se obtuvieron producto de la suerte o de la creatividad (asociada a la búsqueda de ganancias) en un sistema capitalista verdaderamente competitivo. Desde la perspectiva de la economía austriaca basada en el descubrimiento de oportunidades de negocios potencialmente rentables, en un proceso que involucra un comportamiento racional de los actores involucrados (i.e., con intencionalidad), Foss (1997) argumenta que las ganancias empresariales son justas. Este argumento se basa en un enfoque de “finders, keepers” (“quien se lo encuentra se lo queda”) a-la Nozick (1974), que junto con el descubrimiento puro considera como fundamental la existencia de una libertad de contratos que permite las transacciones voluntarias de los nuevos productos desarrollados por los emprendedores (también: Kirzner, 1989).

3.

Finalmente, es posible discutir sobre el tipo de sociedad que se construye en una comunidad que fomenta el emprendimiento. Esta sería una mirada “macro” sobre la relación entre emprendimiento y ética. De esta forma se podrían analizar las implicancias éticas de una “entrepreneurial society” que, de acuerdo a algunos autores, presenta vacíos importantes respecto de lo que constituirían las bases de una “good society” (Brenkert, 2002).

¿Pero qué es una “buena sociedad”? Existen mínimos comunes de lo uno entiende por una buena sociedad —que incluye un reconocimiento al valor de los derechos humanos, la dignidad humana y la libertad individual—, pero la dificultad en encontrar una definición común apunta a los problemas fundamentales de un concepto de este tipo (que surgen también en la filosofía política). Ello tiene que ver tanto con que distintos grupos le podrían dar mayor o menor peso a otros puntos, como por ejemplo el contar con mayores vínculos y valores compartidos, como a la duda de cómo podemos promover este tipo de virtudes sociales. En fin, la pregunta sería: ¿cómo se construye una “buena sociedad”?

Una discusión de este tipo nos lleva, quizás de forma indirecta, a un análisis de dónde está en verdad el aporte del emprendimiento en una sociedad. ¿Viene dado el valor social del emprendimiento únicamente por su contribución económica directa? Esto podría radicar en liderar la eficiencia en el uso de los recursos productivos (a-la Kirzner, 1973), donde el emprendimiento tiene una tendencia “equilibrante” en la economía, en el sentido de satisfacer las necesidades de los consumidores. Asimismo, desde una perspectiva consecuencialista, se podría argumentar que si incentivar la búsqueda de ganancias mejora la situación económica de los más desfavorecidos de la sociedad, la actividad emprendedora tiene un valor

¹¹ Sobre estos temas, que han dado lugar a una literatura muy importante en el área de la economía experimental y del comportamiento, véase el trabajo reciente de Bowles (2016).

(social) adicional. Pero, en línea con lo señalado más arriba uno podría también cuestionar el valor social neto que genera el emprendimiento debido al consumo superfluo (¿de acuerdo a quién?), o al fracaso emprendedor.

En la (vieja) escuela de economía de Chicago, F.H. Knight planteó un argumento importante en esta última línea:

“El interés principal del hombre en su vida es ... encontrar la vida interesante, que es una cosa muy diferente de simplemente consumir una cantidad máxima de recursos. El cambio, la novedad y la sorpresa deben ser objeto de gran consideración como valores per se... De ahí que cada individuo debe tener responsabilidad, libertad de elección y una esfera de expresión más amplia de lo que podría tener en un sistema de organización donde el control se especializa y se concentra hasta el último grado.” (RUP.XII.38¹²)

Acá tenemos una visión que postula que aun cuando los emprendedores se equivocan, fracasan, y eso puede ser un “mal uso” de los recursos, en la medida que no generen daño a otros, este tipo de experimentación es valiosa desde el punto de vista de la autonomía individual.

Pero el emprendimiento puede implicar más que todo esto. El emprendimiento puede ser una demostración de las virtudes humanas. Usualmente este tema se relaciona más exclusivamente con un subconjunto de las virtudes cardinales: la prudencia y sabiduría práctica, el único rasgo de carácter que parece reconocer la teoría económica (con su énfasis en el comportamiento optimizador y la eficiencia). En esta línea Solomon (1999) ha destacado esta virtud en el sentido de que los emprendedores deben saber cómo evitar el desastre y considerar cuidadosamente las circunstancias que enfrentan.

