UNIVERSIDAD DE ALCALA DE HENARES

INSTITUTO DE DIRECCION Y ORGANIZACION DE EMPRESAS

PROF. DR. SANTIAGO GARCIA ECHEVARRIA

Working Papers nº 30

Título: El papel del empresario Schumpepèteriano hoy.

Autor: Horst Albach

Fecha: Mayo 1.984

AD DE ALCA

Doc 1-B-30

Universidad de Alcalá de Henares
Cátedra de Política Económica de la Empresa
Instituto de Dirección y Organización de Empresas
Alcalá de Henares

UNIVERSIDAD DE ALCALA
5900907782

Working Papers nº 30

Título: El papel del empresario Schumpepèteriano hoy.

Autor: Horst Albach

Fecha: Mayo 1.984

UNIVERSIDAD DE ALCALA DE HENARES
FACULTAD CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES
BIBLIOTECA

Responsable de Redacción:
Dr.Antonio Sainz Fuertes
Secretaria de Redacción:
Srta. Maria Luisa Blasco Laviña
Srta. Maria Luisa Rodríguez Frade

© Dr.Dr.Santiago Garcia Echevarria
Se prohibe la reproducción total o parcial por cualquier método del contenido de este trabajo sin previa autorización escrita.

EL PAPEL DEL EMPRESARIO SCHUMPITERIANO HOY

Por Horst Albach. Catedrático de Economía de la Empresa.
Universidad de Bonn.

I. Observaciones Preliminares

Puede que no sea un acto muy cortés empezar una conferencia conmemorando el cumpleaños de Schumpeter con una crítica a su concepto del "empresario dinámico". Pero, después de todo, la ciencia es una actividad social descortés, y yo quisiera proclamar de una manera básica que la cita de Spoerl: "Esto es un elogio al trabajo de Schumpeter, pero es bastante posible que él no se diera cuenta de ello", es también aplicable a mi artículo.

Acudir al "empresario schumpeteriano" es parte del repertorio corriente de la política económica y fiscal. Pero ya en 1929 Erwin von Beckerath, que iba a convertirse en el sucersor de Schumpeter en la Universidad de Bonn, había señalado que el empresario de Schumpeter era un "deus ex machina" (1). Es, por lo tanto, bastante sorprendente que el paradigma se esté produciendo hoy de nuevo como justificación de las medidas de política económica en la situación económica actual.

El redescubrimiento del "empresario dinámico" como el "deus ex machina" que va a resolver todos nuestros problemas económicos requiere un análisis más profundo de esta figura.

Esto se hará aquí en tres partes:

- En primer lugar, un exámen de los que Schumpeter quiso decir realmente al utilizar el término "empresario pionero",
- en segundo lugar, un reconocimiento del juicio crítico a la imagen Schumpeteriana del empresario y,
- en tercer lugar, un desarrollo del argumento de que lo que importa a la política económica no es el empresario dinámico

(1) Von Beckerath, 1929, pág. 537. El intento de Prodohl de socavar el concepto de que el empresario de Schumpeter es un "deus ex machina" no es sostenible, porque Schumpeter puede que haya establecido posteriormente una relación empírica entre la innovación y el desarrollo económico, pero no explicó el proceso de la emergencia de la innovación. Cf. Predohl, 1964, pág. 312.

solo sino una combinación dinámica del empresario, sus trabajadores, consumidores y políticos.

II. El Empresario Dinámico.

1. El Empresario Dinámico en la Teoría de Schumpeter sobre el Desarrollo Económico.

Para Schumpeter la esencia de la función empresarial era"el reconocimiento y la ejecución de nuevas posibilidades en los negocios" (Schumpeter, 1928, pág. 483). El dividió la función empresarial en cinco categorias (loc. cit.) (2).

1. La producción y el desarrollo de productos nuevos o nuevas calidades de producto.
2. La introducción de nuevos métodos de producción.
3. La creación de nuevas organizaciones industriales.
4. La apertura de nuevos mercados de ventas.
5. La apertura de nuevas fuentes de suministros.

Generalmente el empresario Schumpeteriano ejercitaba estas funciones de una manera bastante diferente a la actual. Podemos ver esto si echamos una mirada más profunda a su imagen. Estas son las cualidades que forman al empresario según Schumpeter entendía el concepto:

1. " Es un trepador típico y sin tradición ... un revolucionario en los negocios y también un pionero involuntario en revoluciones sociales y políticas; sus contemporáneos no lo admiten en el momento que da un paso adelante de modo que a menudo no es aceptado incluso entre los empresarios tradicionales" (Scumpeter, 1934, pág. 130).
2. " Está impulsado por la necesidad de entrar en acción, el deleite del trabajo independiente y creativo, pero no se encuentra motivado por el deseo de satisfacer necesidades" (3).

---

(2) Cf. también Rexhausen, 1960, pág. 14

(3) Schumpeter, 1934, primera edición , pág. 145, cuarta ed pág. 138.

