

# EL ENIGMA DE LA INNOVACIÓN

MIGUEL ALFONSO MARTÍNEZ-ECHEVARRÍA\*

*Sostiene este artículo que las razones del crecimiento y la innovación se escapan a las visiones positivistas de la acción humana, y que es conveniente adoptar otras perspectivas. Para defender esta tesis se realiza una breve exposición de las dificultades que encontraron Marshall, Weber y Schumpeter a la hora de explicar el origen de la innovación, y más en concreto la acción del empresario. La tesis del autor es que sólo desde un enfoque humanista, que entiende al hombre como lo inesperado, es posible alcanzar un sentido más amplio de la racionalidad, que permite descubrir el verdadero sentido de la innovación, y el camino adecuado para fomentarla.*

*Palabras clave: desarrollo, innovación, racionalidad.*

---

## ¿SE PUEDE PLANIFICAR LA INNOVACIÓN?

---

LAS EXPLICACIONES sobre el desarrollo económico, que se presentan como “rigurosamente científicas”, suelen describir el fenómeno, pero mantienen un obstinado silencio sobre sus causas. En ese sentido son coherentes con los principios positivistas que las inspiran. Se limitan a contemplar los sínto-

mas del desarrollo económico, sin realizar ninguna hipótesis sobre sus orígenes. Lo único que pretenden es establecer relaciones funcionales, “objetivas”, entre una magnitud representativa del crecimiento económico global, generalmente el producto interior bruto (PIB), y otras magnitudes, que se supone influyen en el crecimiento económico. Posteriormente, mediante técnicas econométricas, tratan de comprobar si esas relaciones

\* Miguel Alfonso Martínez-Echevarría es Catedrático de Economía Aplicada y Profesor Ordinario de Historia del Pensamiento Económico en la Universidad de Navarra.

390

funcionan. Es decir, si las variables se mueven en el mismo, o distinto sentido.

Un repaso a la gran variedad de modelos de crecimiento económico desarrollados en los últimos años pone de manifiesto que ese esquema explicativo es común e invariable. Lo único que cambia de unos modelos a otros es el conjunto de magnitudes que actúan como argumentos de la función de producción. Entre estas últimas se puede incluir desde el capital físico o infraestructura productiva, la mano de obra disponible, la tasa de crecimiento de la población, los gastos en investigación y desarrollo, etc. Los factores no cuantitativos, como por ejemplo la tecnología, la preparación cultural de los obreros, el marco institucional, etc., se suponen quedan de algún modo reflejados en la forma de la función de producción. De este modo se logra que un problema tan extraordinariamente complejo como es el crecimiento económico, quede constreñido al *lecho de Procasto* del enfoque neopositivista de la teoría económica. Debido a su carácter no cuantificable, y por exigencias metodológicas, todas las causas de naturaleza

cultural e histórica deben ser ignoradas. Un modo de proceder que, como suelen decir los anglosajones, le sucede lo mismo que al que después de lavar al bebé, lo arroja junto con el agua de la bañera. Cuantificar es quedarse con lo pasado, dejando fuera la causa vital de lo ocurrido.

Si se suponen inalterables las condiciones culturales e institucionales, la función de producción puede entonces considerarse lo suficientemente estable como para predecir la tasa de crecimiento de la economía, en términos del PIB, a partir de la tasa de crecimiento de alguna de las magnitudes determinantes. Por ejemplo, considerando todo lo demás constante, a mayor tasa de acumulación de capital, mayor será la tasa de crecimiento del PIB.

Según esos modelos, ante sucesivos aumentos de capital, el PIB seguirá creciendo, pero cada vez menos. Es decir, que la productividad marginal del capital decrece. Por ejemplo, si no hay mejora en la tecnología, o en la organización, o en la calidad del trabajo, etc., los sucesivos aumentos de capital, no sólo no impulsan cada vez

menos el crecimiento, sino que pueden llegar a ser contraproducentes. En consecuencia, no se puede asegurar que sea el aumento de capital el factor que explica el crecimiento económico. Este tipo de limitaciones explicativas, ha motivado que estos modelos hayan sido calificados de exógenos, en cuanto dejan fuera factores, que como hemos señalado, podrían ser precisamente los que determinan el crecimiento de la economía. Estos modelos son esencialmente estáticos, en la medida en que no incluyen la génesis del crecimiento, sino que se limitan a determinar las proporciones óptimas, el equilibrio entre magnitudes, para unas condiciones de contorno dadas.

¿Es posible mantener modelos racionalistas de crecimiento, que permiten una apariencia de predicción, y al mismo tiempo dar entrada a los factores que se revelan como verdaderas causas del desarrollo? En otras palabras, ¿es posible construir modelos endógenos de desarrollo? Las respuestas que hasta ahora se han dado a esta pregunta han consistido en dar reflejo cuantitativo a los factores no cuantificables que influyen en el creci-

miento. Así, conscientes de que la mejora en la tecnología contrarresta el descenso de la productividad marginal del capital, se ha tratado de establecer un índice que exprese el progreso de la tecnología, por ejemplo, midiendo el número de patentes industriales registradas en un país durante un periodo determinado, e incluyéndola entonces como variable explícita en la función de producción. Suele suceder que después de la adición de ese nuevo argumento, la explicación del desarrollo no mejore sustancialmente, pero los promotores de este tipo de modelos no se desaniman, sino que insisten en que la falta de potencia predictiva es achacable a que “todavía” hay factores determinantes del crecimiento que no han podido cuantificarse e introducirse en el modelo.