Recientemente, Deirdre McCloskey (2006) ha ido más allá y ha destacado el florecimiento de todas las virtudes, no sólo la prudencia, en una sociedad burguesa; de ahí que McCloskey habla de las “bourgeois virtues”. Las virtudes cardinales, la templanza, la fortaleza y la justicia, junto con la prudencia, aparecen en las actividades comerciales (y emprendedoras) desde el trabajo de Adam Smith, y probablemente no sea necesario detenerse mucho en estos temas. Baste anotar como la templanza es clave para estimular la previsión, y saber escuchar y resistir salidas fáciles; la fortaleza para atreverse a emprender y levantarse frente al fracaso; y la justicia, en el sentido de respetar contratos, y valorar a otros. Pero McCloskey va más allá, y agrega las virtudes cristianas: fe, esperanza y caridad o amor, que de acuerdo a su análisis histórico, aparecerían también en las actividades comerciales.

Desde un punto de vista religioso, y en particular católico, Sirico (2000) ha valorado el emprendimiento de otra manera, proponiendo que representa el desarrollo de los talentos individuales; este argumento se basa en la “Parábola de los Talentos” (Mateo 25:14-30). Por el contrario, otros autores dentro de esta misma tradición han criticado y lamentado una visión demasiado economicista del emprendimiento (e.g.,

¹² “Man's chief interest in life is after all to find life interesting, which is a very different thing from merely consuming a maximum amount of wealth. Change, novelty, and surprise must be given large consideration as values per se... Hence each individual must be given responsibility, freedom of choice, a wider sphere of self-expression than he can have in a system of organization where control is specialized and concentrated to the last degree” (RUP.XII.38). A veces la discusión sobre el rol social del emprendimiento incorpora una mirada ética muy (¡demasiado!) sutil. En esta línea considérese el trabajo de un miembro de la “nueva” escuela de Chicago, Milton Friedman, sobre la “responsabilidad social empresarial” que, de acuerdo a este autor, consiste en “to make as much money as possible while conforming to the basic rules of the society, both those embodied in law and those embodied in ethical custom” (Friedman, 1970). Nótese la última parte de esta frase, que críticos de la visión Friedmaniana olvidan.

Cornwall & Naughton, 2003). Aquí se apunta justamente al problema que hemos estamos analizando en esta sección: a una visión demasiado técnica del problema del emprendimiento, que se enfoca en los humanos como recursos productivos y en sus beneficios materiales privados, sin reconocer su rol social en la comunidad (más allá, presumiblemente, de un enfoque utilitarista).

Sin embargo, recientemente Arthur Brooks ha cuestionado esta dicotomía entre una sociedad que fomenta el emprendimiento y una buena sociedad. En este sentido este autor ha propuesto que:

“En su raíz, ser empresario no consiste simplemente en crear riqueza construyendo un negocio. El verdadero emprendimiento consiste es crear dignidad y significado al tratar toda la vida como un start-up.”¹³

De acuerdo a esta perspectiva, el emprendimiento es un camino a la realización personal que se habilita en una sociedad abierta. En este sentido volvemos al carácter fundamentalmente humano, y ético, de las actividades emprendedoras en una sociedad plural, que es también esencialmente compleja.

Conclusión.

En este breve trabajo hemos argumentado que los problemas éticos asociados al emprendimiento pueden ser distintos de los que se enfrentan en la administración (o el “management”). Estos temas están más asociados a una comprensión de la economía como una ciencia con un fuerte componente ético; ello viene dado por la importancia que la creatividad y la imaginación tienen en este contexto. De esta forma hemos ofrecido algunas reflexiones preliminares sobre el problema de la ética del emprendimiento, con más preguntas que respuestas, pero que invitan a tomar en serio este tema.