3. No decide en función de los costes marginales y los beneficios (4).

4. En sus decisiones, él no contrapone los riesgos a las oportunidades. "Es esa clase de tipo que menosprecia el equilibrio hedonista y no contempla con temor los riesgos implicados (5).

5. No estudia cuidadosamente todas las combinaciones alternativas, porque entonces "nunca llegaría a actuar"; por el contrario, toma las decisiones correctas inconscientemente (6).

6. Utiliza el 100% de los fondos ajenos (7).

7. Vence todas las dificultades externas, que son muchas, porque "el trabajador se resiste a los métodos nuevos, el consumidor a los productos nuevos y la opinión pública a formas nuevas de empresa, igual que hacen las autoridades, la ley y los acreedores"(8).

8. Este tipo de empresario no es ni una profesión ni un estado permanente; es un "comportamiento que puede observarse de vez en cuando en un pequeño porcentaje de individuos" (9).

---

(4) Ibid., primera edición, págs. 145,150,cuarta edición, pág.135

(5) Ibid., primera edición, pág. 163, cuarta edición, pág. 125.

(6) Ibid., primera edición, pág. 177. La cuarta edición es bastante má cautelosa. "Aquí el éxito depende enteramente del 'reflejo', de la habilidad para ver las cosas de una forma que demuestra más tarde su valor, si no se pueden dar al principio razones para ello" (pág. 125).

(7) Ibid., primera edición, pág. 208, cuarta edición, pág. 104.

(8) Ibid., 1928, pág. 483; 1934 primera edición, pág. 152; cuarta edición, págs. 118, 126.

(9) Ibid., 1934, cuarta edición, págs. 116, 121.

2. Juicio crítico del Empresario de Schumpeter.

Es dudoso si algún empresario moderno se reconocería a si mismo en la imagen schumpeteriana del pionero o no. En efecto, la legislación ya no permite una clase de tipo del cual el mismo Schumpeter dijo: "Los resultados de su frustración y la cuestión de que todos aquellos que dependen de él pierdan sus pensiones para la vejez no le afecta" (10).

Pero,claramente, tales figuras ejercitaban una gran fascinación en su sociedad contemporánea. Schumpeter dijo de ellas: " Sus actos son los más grandiosos, una cosa brillante que la vida comercial puede ofrecer al observador, y cualquier explicación estática o hedonista parecerá completamente miserable a su lado. Noventa y nueve observadores imparciales de cada 100 admitirán esto sin vacilación, incluso si nos abstenemos de mencionar nombres"(11).Ernst Kretschmer, en su famoso libro "Korperbau und Charakter" no vaciló en mencionar nombres: "Del grupo de grandes organizadores y técnicos podemos tomar - como ejemplo al gran ingeniero e inventor Werner von Siemens, una cabeza magnífica con una nariz muy curvada y amplias facciones de cara ancha.

Un conquistador, lleno de valor, alegria de vivir y coraja,desinteresado,masculino y elástico. El es un creador, vertiendo planes e ideas nuevas con precipitada abundancia, casí hasta el punto de fragmentación; un importante industrial moderno con sentido comercial, arrojado e imaginativo. Sin una fortuna heredada que le ayudara, él conquistó el mundo " en un vuelo casi vertiginoso", creando importantes empresas en Rusia y en ultramar, casi de la nada. Una personalidad esencialmente jovial, poderosa, un gran optimista, honrado, orgulloso, con coraje y totalmente falto de sentimentalismo" (12).

Emil du Bois-Reymond experimentó también espasmos de deleite cuando presentó a Werner von Siemens en la Academia de Ciencias Prusiana en 1874 (Du Bois-Reymond, 1956, pág. 281): "ahora eres el dueño de un mundo que tú creaste. Tu líneas telegráficas rodean la tierra. Tus barcos a vapor con telégrafo coronan el océano. Bajo

---

(10) Ibid., 1934, primera edición, pág. 163.

(11) Ibid., 1934, primera edición, pág. 138.

(12) Citado en Moths y von Heselberg, 1978, pág. 30

las tiendas de campaña de los nómadas con sus arcos y flechas cuyas grandes praderas están atravesadas por tus mensajes, tu nombre se - pronuncia con fervor superticioso". Además del orgullo nacional - "lo que la ciencia alemana y la industria alemana puede conseguir"- viene la admiración la admiración hacia el hombre que"ha escalado las alturas, un principe de la ciencia, sosteniendo en sus manos los hilos de innumerables combinaciones con cien planes que pasan por su cabeza".

Podemos considerar que estos himnos de elogio eran más la expresión de la exuberancia de la época que una reflexión sobria sobre la naturaleza del empresario del siglo XIX. Pués no podemos olvidar que la imagen del empresario en aquella época no estaba formada solamente por hombres como Werner von Siemens y Robert Bosch, que formularon el principio "es mejor perder dinero que la confianza de nuestros clientes", sino también por hombres como Jim Fisk, quién contuvo su impetu ante un grupo de accionistas furiosos engañados con el lacónico comentario "todo se ha perdido menos el honor" (13).