Es evidente que, por ejemplo, la riqueza de un país y la cantidad de recursos que dedica a la investigación caminan en la misma dirección. Pero el problema no consiste en detectar y medir esa covariación, sino en explicar el sentido de la causalidad. No se puede asegurar si es la riqueza la que crea la investigación, o al re-

vés. Tampoco está claro que sean precisamente esas dos magnitudes las que haya que tener en cuenta a la hora de estudiar el enriquecimiento de las naciones. Desde la rigidez de los esquemas positivistas está vedado ir más allá de lo simplemente descriptivo. Apenas se puede superar el estudio comparativo de series estadísticas, donde se mide lo que dedican a Investigación y Desarrollo (I&D) los países ricos, y lo que dedican los países pobres.

Estos modelos de desarrollo económico no tendrían mucha importancia si se quedaran en el plano teórico, pero el problema es que sirven para elaborar políticas de desarrollo. Muchos gobiernos, por no decir la mayoría, suelen inspirar sus políticas de apoyo al desarrollo en estas visiones simplistas y macroeconómicas. Es muy normal, por ejemplo, que se diseñe la política de investigación de un país siguiendo estos modelos: si nuestro país tiene tal nivel de PIB, teniendo en cuenta las estadísticas internacionales, nos correspondería tal nivel de inversión en I&D, con lo que habría que dedicar todos los esfuerzos presupuestarios a alcanzar el

nivel de investigación que corresponde. Lo único importante es, dentro de un horizonte previsto, cumplir lo que es de rigor según las estadísticas internacionales para ser considerado un país rico con todas las de la ley. Si hay que dedicar un punto o punto y medio del PIB para llegar al nivel que corresponde, es cuestión de aumentar las respectivas partidas presupuestarias. Podría dar la impresión de que exagero, pero a los hechos me atengo. Puede que ese modo de proceder sea el acertado, pero puede que no. En cualquier caso sería prudente proporcionar una explicación un poco más convincente del fundamento de esas políticas. Hay que salir de ese círculo vicioso donde no se sabe si los países ricos dedican una gran parte a I&D porque son ricos, o son ricos porque dedican muchos recursos a potenciar la I&D. Mientras no se pase de ese escalón, las políticas del desarrollo no dejarán de tener la apariencia del siguiente tipo de argumento: los países más ricos son los que tienen mayor número de teléfonos, y los que tienen mayor número de teléfonos son los más ricos. Luego, un país que quiera ser rico

debe hacer un notable esfuerzo por tener más teléfonos.

Afortunadamente, la realidad es más sensata que la teoría, y el desarrollo se produce por factores que tienen su propia vitalidad, y en muchos casos están a salvo de las medidas de “apoyo” del gobierno. En otros casos, las políticas gubernamentales de fomento de I&D suelen generar corrupción e ineficiencia, pues gran parte de ese “chorro de oro” que el gobierno destina a que las universidades y centros de investigación generen ideas novedosas, es decir, productos de mercado, no suelen acabar en ganancias para empresarios, sino en alimentar un pesado aparato burocrático, cada vez más ineficiente. No es difícil oír a empresarios quejarse de que a pesar de los crecientes esfuerzos presupuestarios, a la hora de la verdad, no surgen muchas patentes, y son muy pocas, una insignificancia, las que finalmente se convierten en productos de mercado. Lo interesante de la postura de los empresarios es que puede ayudar a descubrir el fondo del problema: cómo se genera eso que se llama innovación.

Por supuesto, no pretendo que se retire la ayuda a la investigación y a la docencia, en todo caso solicitaría que se aumentara, pero sí quisiera contribuir a un debate que aclare a qué fines habría que destinar ese dinero. Posiblemente se lograría que muchos más recursos fueran destinados a la investigación, y de un modo más eficiente.

Lo que quiero mantener en este artículo es que las razones del crecimiento y la innovación se escapan de las visiones positivistas de la acción humana, y que es conveniente adoptar otras perspectivas. Para defender esta tesis voy a realizar una breve exposición de las dificultades que encontraron Marshall, Weber y Schumpeter cuando trataron de explicar la innovación, y más en concreto, la acción del empresario. En mi opinión, sólo desde un enfoque humanista, que entiende al hombre como lo inesperado, es posible alcanzar un sentido más amplio de la racionalidad, que permita descubrir el verdadero sentido de la innovación y el camino para fomentarla.

## LA DUDA DE MARSHALL ENTRE EQUILIBRIO E INNOVACIÓN

**A** LO LARGO de su vida, Alfred Marshall libró una dura batalla metodológica por mantener la economía en el seno de la historia. Sólo pasando por encima de las instituciones y de la historia, eliminando la dimensión cultural, la economía podía quedar reducida, como había hecho Walras, a un puro problema matemático. Su empeño era buscar un método propio para la economía, que no fuese ni pura matemática, ni simple teoría política. Por eso, y por la impresión que le causaron las nuevas teorías del evolucionismo biológico, consideraba que éste podía ser el nuevo paradigma que ayudara a construir ese tipo de ciencia económica que buscaba. En su opinión, había que abandonar el viejo paradigma de la física newtoniana, que obligaba a prescindir de la dimensión histórica, y buscar algo parecido a la biología evolucionista, donde se tuviesen en cuenta las fuerzas de la vitalidad y la mortandad, del crecimiento y del agotamiento.