¹³ “At its root, to be an entrepreneur is not simply to create wealth by building a business. True entrepreneurship is to create dignity and meaning by treating one’s whole life as a start-up.” En: <https://www.youtube.com/watch?v=XBI39XdZ3s>

Referencias.

- Anderson, Alistair R. & Robert Smith (2007). "The moral space in entrepreneurship: an exploration of ethical imperatives and the moral legitimacy of being enterprising." Entrepreneurship and Regional Development 19 (6), pp. 479-497.
- Audretsch, David B., Isabel Grilo & Roy Thurik (eds.)(2007). Handbook of Research on Entrepreneurship Policy. Edward Elgar, Max Planck Institute of Economics, EIM Business & Policy Research.
- Baumol, William J., Robert E. Litan & Carl J. Schramm (2007). Good Capitalism, Bad Capitalism, and the Economics of Growth and Prosperity. Princeton University Press.
- Bowles, Samuel. (2016). Moral Economy. Why Good Incentives are no Substitute for Good Citizens. Yale University Press.
- Brenkert, George G. (2002). "Entrepreneurship, Ethics, and the Good Society." Ruffin Series of the Society for Business Ethics, pp. 5-43.
- Buchanan, James M. (1982). "The Domain of Subjective Economics: Between Predictive Science and Moral Philosophy." En: Method, Process, and Austrian Economics. Essays in Honor of Ludwig von Mises, I.M. Kirzner (ed.). Lexington Books, D.C. Heath, pp. 7-20.
- Buchanan, James M. & Viktor J. Vanberg (1991). "The Market as a Creative Process." Economics & Philosophy 7 (2), pp. 167-186.
- Cornwall Jeffrey R. & Michael J. Naughton (2003). "Who Is the Good Entrepreneur? An Exploration within the Catholic Social Tradition." Journal of Business Ethics 44 (2003), pp. 61-75.
- Couyoumdjian, Juan Pablo & Michael C. Munger (2016). "The 'Character' of Profit and Loss: The Entrepreneurial Virtues." En: Questions of Character, I. Fileva (ed.). Oxford University Press, pp. 340-353.
- Cowen, Tyler (2003). "Entrepreneurship, Austrian Economics, and the Quarrel Between Philosophy and Poetry." Review of Austrian Economics 16 (1), pp. 5-23.
- David, Paul (1985). "Clio and the Economics of QWERTY." American Economic Review 75 (2), pp. 332-337.
- De Bow, Michael (1992-93). "The Ethics of Rent-Seeking?: A New Perspective on Corporate Social Responsibility." Journal of Law and Commerce 12, pp. 1-21.
- Dunham, Laura (2007). "The Ethical Dimensions of Creative Market Action: A Framework for Identifying Issues and Implications of Entrepreneurial Ethics." Business & Professional Ethics Journal 26, pp. 3-39.
- Etzioni, Amitai (1987). "Entrepreneurship, Adaptation and Legitimation. A Macro-behavioral perspective." Journal of Economic Behavior and Organization 8, pp. 175-189.
- Fairlie, Robert W. (2002). "Drug Dealing and Legitimate Self-Employment." Journal of Labor Economics 20, pp. 538-567.