Se puede ver una carta del Presidente del Consejo de Administración de Mannesmann AG Eich al Presidente de su Consejo de supervisión, Steinthal, del 12.12.1918 (Strandmann, 1978, pág. 146) como - se consideraba criticamente a los empresarios dinámicos, incluso en la época en que Schumpeter los describía: "La industria Renania-Wesfalia se ha caracterizado hasta ahora, yo diría, por hombres como - Kirdorf, Thyssen y Stinnes. Nacieron para mandar y sus comienzos industriales se produjeron en un período de tiempo que debería ser visto como favorable; ellos ciertamente han entendido bien como utilizar su enorme influencia pero no de forma tal que sugestionase la representación de los intereses de sus trabajadores". Cuatro años antes Eich había escrito a Steinthal: "Los viejos capitanes de la industria no han podido todavía reponerse al hecho de que durante los últimos 20 años la vieja servidumbre que dominaba también la industria haya cedido a una situación en la que los trabajadores puedan tener su propia opinión. Esa industria se ha desarrollado ejemplarmente bajo las nuevas condiciones, en otras palabras, que les haya ido mejor

(13) Boyd, 1972, pág. 160 f., sobre Jim Fisk véase también Kirkland, 1951, pág. 365.

o peor es algo que estos caballeros descuidaron completamente" (Strandmann, 1978, pág. 132).

De esta forma, la imagen del empresario pionero de Schumpeter no era correcta ni siquiera cuando él la dibujo (14). Es ciertamente correcto que los empresarios tienen que estar obsesionados por su trabajo y que necesitan un fervor misionero para convencer a los clientes potenciales e inicialmente reservados - de que sus nuevas ideas merecen la pena. La intensidad con que - hacen esto no es inferior hoy a la que existía en el siglo XIX. Se ha dicho de Robert Wood, Presidente de Sears & Roebuck hasta 1954, que era tan vehemente en las discusiones comerciales que se metía caramelos en la boca y se olvidaba de quitarles el papel y de hecho se masticaba los cigarrillos en lugar de encenderlos (Ways, 1979, pág. 45). Tal vehemencia es todavía hoy uno de los pilares de las compañías sobresalientes, tal como han mostrado Peters and Waterman (15) . Pero eso no afecta al juicio crítico de la imagen de Schumpeter. Rexhausen lo ha reunido en análisis cuidadoso (Rexhausen, 1960, pág. 33) lo recoge en estas palabras: "El desarrollo económico no toma simplemente la forma de las nuevas combinaciones que se establecen. Algunas veces en alguna parte estas tienen que aceptarse, y sino se aceptan ninguna "fuerza" resultará - suficiente. No habrá ni empresario, ni empresa con éxito ni desarrollo económico". De modo que no es solamente el empresario dinámico el que constituye un requisito previo para el desarrollo, - o este es mi argumento - sino la combinación del empresario, el personal y el entorno. El mismo Schumpeter no desconocía esto totalmente, como podemos ver en una observación en la primera edición de su "Teoría del desarrollo económico".

---

(14) Véase también Streissler, E.,: Viena y el papel del crédito en la innovación del Schumpeter, en: Frisch, H. (ed.): Schumpeterian Economics, Eastbourne y Nueva York 1981, pág. 60 especialmente en pág. 66: "Así aunque la glorificación del hombre de negocios, del empresario creativo, es corriente que vaya en contra del valor social en Viena de Schumpeter, aparentemente no iba en contra de la tradción académica en política económica de la Universidad de Viena".

(15) Peters, Th.J., y Robert H.Watermann, Jr. En busca de la excelencia, Nueva York 1982.

" Ciertamente incluso el hombre de acción tiene que avenirse con cualquier circunstancia específica dada e igualmente cierta, él solamente puede hacer esto si el momento es oportuno. Por supuesto que con esto yo no quiero decir que él pueda establecer el último alto horno de una economía dirigida por tribus nómadas" (pág. 152). Pero Schumpeter no dedicó mucha atención a las condiciones bajo las cuales el empresario pionero pueda esperar despertar la demanda latente con su nuevo producto y satisfacer ésta (16). Esa es la razón para el punto de vista escorzado del empresario dinámico en la discusión de la política Económica actual.

III. La combinación innovadora.

1. Condiciones sociales para las Empresas Innovadoras.

La investigación comercial moderna dedica una atención especial a las condiciones sociales bajo las cuales pueden surgir las empresas innovadoras (17). Aquí podemos señalar cuatro condiciones principales:

1. Un consenso básico sobre las funciones de la empresa en la economía.
2. Un incentivo suficiente para que un número adecuado de miembros de la sociedad se dedique a los negocios.
3. Un poder adquisitivo suficiente por parte de los clientes innovadores e imitadores.
4. Bastantes políticos dinámicos.

ad. 1. El consenso básico.