Su lema “*natura non fecit saltum*”, la naturaleza no procede a saltos, pone de manifiesto tanto sus convicciones evolucionistas, como su inclinación marginalista. Todo lo vital procede por evolución lenta y progresiva. Ni en la vida práctica, ni en las teorías económicas existían novedades radicales, sino modos más precisos y ajustados de resolver y analizar los mismos problemas. La biología evolucionista era la nueva ciencia que podría compaginar predicción con innovación, lo más adecuado para elaborar una ciencia de la acción humana.

La competencia no podía entenderse como un estado de equilibrio fuera del tiempo, como pretendía Walras, sino como un proceso dinámico que se desarrolla en el tiempo, donde caben la pugna, el conflicto y el pacto. Conlleva desigualdad de poder, e implica tener presente la dependencia del camino recorrido. Ciertamente, al eliminar el poder, la competencia perfecta facilitaba el cálculo, pero mutilaba la acción humana al excluir la dimensión histórica.

El equilibrio en economía no podía ser un concepto ab-

soluta, como sucede en la mecánica, sino que es función del horizonte temporal desde el que se defina. A *largo plazo* todo es variable, ya que el hombre no para de construir su propio entorno. Sin embargo, a *corto plazo* el entorno cultural que actúa como telón de fondo, puede considerarse en equilibrio estable. Mediante esta distinción entre largo y corto plazo pretendía Marshall destacar la dinámica del proceso económico, sin prescindir de la estabilidad y del equilibrio.

La sociedad entera se comporta como un proceso creativo en continuo cambio, donde no todo se mueve al mismo ritmo. Los cambios diarios actúan como pequeños desequilibrios, innovaciones, que introducen los agentes sobre un trasfondo que parece no moverse, pero que, poco a poco, por acumulación de esas innovaciones, y con el paso del tiempo, también resulta modificado.

Las decisiones a corto plazo, como suelen ser las de consumo, vienen influidas por el marco cultural heredado y, a su vez, influirán en la configuración del marco cultural de ma-

ñana. En la economía hay que tener presente tanto la decisión de consumo, que afecta a la demanda a corto plazo, como la decisión de inversión, que afecta a la producción a largo plazo. La conjunción de ambos tipos de decisiones exige enlazar diversos horizontes temporales, diversas estructuras sociales, y configura la idea marshalliana de oferta y de demanda que, conjuntamente, determinan el equilibrio dinámico de la economía.

Para Marshall, sólo en el seno de la empresa era posible la conexión entre el corto y el largo plazo, entre el proceso competitivo y el proceso productivo, entre la demanda y la oferta. La empresa no se limitaba a desempeñar una función pasiva, un instrumento al servicio del equilibrio general, como sucedía en el modelo de Walras, sino que resolvía los problemas que conectan las necesidades presentes con las soluciones futuras, lo cual exige unas especiales condiciones por parte de los empresarios.

La economía era un sistema compuesto de una multitud de pequeñas empresas que competían para satisfacer la demanda de los consumidores.

Cada una de ellas estaba dirigida por un hombre emprendedor e ingenioso que, a su propio riesgo, experimentaba continuamente las combinaciones de factores productivos que en un horizonte temporal le podían dar ventaja sobre sus competidores. Sólo mediante este modo de dividir la oferta entre pequeñas empresas se hacía posible mantener incentivos para la innovación y el cambio, superando el aletargamiento y la pasiva adherencia a los métodos rutinarios de hacer. A Marshall no le interesaba tanto el equilibrio como la marcha y el progreso de la sociedad, algo que sólo puede llevarse adelante mediante la iniciativa y la creatividad humanas.

Tenía Marshall una viva conciencia de la incompatibilidad existente entre competencia y eficiencia en la división del trabajo. Las empresas, buscando mayores beneficios, tienden a aumentar de tamaño y a lograr cuotas crecientes de mercado, poniendo en peligro la igualdad de poder imprescindible para mantener la competencia. Además, una vez que se han apoderado del mercado, pierden incentivo para la innovación y el cambio. Se

convierten en rígidas organizaciones burocráticas, que facilitan su toma de control por parte del Estado, contribuyendo a la implantación del socialismo. Siguiendo la larga tradición liberal británica, defendía Marshall la libre iniciativa de empresa como garantía de la libertad política.

Era necesario un diseño que compatibilizara la libertad de iniciativa personal con la eficiencia productiva. Inspirándose en Montesquieu, no trató de eliminar el poder de las empresas, sino de establecer un sistema de contrapesos que limitara unas a otras, que frenase el crecimiento del tamaño de cada una de ellas, que pusiera límite a su productividad.

Empleando la metáfora biológica, que tanto gustaba a Marshall, cada empresa se comportaba de modo parecido a como lo hace un individuo perteneciente a una población de una determinada especie. El equilibrio global de una población no era incompatible con la variación y el cambio en los individuos. Si bien un bosque se compone de un número grande pero más o menos estable de árboles, cada árbol concreto nace y muere, si-



guiendo su propio ciclo biológico. Puede ser grande o pequeño, viejo o joven, etc. Todos compiten por los mismos elementos nutrientes, y al mismo tiempo se favorecen mutuamente por procesos de simbiosis. Algo parecido sucedía en las “industrias”: todas las empresas pugnaban por una misma demanda y, al mismo tiempo, por el hecho de compartir un mismo mercado y una misma tecnología, se apoyaban mutuamente. Esta simbiosis toma la forma de lo que Marshall denominaba “economías de escala”, desarrolladas en el interior de las industrias, y que pueden afectar por igual a todas las empresas, o de modo desigual a cada una de ellas.

