

INTRODUCCIÓN

Este número de la Revista de Instituciones, Ideas y Mercados está focalizado en el estudio de la empresarialidad. Cuenta con cinco contribuciones sobre las cuales comentamos a continuación.

En primer lugar, Leonardo Ravier ofrece una crítica a la idea propuesta por Peter Klein y Nicolai Foss de articular una teoría de firma desde el “juicio empresarial” (judgment) vinculando de forma conciliatoria aportes de la Escuela Austriaca y de Chicago con el Neoinstitucionalismo, especialmente a través de autores como Frank Knight, Ronald Coase y Oliver Williamson.

Para el autor esta propuesta: “El principal error que cometen radica en no haber sabido interpretar correctamente a Israel Kirzner, ni haber sabido conciliar su verdadera idea del empresario puro con la del empresario capitalista de Rothbard. Cometten el error de asumir que sin capital no es posible la existencia del empresario (idea extraída de Knighth) por no haber tenido en cuenta la correcta interpretación que de dicha aparente oposición se consigue cuando se analiza desde la teoría de la distribución funcional de Mises, y que el propio Kirzner utiliza como modo de análisis de categorías catalácticas, para luego extraer dichas conclusiones y llevarlas al terreno firme de la realidad social de hombres de carne y hueso. Por tanto, consecuentemente, realizan una confrontación innecesaria entre la propuesta del judgment (juicio empresarial) y el alertness (perspicacia empresarial), dado que el segundo contiene esencialmente al primero en prácticamente todos sus postulados.”

El segundo aporte corresponde a Ernesto O’ Connor y Marcelo Resico, quienes analizan la problemática del empresario schumpeteriano frente al empresario rentista, distinguiendo el concepto de “riqueza” en una economía innovadora frente a la “extracción de rentas” en el rentismo, aplicándolo a la era digital.

La tercera contribución es una reseña de un libro de James R. Otteson, donde Juan Sebastián Landoni comenta sobre “negocios honorables” conectando la economía, con

la moral, la filosofía del derecho y la política. A saber, se define como “negocios honorables” a aquellos que “promueven la prosperidad general o, lo que es lo mismo, crean valor para los demás. Se deduce, como contrario, que son deshonorosos los negocios donde alguien se beneficia a expensas de los demás.”

Este número cierra con otros dos trabajos. Por un lado, Marcos Gallacher ofrece un análisis del potencial que tiene la elaboración de un trabajo monográfico de libre elección para el aprendizaje de alumnos de programas de MBA; por otro lado Silvana Evelin Zivelonghi nos comenta sobre “el proceso decisorio”, ofreciendo una perspectiva semiótica aplicada en las organizaciones.

Adrián Ravier

Editor