La necesidad de un consenso básico en la sociedad ha sido la preocupación especial de aquellos autores que afirman que, firmes en la tradición de Max Weber, han analizado la sociedad industrial moderna. Entre los más importantes están Müller-Armack, Heuss y McClelland (18).

---

(16) Véase también Dürr, 1977, pág. 107.

(17) Véase también Kamien y Schwarz, 1975, pág. 1

Si una sociedad otorga altos valores a la independencia y a los logros, los empresarios dinámicos han de surgir probablemente ya sea directamente o a través de la educación de los niños. Biucchi habla de un"consensus populi" en Suiza que produjo"estas figuras notables del fondo cultural y económico de la época" (Biucchi, 1972, pág. 16). Tal como han monstrado las estadísticas, este consenso básico parecería haber crecido de nuevo en la República Federal en los últimos años (Noelle-Neumann, 1976). Entre Mayo de 1965 y Junio de 1976 ha aumentado muy considerablemente la parte de aquellos que creen que el empresario no solamente aporta una gran responsabilidad sino que también posee una gran riqueza de ideas y un pensamiento progresista de largo alcance. El consenso es obviamente mucho más grande de lo que sospechan los empresarios mismos, todavía conmocionados por la ola de rechazo de principios de la década de los setenta.

Pero en opinión del Consejo de Expertos Económicos la "cantidad de coraje empresarial y consenso social necesario para un alto nivel de empleo" no era suficientemente grande en Junio 1976 (Sachverstandigenrat, 1976, fig. 283).

ad. 2. <u>El incentivo para la actividad empresarial</u>.

Decir que se necesite un incentivo adecuado para motivar a bastante gente en una sociedad para que se dediquen a actividades comerciales constituye una perogrullada. Es más díficil contestar a la pregunta sobre lo que es un incentivo adecuado. El Consejo de Expertos Económicos mide esto por el número de empresas nuevas que se estén creando y por la manera como casi todos los inversores "tengan sus espaldas bien resguardadas" (Sachverstandigenrat, 1977, fig. 281 y 309).

El mismo Schumpeter ha comparado los incentivos que deben ofrecerse al empresario dinámico con un juego: " El juego no se parece tanto a la ruleta como al poker ... Premios extraordinarios, mucho mayores de lo que se necesitan en realidad para estimular un logro especial, recaen sobre una pequeña minoría de felices ganadores, y esto estimula a la gran mayoría de empresarios a una actividad mucho mayor de lo que podría una distribución más igual y "más justa"

(18) Véase Dürr, 1977, pág. 105 ff.

(Rexhausen, 1960, pág. 49).

Nuestra sociedad no parece ofrecer esta condición y podemos señalar dos razones. En primer lugar, se pueden aceptar grandes desigualdades en la distribución de las quinielas de futbol o loterias, pero en lo que se refiere a la distribución de las - rentas las grandes ganancias de los pioneros parecen ser a menudo inaceptables tanto por la masa trabajadora como para la Comisión Federal de Monopolios. Por otro lado, sin embargo, las oportunidades de poder desarrollar un producto nuevo y con éxito no son mucho mayores que las de ganar en las quinielas de futbol: "La oportunidad de conseguir un número correcto nos lleva más bien a la ciencia médica" dijo Adolf Jann en 1978 en una entrevista (19). El lo puso en uno contra diez mil, y Buchel da la misma cifra (Buchel, 1979, pág. 2). Deberíamos añadir que hoy se tardan 10 años desde el momento en que esta puede ofrecerse (como medicamento) en el mercado. "Si hace 10 años era suficiente una documentación de entre 200 y 500 páginas, ahora se necesita una columna de entre uno y cuatro metros de alto, sin contar las copias que tienen que hacerse. Eso es solamente para registrar el producto en la República Federal" (loc, cit.). Bajo estas condiciones sociales, la innovación ya no es el resultado de la imaginación y de la fuerza de un empresario, es un proceso extremadamente largo, cansado y extremadamente caro, necesitándose de un detallado planteamiento de medios y una coordinación cuidadosa de mucha gente y muchos organismos diferentes.

ad. 3. Los clientes innovadores.

No se carece de la tercera condición, el poder adquisitivo por parte de los clientes innovadores e imitadores, en la República Federal (20). Hay más bien carencia de demanda innovadora

---

(19) Reflections of a Corporate Autocrat, International Management.

(20) Von Hayek sólo vió esta condición al justificar los ingresos altos con su función económica de probar productos nuevos. La ecuación de ingresos altos y una gran disposición para experimentar no es , sin embargo, justificable. El poder adquisitivo es una condición necesaria pero no una condición adecuada para un comprador innovador. Cf. von Hayek, 1952-3, pág. 508, pág. 19, 1968.

para probar productos nuevos o para estimular el desarrollo de nuevos productos y procedimientos. Pero es de importancia decisiva para que tenga éxito el empresario Schumpeteriano que él encuentre una demanda innovadora para aceptar el nuevo producto. Esto pone en marcha un proceso de imitación por parte de felices compradores que soportan menos riesgo, lo cual ayuda a establecer el producto nuevo en el mercado.