Como los árboles de un bosque, una empresa puede encontrarse en distinta fase del típico ciclo vital, teniendo además sus aspectos idiosincráticos, de tal modo que las economías de escala internas a la industria pueden afectarle de diferentes modos. La historia de un hombre concreto no puede confundirse con la historia de la humanidad, ni la historia de una empresa puede resumirse en la historia de toda la industria. Para Marshall

los precios vienen dados por el equilibrio del mercado, pero cada empresa, según la fase del ciclo vital en el que se encuentre y de sus aspectos propios, dispone de ventaja diferencial competitiva. Una holgura respecto de los costes productivos medios de la industria, propia e inseparable de cada empresa.

El análisis estático resultaba adecuado para el estudio de la “industria” a largo plazo, pero el estudio del comportamiento dinámico de la empresa individual a corto plazo debía situarse en un plano similar al de los organismos vivos, que evolucionan continuamente en un marco global de estabilidad. La idea era sugerente, pero el problema es que mientras el desarrollo de instrumentos para el análisis estático es relativamente sencillo, el desarrollo de instrumentos para el análisis dinámico resultó ser más complicado que lo que en un principio había pensado Marshall. Quizás, el recurso a la vaguedad propia de las metáforas biológicas para describir los aspectos dinámicos de su estudio de la empresa sea la causa de que, mientras el aspecto estático de su análisis, que él no consideraba el más importante, tuvo continuidad,

el análisis dinámico, que lo juzgaba esencial, pronto quedó en el olvido.

Siguiendo la tradición de Hume, Smith, Burke y muchos otros, Marshall sostenía que el funcionamiento de la economía de mercado dependía del progreso moral, del aumento de civilización. La competencia, entendida como un uso equilibrado del poder, era un medio excelente para la formación de las virtudes y el carácter, especialmente de los empresarios. Para Marshall el progreso consistía en que la razón vaya dominando el modo de crear y satisfacer las necesidades. La evolución social, historia del desarrollo de la libre empresa, consistía en la emancipación de la comunidad tradicional mediante la aplicación de la racionalidad instrumental a la acción económica. Capitalismo y libre empresa venían a ser una misma cosa: idea evolutiva y racionalista que no obstante le llevó a insistir en la función del empresario como protagonista de la economía.

El empresario, tal como lo entendía Marshall, desempeñaba una importante función en la configuración dinámica del orden social. La sociedad

comercial sólo sería viable si se apoyaba en virtudes heredadas de los ideales de la vieja caballería, en el prototipo de “gentleman” victoriano, con su manifiesto sentido de elitismo y liderazgo social. Ser empresario era otro modo de desempeñar una función social y de adquirir un carácter.

El empresario era, para Marshall, un determinado tipo de carácter. Probidad, honradez, seriedad comercial, orden y método en el trabajo. Está obligado a ser racional por un motivo ético utilitarista. El desarrollo progresivo de su carácter va unido a una economía individualista de libre empresa que se orienta al bienestar común. Debe consagrarse al servicio de ese ideal de racionalidad progresiva.

La similitud entre biología y economía tiene su raíz en la estructura de la división del trabajo que conlleva especialización y organización. La base de todo el proceso de creación de riqueza es la acumulación de conocimiento, que da forma y organización a los procesos sociales, potenciando la producción. Conocimiento y organización son, para Marshall, los factores esenciales de la producción y el desarrollo,

tanto de la economía, como del hombre mismo.

Mediante el conocimiento y la organización, la empresa se adapta de manera dinámica a las cambiantes condiciones del mercado, dando lugar a la aparición de nuevos productos, nuevos procesos o nuevas formas organizativas. Innovaciones y cambios que, según Marshall, dependen de la actitud de la persona que realiza el papel de líder en el seno de la empresa. La esencia de la función empresarial consiste en tomar ventaja de las oportunidades que se presentan al incrementar el beneficio. Requiere un tipo especial de personalidad que, con el ánimo de mantener la continua marcha de la empresa, es capaz de introducir novedad en un entorno estático. El éxito de una empresa depende de una personalidad de ese tipo, capaz de identificar la oportunidad en medio de la diversidad y de diseñar una organización que permita hacerla efectiva. Para Marshall, de un modo muy característico a la mentalidad de la época victoriana en la que le tocó vivir, el éxito de la empresa es inseparable de una determinada y vigorosa personali-

dad, de alguien singular e irrepetible.

399

La importancia de la función empresarial llevó a Marshall a destacar el aspecto idiosincrático del ciclo vital de la empresa. El éxito de una empresa depende no sólo de las oportunidades que existen en el mercado, sino, más importante todavía, de la realización de la función empresarial. La habilidad para competir, fijar el tamaño de la empresa y la diversidad de productos depende de la originalidad, versatilidad, poder de iniciativa, perseverancia, tacto y buena suerte de su creador e impulsor. Pero, como en todo lo biológico, siempre llega el momento en el que, como sucede con los árboles en el bosque, la función empresarial ligada a una persona decae; desaparece la fuerza vital que mantuvo el impulso inicial.

Los discípulos de Marshall, enfrentados con las ambigüedades que se ocultaban bajo las confusas metáforas biológicas del maestro, iniciaron un largo debate sobre lo que había querido decir. Debate, que acabaría dando lugar a una posición ecléctica, conocida como teoría neoclásica de la empresa, habitual en la mayoría de los

400

textos intermedios de microeconomía. Había que optar o por el rigor de la matemática, y construir la economía como una ciencia dura, como la física, que permite la predicción y el diseño, o mantenerse en la ambigüedad de una supuesta nueva ciencia, guiada por una matemática que estaba por descubrir. Deslumbrados por el prestigio del positivismo, se dedicaron a lo que Samuelson ha llamado la tarea de “depurar a Marshall”. Es decir, a suprimir lo más original y valioso, pero más difícil de entender, para dejar un modelo puramente matemático, fácil de manejar, pero mucho menos rico y sugerente.