- Fassin, Yves (2005). "The Reasons behind Non-Ethical Behaviour in Business and Entrepreneurship." Journal of Business Ethics 60 (3), pp. 265-279.
- Foss, Nicolai J. (1997). "Ethics, Discovery, and Strategy." Journal of Business Ethics 16 (11), pp. 1131-1142.
- Friedman, Milton (1970). "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits." The New York Times Magazine, Sept. 13.
- Guiltinan, Joseph (2009). "Creative Destruction and Destructive Creations: Environmental Ethics and Planned Obsolescence." Journal of Business Ethics 89 (S1), pp. 19-28.
- Hanley, Ryan P. (2009). Adam Smith and the Character of Virtue. Cambridge University Press.
- Hannafey, Francis T. (2003). "Entrepreneurship and Ethics: A Literature Review." Journal of Business Ethics 46 (2), pp. 99-110.
- High, Jack (1982). "Alertness and Judgment: Comment on Kirzner." En: Method, Process, and Austrian Economics. Essays in Honor of Ludwig von Mises, I.M. Kirzner (ed.). Lexington Books, D.C. Heath, pp. 161-168.
- Kirzner, Israel M. (1973). Competition and Entrepreneurship. University of Chicago Press.
- Kirzner, Israel M. (1989). Discovery, Capitalism and Distributive Justice. Basil Blackwell.
- Knight, Frank H. (1921). Risk, Uncertainty and Profit. <http://oll.libertyfund.org/titles/306>
- Larroulet, Cristián & Macarena Ramírez (2007). "Emprendimiento: Factor clave para la nueva etapa de Chile." Estudios Públicos 108, pp. 93-116.
- Longenecker, Justin G., Joseph A. McKinney & Carlos W. Moore (1988). "Egoism and Independence: Entrepreneurial Ethics." Organizational Dynamics 16 (3), pp. 64-72.
- Machan, Tibor R. (1999). "Entrepreneurship and Ethics." International Journal of Social Economics 26 (5), pp. 596-608.
- McCloskey, Deirdre (2006). The Bourgeois Virtues. Ethics for An Age of Commerce. University of Chicago Press.
- McCraw, Thomas (2007). Prophet of Innovation. Joseph Schumpeter and Creative Destruction. Belknap Press, Harvard University.
- Mises, Ludwig von (1996). Human Action: A Treatise on Economics. Fourth Revised Edition. Fox & Wilkes.
- Nozick, Robert (1974). Anarchy, State, and Utopia. New York: Basic Books.
- Paganelli, Maria Pia (2008). "The Adam Smith Problem in Reverse: Self-Interest in The Wealth of Nations and The Theory of Moral Sentiments." History of Political Economy 40 (2), pp. 365-382.
- Parker, Simon (2012). The Economics of Entrepreneurship. Cambridge University Press.
- Rajan, Raghuram G. & Luigi Zingales (1998). "Which Capitalism? Lessons from the East Asian Crisis." Journal of Applied Corporate Finance 11 (3), pp. 40-48.

- Rowell, David & Luke B. Connelly (2012). "A History of the Term "Moral Hazard". Journal of Risk and Insurance 79 (4), pp. 1051-1075.
- Sarasvathy, Saras D. (2002). "Entrepreneurship as Economics with Imagination." Business Ethics Quarterly 11, pp. 10-25.
- Schein, Edgar H. (1983). "The Role of the Founder in Creating Organizational Culture." Organizational Dynamics 12 (1), pp. 13-28.
- Schumpeter, Joseph A. (1934). The Theory of Economic Development: An Inquiry Into Profits, Credit, Interest and the Business Cycle. Second Edition. Traducido del alemán por R. Opie. Harvard University Press.
- Schumpeter, Joseph A. (1950). Capitalism, Socialism and Democracy. Third Edition. Harper.
- Shackle, G.L.S. (1988). "Foreword." En: R.F. Hébert & A.N. Link, The Entrepreneur. Mainstream Views and Radical Critiques. Second Edition. Praeger, pp. ix-xi.
- Shane, Scott (2008). The Illusions of Entrepreneurship: The Costly Myths That Entrepreneurs, Investors, and Policy Makers Live By. Yale University Press.
- Sirico, Robert (2000). "The Entrepreneurial Vocation." Journal of Markets and Morality 3 (1), pp. 1-21.
- Solomon, Robert C. (1999). A Better Way to Think About Business –How Personal Integrity Leads to Corporate Success. Oxford University Press.
- Teal, Elisabeth J. & Archie B. Carroll (1999). "Moral Reasoning Skills: Are Entrepreneurs Different?" Journal of Business Ethics 19 (3), pp. 229-240.
- Tulloch, Gordon (1993). "Rent Seeking." The Shaftesbury Papers, 2. E.Elgar.
- Yuengert, Andrew M. (2004). "Responsible Individual Liberty and the Moral Maximization of Wealth." Religion & Liberty 14 (6), pp. 1-5.