Podemos encontrar un buen ejemplo del cliente innovador en el Canciller Bismarck. En el año 1887 Wilhelm Maiback fué arrestado porque ignoraba una prohibición y utilizó una barca con un motor de gasolina Daimler-Benz en el Meno durante las regatas de Frankfurt. Las autoridades justificaron la prohibición argumentando que una barca llena de gasolina estaría expuesta a explotar y esto produciría perturbaciones en las fiestas (Rathke, 1953, pág. 140). Un año después Bismarck encargó una embarcación similar para su recreo en el lago Friedrichsruhe. Después de esto se creó la embarcación a motor y empezó su progreso triunfal.

Por lo que se refiere al hormigón armado, fueron los clientes industriales del sector privado y no el sector público quienes crearon la demanda innovadora. Un especialista de la construcción (del sector público) había reaccionado airadamente en 1903: "No mencionarme esa reciente estafa, el hormigón armado". Pero entre los años 1905 y 1908 el nuevo producto se hizo cada vez más popular en la industria "porque los compradores aquí demostraron estar más dispuestos a aceptar innovaciones" (V.Klass, 1965, pág. 38). Ejemplos notables de tales compradores innovadores fueron la fábrica Zeiss en Jena y la fábrica Opel en Russelsheim, cuyo edificio de 1906 utilizó el procedimiento nuevo. Desgraciadamente ya no se puede sostener la dinámica que resultaba la demanda innovadora que ayudó a Thalysia Edelformer a principios de este siglo. Paul Garms, un empresario del tipo Schumpeteriano, hizo publicidad del nuevo producto anunciado "No os opongais a la victoria alemana en ropa de señora". La consecuencia natural del rechazo de elementos extranjeros nos trae este feliz desarrollo de un producto para eliminar los efectos ruinosos de la moda francesa en corsetería, que ha hecho que la belleza pura y natural no produzca ningún daño a la salud, sin imitar los modelos franceses. Thalysia-Edelformer ha sido ampliamente conocido y patentado desde hace mucho tiempo. Nuestro modelo noble no tiene encajes, no

dificulta la respiración o la libertad de movimiento, no es tan incomoda de llevar o tan endemoniadamente caro como el corset de Paris. Ni es tan sin forma como estos, sino que arropa incluso la figura más fuerte dando unas formas alemanas tiernas y gentilmente naturales".

ad. 4. Políticos dinámicos.

La cuarta condición para el éxito del empresario innovador es, finalmente, que encuentre políticos que acepten las nuevas combinaciones y que estén preparados para crear las condiciones legales y políticas necesarias para su establecimiento en el mercado. Schumpeter era aquí demasiado parcial y solamente vió la resistencia que podían poner los políticos con la que tenían que combatir el empresario pionero. El más bien pasa por alto el hecho de que la expansión de la empresa comercial en el siglo XIX fué no menos debida a la actitud positiva por parte de los gobernantes territoriales. Pero no debe pasar inadvertido que la creación y establecimiento del comercio libre a principios del siglo XIX y la eliminación de la necesidad de concesiones en la segunda mitad del siglo crearon requisitos políticos esenciales previos para el surgimiento y desarrollo del empresario dinámico.

La combinación dinámica de empresarios y políticos en el siglo XIX puede ilustrarse con una amplia gama de casos. Tomemos tan sólo un caso de aquel ambiente en el cual el estado aparece ahora más bien como un departamento supervisor que como un político dinámico: seguros. Friedrich Adolph Bruggemann, de quién se dijo que "él convirtió la Aachener und Muncher Feuer-Versicherungs-Gesellschaft, que él dirigió, en una de las principales compañías de seguros alemanas" (Koch, 1968, pág. 265), fué nombrado por el fundador de la compañía, David Hansemann, como agente porque él "podía continuar con su negocio de seguros en el ayuntamiento además de sus actividades como funcionario público". Posteriormente, Bruggemann consiguió establecer su empresa en Baviera así como en Prusia. En el real decreto sobre establecimiento del 10.2.824, el Rey Ludwig I señaló que "hacía tiempo que se esforzaba como soberano de su pueblo para adquirir para ellos tal compañía de seguros; sin embargo, hasta ahora no ha habido ni fondos para una institución estatal ni interés suficiente por parte de promotores privados". Ahora los deseos del soberano se habían encontrado y se habían cambiado con el espíritu de empresa de Bruggemann, y el resultado fué un éxito sin precedentes para la compañía.