---

### WEBER O LA RACIONALIDAD FRENTE AL CARISMA

---

LA TEORÍA de Weber sobre la progresiva racionalización de las organizaciones expresa su postura sobre las limitaciones de la explicación de la acción humana basada en modelos estáticos y cerrados. Ésta genera estructuras sociales rígidas, incapaces de explicar las causas del valor y de proponer nuevos fines. Se trata de un mero ins-

trumento específico orientado a la eficiencia en el logro de unos fines fijados de forma exógena. Esa primacía de la eficiencia y del control es la razón última de que las burocracias, bien sea el Estado o una empresa capitalista, sean incapaces de “dirigirse” a sí mismas, de descubrir nuevos fines y oportunidades. Ni saben, ni pueden separarse del fin para el que fueron diseñadas.

La conclusión de Weber es que sin la irracionalidad de una pasión, que las impulse y las dote de nuevos fines, las burocracias están destinadas, más pronto o más tarde, al colapso de su propia eficiencia. Para que eso no suceda, necesitan del “carisma”, ese soplo de vida llegado desde fuera, que impulsa nuevos modos de hacer. La tarea de crear valor, de llevar adelante la innovación es, pues, la esencia de eso que Weber llamaba “carisma”, algo situado más allá de las posibilidades de la racionalidad instrumental. En la medida en que una burocracia se hace más racional, mayor es su eficiencia en el logro de su fin específico, o lo que es lo mismo, mayor es la tendencia a seguir comportamientos rutinarios y sin imaginación. De

este modo, mayor es la necesidad de un nuevo carisma que la dote de nuevos fines y nueva vida. El problema es que la progresiva racionalidad de la burocracia la hace cada vez más resistente a la acción renovadora del carisma.

Según este esquema, no corresponde a los gerentes, ni a nadie en la empresa, plantear preguntas radicales sobre la innovación y la posibilidad de fines alternativos. El conflicto entre fines alternativos no puede ser racionalmente resuelto. Los valores se suponen creaciones humanas, y su justificación es puramente subjetiva. Cada conciencia humana es irrefutable. De tal modo que en el seno de las burocracias sólo queda el poder, la imposición de relaciones sociales manipuladoras. Nadie puede librarse de servir al poder. La autoridad burocrática no es otra cosa que el poder triunfante. Weber sigue al pie de la letra a Nietzsche, y ambos proporcionan la clave teórica del orden social positivista.

Como dice Macintyre, el gobernante weberiano se ve obligado a condicionar los móviles de los gobernados y asegurarse que se comporten según lo establecido. Debe

considerar los fines como algo exógeno, como situados más allá de su perspectiva. Su compromiso es sólo técnico, tiene que ver exclusivamente con la pura eficiencia. Ni puede ni debe entrar en el debate moral, que es sobre el sentido de los fines. Debe tener claro que su acción se restringe a dominios en los que el acuerdo racional es posible, es decir, al reino de la eficiencia, donde sólo hay soluciones únicas.

Si la racionalización impulsa el individualismo igualitario, condición básica del principio democrático, podría parecer que la democracia sería la forma ideal para el gobierno de la burocracia. Sin embargo, para Weber, democracia y burocracia son incompatibles. La democracia no es más que la racionalización del proceso de toma de decisión en el seno de grandes colectivos. Un proceso que no juzga sobre los fines objeto de esas decisiones. Mientras la burocracia se orienta al logro de la eficiencia del conjunto, y exige la implantación de normas y jerarquías, la democracia se orienta al logro de la igualdad en la toma de decisión, elimina toda clase de jerarquía que impida a los individuos el control de sus

decisiones. Son instrumentos al servicio de fines opuestos. Ni en el Estado, ni en el seno de la empresa capitalista, cabe democracia. Weber se opuso tanto al socialismo como a las empresas capitalistas de gran tamaño, ya que inexorablemente exigían la tiranía de unas elites cada vez más reducidas.

En las grandes empresas, enormes burocracias productivas, para que la producción a gran escala sea cada vez más eficiente, se hace necesaria una creciente racionalización, una fuerte individualización de sus miembros y, en consecuencia, una pérdida del “espíritu” y de vitalidad creativa de los inicios. Si buscando el espíritu de los orígenes se pretendiera dar mayor participación a los empleados, recurriendo a una toma de decisión democrática, ni tan siquiera se lograría mayor conciencia de participación, sino posiblemente todo lo contrario.

Las burocracias parecen estar destinadas a ser gobernadas por la dictadura de una minoría carismática, pero a su vez estas últimas se enfrentan con el problema del “despotismo burocrático”, o “dictadura

de los funcionarios”, que las hacen cada vez más ingobernables. La creciente racionalización convierte la toma de decisiones en un asunto “técnico”, algo que se rige por la lógica del sistema, y que corresponde a los “expertos” o “profesionales”. En el mundo empresarial, el “despotismo del sistema” se manifiesta en la tendencia de los llamados “ejecutivos” a irse apoderando progresivamente del gobierno real de las empresas. La burocratización tiende a ser eficiente no sólo en la generación de reglas y conductas, sino en la misma generación de decisiones, que se convierten en subproductos de esas reglas. Es decir, la propia dinámica burocrática genera una rutina de decisiones, que lleva a un crecimiento funcional, que acaba en metástasis que colapsan y destruyen la eficiencia.

No deja de ser paradójico que empresas progresivamente más grandes y eficientes sientan cada vez mayor necesidad de contar con empresarios carismáticos e innovadores, capaces de eliminar el “despotismo de las burocracias”, que es el cáncer que las destruye.

## SCHUMPETER O LA INNOVACIÓN DESTRUCTORA

**A**UNQUE declarado admirador del paradigma walrasiano, Schumpeter se había formado en la rica tradición historicista alemana. Conocía y admiraba la filosofía de Hegel, Marx y Nietzsche, la economía de Menger y la sociología de Weber. Esta multiplicidad de influencias puede explicar la tensión patente en su obra entre lo estático y lo dinámico, entre el equilibrio y el crecimiento, entre el economista y el empresario. Su objetivo era lograr una teoría económica que diera entrada a lo dinámico y a lo innovador en el paradigma walrasiano.

Para Schumpeter, la economía era un proceso evolutivo tendente al equilibrio, un flujo circular, no regular, pero estacionario. Si no hay innovación, ese flujo circular permanecerá estable, comportándose de modo perfectamente previsible. Todo está determinado por el contorno institucional establecido. El único modo de alterar esa tendencia al equilibrio es mediante la aparición de la innovación. Esa es la ra-

zón de la existencia del empresario, alterar la estabilidad del flujo, creando una ventaja momentánea, una oportunidad de conseguir beneficio. La innovación, una vez introducida en el seno del proceso circular, provoca la aparición de fuerzas de reacción que progresivamente van restaurando la estabilidad, y llevan a una nueva situación de flujo circular, configurada por un nuevo entorno institucional. La conducta gregaria de los que no son verdaderos empresarios, de los que se limitan a imitar y difundir la innovación, acabará por convertir lo novedoso en rutina y modo habitual de hacer. Existe, por tanto, en el seno de la economía schumpeteriana una tendencia a la imposición de los modos más eficientes de producir, que eliminaría las oportunidades de beneficio y llevaría al mínimo tipo de interés.

Según la visión de Schumpeter, el empresario se convierte en una especie de demiurgo del capitalismo. Su misión es agitar las aguas periódicamente, para mediante un proceso de “destrucción creadora”, hacer surgir continuos motivos para la inversión y el beneficio. El capitalismo es por naturale-

za una forma de cambio económico que nunca puede ser estacionario. Por eso hace falta un demiurgo encargado de golpear el cuerno de la abundancia para que vuelque nueva riqueza y progreso.

No se puede decir que el empresario schumpeteriano se ajuste a los requisitos del modo científico de obrar. No se apoya en lo que conoce, sino en lo que desconoce. Actúa como un ser excepcional, un artista o un mago, elegido de los dioses, que no necesita mirar a lo consolidado y repetitivo, a la vida vulgar y cotidiana, sino que se siente iluminado y llamado a enfrentarse con lo desconocido, apostando por un futuro que sólo él parece adivinar. Lo que cuenta es la audacia y la voluntad de poder, no el continuo análisis de los datos en un entorno que se supone perfectamente conocido. Desempeña un papel heroico que le hace destacar sobre los demás hombres. Lo suyo no es la competencia, actitud gregaria del hombre masa, de los que viven en la vulgaridad y carecen de la capacidad de innovar. La verdadera fuente del beneficio es para los elegidos de los dioses, para los que ven lo que todavía está oculto. Lo

que nadie puede todavía imitar. Una visión del empresario esencialmente elitista, antagónica de la masa colectivista, del mundo gris del mercado y los consumidores. Mientras el consumo tiende a la uniformidad, al aumento continuo de entropía, a la anulación de oportunidades, la producción, convertida en innovación, es la única que tiene capacidad para disminuir la entropía, creando singularidad y nuevas formas de hacer.

Contra lo que pensaba Walras, este empresario ni se preocupa de coordinar la producción bajo los requerimientos del equilibrio, ni de ajustarse a las exigencias de la competencia perfecta, sino que actúa como antagonista de la competencia y del equilibrio. Constituye una barrera que impide que las fuerzas del mercado lleven el sistema al equilibrio, donde sólo habría estancamiento. Ahora bien, al igual que la figura del “subastador walrasiano” carece de explicación racional, constituye un “deus ex machina”. ¿De dónde procede esa misteriosa capacidad de innovación?, ¿por qué sólo se tiene en cuenta la innovación beneficiosa, la que lleva a la mejora continua y no al



retroceso y al empobrecimiento?

Schumpeter no presta atención al verdadero trabajo humano, al realizado en común, al que requiere sociabilidad y da lugar a la organización y a la empresa. Sólo parece interesado en el empresario como individuo heroico, aislado y excepcional. Ni siquiera Schumpeter considera empresario a quien hace que la organización productiva funcione día a día, al administrador. Sólo lo es propiamente el que innova, el que por su propia genialidad es capaz de superar la rutina de su entorno. El administrador se limita a ganar su sueldo, mientras que el empresario gana el beneficio. La experiencia y el saber mandar nada tienen que ver con el beneficio. El empresario es tan sobrehumano, tan alejado de la rutina del directivo, que no tiene que enfrentarse con la pequeña incertidumbre de lo cotidiano, ni tan siquiera con el riesgo, ni mucho menos con la responsabilidad de organizar la producción, o de conseguir los recursos financieros. Lo suyo, lo que verdaderamente le caracteriza, es su capacidad para introducir la innovación benéfica y revolucionaria. Se

trata de un ser excepcional que sabe lo que hay que hacer y que destaca sobre una masa de consumidores que siguen una conducta gregaria de adaptación al medio. Toda la complejidad de la empresa queda reducida a la inexplicada innovación, que parece venida desde lo alto, sin apoyarse en la experiencia cotidiana. Schumpeter no se preocupa de las razones de existencia de la empresa. Ni siquiera se detiene a comentar lo peculiar de sus modos de organización y funcionamiento. En este sentido sigue siendo un walrasiano, que considera la empresa poco más que como una función de producción.