Hoy día tales combinaciones dinámicas del sector privado y la política son quizás todavía más importantes, pero son más escasas. A veces incluso tiene uno la impresión de que son los dinámicos consejeros municipales quienes hacen buen uso de las empresas para crear combinaciones nuevas y lograr sus objetivos en la política municipal. La importancia del político municipal dinámico en combinación con el empresario dinámico parecería haber recibido realmente demasiada poca atención hasta ahora y no se ha valorado suficientemente en relación con la política económica. La resistencia a la abolición del impuesto sobre las nóminas en las áreas municipales afectadas podía tomarse como una indicación del hecho de que los políticos municipales dinámicos se oponen severamente a cualquier restricción a su libertad empresarial, en este caso a su autonomía financiera. Los que piden el empresario dinámico no deberían descuidar al político municipal dinámico.

2. La Empresa Innovadora.

2.1. Características de la Empresa Innovadora.

Estas cuatro condiciones son la base sobre la que puede florecer la moderna empresa innovadora. Pero esta tiene características bastante diferentes de las del empresario Schumpeteriano, tal como puede verse en los 7 puntos siguientes:

1. Cuando mejor establecida está una empresa y más éxito ha tenido en el pasado, más fuerte son sus esfuerzos de innovación. Solamente las grandes empresas están activas constantemente en cuanto a la innovación. (Kamien y Schwartz, 1975, pág. 16 ss.)
2. Los procesos de innovación están dirigidos por el mercado. Esto puede hacerse o directamente por medio de la presión de la competencia, como ocurre en su mayor parte en las empresas más pequeñas (la innovación a través del empuje de la demanda), o puede ser a través del reconocimiento de las oportunidades del mercado y de una búsqueda sistemática de innovación (la innovación a través de la presión de la oferta) (Albach, 1972, pág. 11 f.).
3. Una identificación clara de la necesidad de requisito previo importante para el éxito del proceso de innovación (21).

---

(21) Kamien y Schwartz, 1975, pág. 11. Mensch se refiere al efecto de los contactos externos en la innovación creciente, 1979, pág. 74

4. La decisión sobre los proyectos de innovación continúa sobre la base de análisis comerciales detallados. Los cálculos de costes del proyecto y de la dirección del proyecto basados en la acción paralizadora de los reglamentos son para asegurar que el beneficio marginal que se espera del proyecto exceda sus costes marginales.

5. La empresa innovadora no está obsesionada por el riesgo, pero lo calcula muy cuidadosamente. En los últimos años se han desarrollado muchos métodos para realizar esto. Kocka, sobre la base de exámenes históricos detallados, llega a la conclusión de que "es posible que la prontitud en la innovación se incremente en la dirección de empresas importantes - una contradicción directa de los vaticinios inflexibles de Schumpeter de aumentar la rigidez y debilitar la dinámica de las grandes empresas modernas burócratizadas" (Kocka, 1978, pág. 581).

6. Especialmente las empresas de investigación e innovación estudian de forma intensiva todas las combinaciones posibles alternativas muy cuidadosamente. Se utilizan computadoras y un gran arsenal de métodos para estimular la creatividad para asegurar que se consideran todas las posibilidades y que no se descuida ninguna en el proceso innovador.

7. Es solamente el capital de lo que se dispone para la investigación y el desarrollo. Cuando le preguntaron porque sus empresas solamente financiaban desarrollos futuros con sus propios fondos, Jann contestó: "como sabes, yo solía ser un banquero; así que no hay necesidad de sorprenderse si digo que no quiero depender de los bancos". La mayoria de las compañías ni siquiera tienen elección. No tienen acceso al crédito bancario para financiar la innovación. Los medios adecuados de autofinanciación son decisivos para el proceso de innovación.

De aquí que la moderna empresa innovadora se diferencie en todos los aspectos de la imagen del empresario dinámico dibujada por Schumpeter. El clamor en favor del "empresario Schumpeteriano" en la actividad comercial se debe tanto al punto de vista nostálgico de las condiciones sociales del siglo XIX como a la falta de conocimiento de los procesos innovadores de una empresa moderna.

Las empresas de hoy han fundado formas de organización que ven la innovación como una tarea continua y así organizan el cambio a través de la innovación en lugar de dejarlo a las interacciones causales del empresario de Schumpeter. Sin embargo, algunos son más innovadores que otros y algunos tienen más éxito en la innovación que otros. A continuación, trataré de identificar las clases de los empresarios Schumpeterianos de hoy.

2.2. La nueva clase de empresarios de Schumpeter.

Parece difícil en estos tiempos de estancamiento de identificar fuentes de dinamismo. Sin embargo, el Institut fur Mittelstandsforschung realizó un análsis de 300 pequeñas y medianas empresas en Baden-Wurttemberg y Baviera (22). La muestra se ha incrementado actualmente a 600 empresas en el Norte de Alemania. Debe mencionarse que no se exige a las empresas más pequeñas que publiquen estados financieros. Por lo tanto, tal análisis debe de realizarse por medio de cuestionarios. El porcentaje de respuestas fué ligeramente superior al 10% en este informe. Para más detalles véase Albach, Bock,Warnke:Kritische Wachstumsschwellen in der Unternehmensentwicklung, Bonn 1983.

El cuadro 1 da algunos datos sobre los estados financieros de las firmas comerciales de la muestra.