Detrás de este modelo de empresario está el individualismo romántico alemán. Está el modo de pensar de autores como von Humboldt, Novalis, Schlegel y Schleiermaier. El culto al genio desarrollado por Goethe. Es patente la adoración a la originalidad, a la autorrealización e irrepetibilidad de las grandes figuras que dirigen la marcha de la historia. Un modo de entender el individuo que contrasta con lo que Ernst Troelstch ha llamado individualismo "europeo occidental", en el que prima la

igualdad y lo vulgar. Un tipo de individualismo que los románticos despreciaban en lo más hondo de su corazón. Frente al individualismo utilitarista británico, que explicaba la sociedad como resultado no previsto de la acción de una multitud de individuos iguales e indistinguibles, el romanticismo alemán levantaba la figura de “una mente históricamente creativa que se hace presente en la tierra, a través de sus sucesivas encarnaciones en individualidades excepcionales”.

Schumpeter lleva al seno de la teoría económica el individualismo elitista del romanticismo alemán, como un modo de dar sentido y grandeza a ese modelo de sociedad de masas que se esconde en el diseño del equilibrio walrasiano, donde lo que importa es el individualismo democrático e igualitario. En la figura del empresario de Schumpeter se trasluce la rebelión y el desprecio de Nietzsche por la sociedad de masas. El hombre es para Nietzsche un animal sin acabar, que sólo puede entenderse como deseo de afirmación, como ambición de poder. Surgido del mundo animal, perdido el control de sus instintos,

convertido en una especie tensísima de animal, necesita continuamente probar, tentar y fallar. Si se le reprime, se debilita y se convierte en animal gregario y decadente, en un hombre masa. Si por el contrario se afirma su voluntad de poder, surgirá el superhombre, el artista genial, la innovación incesante, el verdadero hombre.

Frente al consumidor neoclásico, que representa la timidez del hombre masa, sometido a las exigencias de la totalidad, se levanta la figura del empresario innovador, el “Führer” que emerge vigorosamente de la masa y rompe con lo establecido. El ser excepcional que impone las nuevas condiciones que ha de seguir la totalidad. Una “personalidad que tiene en sí misma las reglas de su acción”, dotada de una especial resistencia interior y fortaleza psicológica, puede “triunfar sobre el resto”.

Ante la pregunta por el origen de este ser tan excepcional, responde Schumpeter, influido por el positivismo de Ernst Mach, que no es misión de la economía explicar, ni intentar una hermenéutica de la conducta de los agentes, sino simplemente describir. El em-

presario debía considerarse como un fenómeno exógeno a la economía. En cualquier caso, no pueden evitarse serias dudas sobre la racionalidad de este tipo de empresario: ¿qué racionalidad es aquella que se guía por motivos desconocidos que van más allá de los límites del conocimiento?

---

## HUMANISMO E INNOVACIÓN

---

**E**STE LIGERO repaso de las posturas de Marshall, Weber y Schumpeter, parece sugerir que la raíz de las dificultades de los modelos neoclásicos de crecimiento reside efectivamente en su incapacidad metodológica para afrontar la naturaleza esencialmente cultural de las causas del desarrollo económico. Sus mismos intentos de superación del problema ponen de manifiesto que la solución sólo puede proceder desde fuera de los esquemas racionalistas. No es la riqueza la que crea la cultura, sino exactamente al revés.

Ya desde los tiempos de Ricardo se conoce que lo que crea valor es la singularidad y la diferencia. Por tanto, las fuentes de valor, por su propia

naturaleza, pertenecen a lo singular y a lo idiosincrático, y no a lo universal ni a lo abstracto. Esa es la causa de que permanezcan invisibles a una visión positivista que pretende, en la pobreza de sus esquemas, haber agotado la riqueza del ser que se esconde en lo irrepetible de cada situación concreta.

Es un grave problema confundir la riqueza con su dimensión cuantitativa. Del mismo modo que Smith había acusado, injustamente, a los mercantilistas de confundir las riquezas con el “bullón”, cabría acusar a los nuevos modelos de desarrollo económico de no distinguir entre la causa y el efecto de las riquezas. Ya en el siglo XIV los humanistas italianos habían dicho que para que las repúblicas fuesen fuertes y permitiesen una vida verdaderamente humana y civil, era imprescindible poner en práctica políticas encaminadas a la participación, al compromiso de todos con los objetivos comunes. Lo que perseguían no era primariamente enriquecerse, sino lograr mejores ciudadanos y mejores personas. Es cierto que daban importancia a las riquezas de la ciudad y a los modos de incre-

mentarlas, pero sabían que esto era un efecto, no una causa. No buscaban la riqueza por la riqueza, sino que la consideraban una consecuencia natural de una mejor cultura política de los ciudadanos. Su objetivo principal era lograr un ideal de vida humana, gentes comprometidas con la tarea común de vivir en libertad. Sólo entonces, como efectivamente sucedió, la riqueza sería lo propio de la ciudad: una riqueza que por su origen era solidaria, surgida del servicio a un ideal común, sin desigualdades destructoras. Eran las obras propias de la virtud las que hacían posible la gloria y el bienestar de la ciudad.

Los humanistas entendían que el hombre no alcanza su perfección en el cerramiento de la reflexión racionalista, como diría Vico, en la “barbarie de la reflexión”, sino en la continua y serena aceptación del reto que plantea la inagotable riqueza de la realidad. La práctica de la prudencia, donde los hombres templan sus espíritus, donde descubren la riqueza de la singularidad y lo concreto, donde es necesaria la contemplación y el ingenio, es la fuente de la verdadera inno-

vación, la manifestación del hombre mismo.

Nada hay más alejado del concepto de desarrollo e innovación que el intento de la derivación racionalista de todo lo que existe a partir de un esquema rígido y prefijado. El pensamiento racionalista se muestra como una cadena de razones que se engancha al punto de partida, que pretende haber agotado la verdad. Todo se supone implícito en esa verdad inicial. Desde ese punto de vista la misma novedad vendría a ser sospechosa, en cuanto pondría en duda la suficiencia del punto de partida. El racionalismo se declara enemigo de todo humanismo que intente trascender el pensamiento formal, que quiera prestar atención a lo singular y a lo inesperado, a lo más propio del hombre. Para salvaguardar su carácter científico, el discurso racionalista se ve obligado a ser declaradamente inhumano.

Se convierte en monólogo, que ni siquiera admite la interrupción, pues como le sucede a Casandra, el racionalismo ha quedado incapacitado para entender las palabras comunes. Su rigor exige que nada sorprendente pueda ocurrir. En-

frentado con el mundo de la acción humana, como es el caso del crecimiento económico, sólo puede captar lo más burdo: la acumulación.

Por contraste, para el humanismo la invención es previa a toda demostración, el descubrimiento es anterior a la prueba y la innovación al desarrollo. Innovar no puede ser tarea de la deducción lógica, sino que es lo propio del ingenio. Esa grandiosa facultad humana capaz de descubrir la similitud en lo diverso, de percibir la universalidad que se esconde en la singularidad, de poner al descubierto la riqueza del ser que se oculta en las cosas más sencillas.

El ingenio se ahoga en el cerramiento de la reflexión lógica, sólo aparece cuando se sale al campo abierto de la plenitud de la acción humana, cuando no queda más remedio que buscar nuevas soluciones a nuevos problemas. El ingenio brota cuando se experimenta en toda su hondura el misterio de la alienación del hombre respecto de la naturaleza, cuando se vive la angustia de no disponer de pautas fijadas que señalen el modo de satisfacer unas necesidades siempre cambiantes. Por eso el ingenio

es lo específicamente humano, lo que surge del “misterio” de la naturaleza, o lo que es lo mismo, de su propio “misterio”. El acto radicalmente humano, la primera manifestación de ingenio, fue la decisión consciente de modificar la naturaleza, de darle un nuevo sentido. Sólo con su trabajo, puede el hombre dotar de sentido a la naturaleza y acercarse al misterio de su propia identidad.

En el ejercicio del ingenio vive el hombre la experiencia de un poder arrollador, de una misteriosa capacidad de trastornar la serena paz de la naturaleza, de darle un nuevo e inesperado sentido poniéndola al servicio de sus intereses y diseños. Con su trabajo, el hombre crea nuevas relaciones, un nuevo orden nunca perfecto y acabado, siempre diferente, siempre guiado por las luces que emanan de las cosas concretas, que brotan en el aquí y ahora. Un proceso que no deja de ser abstracto, pero que no es de naturaleza racional. Es dentro de la estructura ingeniosa del trabajo, y no dentro de la esfera del pensamiento racional, donde funciona originariamente el senti-

do común, donde aparece la innovación.

La vida del hombre es respuesta a la acuciante demanda del ser que se esconde y se revela en las cosas cotidianas y concretas. El mundo humano y la historia surgen como expresión del intento original de diálogo con el poder escondido del ser. Un poder siempre esquivo, que no deja de irrumper en la historicidad humana con formas nuevas e inagotables, que el hombre originariamente sólo puede captar en la palabra poética y fantástica.

El desarrollo y la innovación no admiten explicación racionalista, sería como pretender la cuadratura del círculo. A lo más que se puede aspirar desde el enfoque del racionalismo es a modelos históricos o estadísticos que describan a posteriori en qué ha consistido el desarrollo y la innovación. Las causas del desarrollo y la innovación pertenecen, por su propia naturaleza, al enfoque del humanismo. Algo que tiene que ver con el desarrollo de una virtud que los griegos llamaron *phronesis*, y los romanos *prudentia*, que permite elevarse

con facilidad desde lo particular y concreto a lo universal y abstracto. Es necesario recuperar el sentido común y la prudencia, que señalan al hombre lo que en cada momento necesita, y que son esenciales para la acción, pues lo particular y concreto nunca puede deducirse de premisas universales.

El sentido común tiene sus raíces en la actividad ingeniosa y fantástica, irradia espiritualidad humana, y es consecuencia de la experiencia fundamental de la ausencia de analogías o modelos entre las necesidades humanas y la naturaleza, y de la inevitable necesidad de buscarlas. El trabajo es el ámbito concreto y originario del sentido común. El mundo puramente racional naufraga, como lo sintió Weber, por falta de espiritualidad, o de lo que él llamaba carisma.

Puede que la “muchachetracia” vuelva a sonreír una vez más, y considere que todo esto no es más que poesía e imaginación. No me queda más remedio que darle la razón, pero su misma sonrisa me anima a quedarme al lado del ingenio.

Copyright of *Empresa y Humanismo* is the property of Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, S.A. and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.