Es interesante observar que las únicas compañías que aumentaron el empleo durante los últimos 5 años fueron las compañías cuyo tamaño oscilaba entre 750 y 1.249 empleados. Sin embargo, no solamente aumentaron el número de empleados sino que también fortalecieron la base de su capital. Mientras que todas las otras compañías presentaban un notable descenso en sus beneficios totales, las compañías de este tamaño mantienen sus beneficios constantes, lo que les ayuda a conservar una alta tasa de crecimiento del activo fijo, mientras que al mismo tiempo consolidan la estructura de su capital. El total de préstamos a largo plazo disminuyó durante los últimos 5 años.

Si uno pide las razones de este éxito notable en un período de baja total, uno se encuentra conducido por la hipótesis de Schumpeter para apreciar el comportamiento innovador de estas empresas. Según muestra el cuadro 2 estas firmas presentan, en efecto, una tasa notable de gastos de investigación y desarrollo por empleado. Su gasto relativo de investigación y desarrollo parece ser considerablemente superior al de las más pequeñas así como al de las compañías mayores.

(22) Albach, H.,; Bock,K.,; Warnke, Th.,: Kritische Wachstumsschwellen in der Unternehmensentwicklung - Ihre inner - und uberbetrieblichen Einflussfaktoren. Forschungsprojekt im Auftrage des Bundesministers fur Wirtschaft, Bonn, 1983, pág. 131 ss.

Cuadro 1: Tasas de Crecimiento Medio en Porcentaje según el tamaño de la Empresa (1978-1982)

Tasa de Crecimiento de ...	Todas las Compañías	Empresas con .... Empleados						
		Menos de 190	190-219	220-249	250-499	500-749	750-1.249	1.250 y más
Número de Empleados	0,6	- 3,7	- 1,7	- 1,4	- 0,2	- 0,9	+ 1,5	- 0,3
Capital invertido	5,9	6,0	4,5	7,5	6,4	5,5	5,4	5,1
Capital	5,0	4,8	2,7	3,6	3,1	2,2	10,0	4,9
Préstamos a Largo Plazo	4,5	- 6,2	- 6,8	+ 17,0	5,7	12,3	- 0,5	2,0
Ventas	6,5	4,1	6,6	5,2	7,0	5,4	7,6	7,9
Activo Fijo	5,2	5,2	1,1	8,3	6,1	1,8	7,0	3,3
Inversiones anuales en la Planta y Equipos.	4,5	- 3,8	1,1	4,2	8,4	- 4,0	6,2	4,0
Depreciación	6,2	5,2	- 0,1	5,5	7,0	4,5	8,3	6,7
Beneficios	- 1,7	12,1	13,6	-20,8	- 4,5	- 4,5	0,0	-17,0

Cuadro 2: Indicadores de los esfuerzos innovadores

Empresas con ... Empleados	Gastos de Investigación y Desarrollo (R&D) por empleado					Gastos de Investigación y desarrollo como un porcentaje de las ventas					Gastos de Marketing		Gastos de Investigación y desarrollo y de Marketing como porcentajes de ventas	
	1978	1979	1980	1981	1982	1978	1979	1980	1981	1982	1978	1982	1978	1982
menos de 190	665	786	922	1396	1209	0,96	1,04	1,04	1,71	1,34	7,66	4,55	8,62	5,89
190-219	603	854	924	1104	1112	0,79	0,94	0,90	1,04	1,10	1,24	1,12	2,03	2,22
220-249	846	1165	1233	1350	1517	0,93	1,12	1,13	1,17	1,08	0,98	1,47	1,91	2,53
250-749	1268	1393	1523	1583	3485*	1,50	1,52	1,59	1,58	----*	2,04	1,98	3,54	3,56**
750-1249	2101	2119	2267	2362	2591	2,35	2,32	2,35	2,31	2,22	2,33	2,29	4,68	4,51
1249 y más	1698	1942	2032	2160	2130	2,32	2,54	2,39	2,36	2,62	0,94	1,04	3,26	3,66

* No se dan cifras por errores de fecha.
** La suma de las cifras de 1981 y 1982

Por supuesto, si se mira el gasto de investigación y desarrollo como un porcentaje de las ventas totales, el cuadro cambia un poco en las firmas comerciales más grandes que gastan una proporción ligeramente mayor de las ventas totales en investigación y desarrollo. Sin embargo, la investigación y el desarrollo es solamente la cruz de la moneda innovadora. La cara de la moneda es el marketing. Conlleva un esfuerzo de marketing al introducir los resultados de la investigación y el desarrollo en el mercado. Y aquí obtenemos la indicación clara de que las empresas que se encuentran , por su tamaño, en el grupo de 750 a 1.249 empleados, ponen mucho más enfásis en el marketing que las más pequeñas o las mayores. Así que si utilizamos la suma de los gastos de investigación y desarrollo y los gastos de marketing como un indicador del esfuerzo innovador total, observamos que las empresas cuyo número de empleados se encuentra entre 750 y 1.249 gastan una proporción mucho mayor en innovación que cualquier otra empresa de otro tamaño de Alemania.

Por lo tanto, termino diciendo que tenemos que mirar en profundidad las empresas de este tamaño como fuente de la dinámica de Schumpeter en este período de cambio estructural de Alemania.

Estas compañías también planean ser dinámicas en el futuro. Mientras que todas las compañías, sin tener en cuenta su tamaño, planean mejorar la situación de los beneficios, las firmas con el tamaño de 750 a 1.249 empleados planean conseguir este objetivo aumentando su capacidad de producción. Ciertamente que esto está en la línea con sus objetivos de aumentar las ventas pero es interesante ver que un aumento en las ventas no se ve, evidentemente, como una consecuencia de quitar participación en el mercado a la competencia. La importancia del objetivo de aumentar la participación en el mercado ocupa una posición relativamente baja, en vista de la importancia dada a este objetivo por firmas de otro tamaño. Esto parece corroborar nuestra conclusión previa de que la dinámica de estas empresas resulta de los esfuerzos innovadores de estas firmas de crear mercados nuevos y de expansión, más que de desbancar a la competencia.

2.3. ¿ Apoyo financiero estatal a las empresas de Schumpeter ?.

El dinamismo de estas firmas no parece depender de si obtienen apoyo financiero del Estado o no. La proporción de firmas comerciales, en el grupo de este tamaño, que están subvencionadas con prés-

Cuadro 3: La importancia de los objetivos empresariales en los próximos cinco años

Objetivos Empresariales (1)	Empresas con ..... Empleados						
	menos de 190	190-219	220-249	250-499	500-749	750-1249	1250 y más
Mejora de los beneficios	23 (2) 100 (3)	20 95,2	25 96,2	110 97,7	23 88,4	26 89,7	20 100
Aumento de la capacidad de la planta	6 26,1	5 23,8	3 13,0	31 27,2	13 48,1	13 48,1	7 36,8
Crecimiento de las ventas	21 95,9	17 81,0	21 84,0	104 91,2	27 93,1	27 93,1	19 95
Aumento de la participación del mercado	23 100	18 85,7	22 91,7	100 88,5	23 82,1	23 82,1	19 95
Reducir a un tamaño viable	5 25,0	9 42,9	9 37,5	18 16,5	4 18,2	4 18,2	4 22,2

(1) Importantes y muy importantes combinaciones.
(2) Número de empresas.
(3) En porcentaje verticalmente (el tamaño de la muestra es diferentes para los distintos objetivos)

Cuadro 4: Subvenciones Estatales a Empresas Privadas
1978 - 1982

	Empresas con ..... Empleados							
	menos de 190	190 - 219	220 - 249	250 - 499	500 - 749	750 - 1249	1250 y más	Total
Empresas con Ayuda Estatal	10 (1) 45,5 (2)	15 75,0	15 55,6	73 63,5	15 57,7	17 58,6	14 70,0	159
Empresas sin Ayuda Estatal	12 54,5	5 25,0	12 44,4	42 36,5	11 42,3	12 41,4	6 30,0	100
Total	22	20	27	115	26	29	20	259

UNIVERSIDAD DE ALCALA DE HENARES
BIBLIOTECA

Cuadro 5: Tipo de la Ayuda Financiera del Gobierno

Tipo de Ayuda	Empresas con ..... Empleados							
	menos de 190	190 - 219	220 - 249	250 -499	500 - 749	750 - 1249	más de 1250	Total
Créditos para Inversiones	7 70,0	9 60,0	10 66,7	40 65,8	6 40,0	11 64,7	8 57,1	91
Concesiones de R&D (INvestigación y desarrollo	3 30,0	9 60,0	9 60,0	39 53,4	10 66,7	11 64,7	9 64,3	90
Subvenciones para Protección Ambiental	1 10,0	1 6,7	1 6,7	14 19,2	7 46,7	7 41,2	8 57,1	39
Subvenciones para la Ubicación de Plantas	- -	2 13,3	2 13,3	6 8,2	1 6,7	3 17,7	- -	14
Ayuda para la financiación de la Exportación	- -	2 13,3	2 13,3	5 6,8	- -	- -	2 14,3	11
Total	10	15	15	73	15	17	14	159

Cuadro 6: Cantidad de Ayuda Financiera por Empleado

Empresas con ... Empleados	En Marcos alemanes
menos de 190	7,171
190 - 219	7,223
220 - 249	6,884
250 - 499	3,483
500 - 749	3,764
750 - 1249	3,809
más de 1.250	2,493
Total	4,316

tamos o subvenciones del gobierno es casi igual a la proporción de la muestra global.

El cuadro 4 muestra el alcance de la implicación del estado en la financiación de las empresas examinadas en nuestro análisis.

El cuadro 5 muestra un desglose de las subvenciones a las empresas medianas según el tipo de ayuda.

El alcance de la ayuda financiera concedida a las empresas no es despreciable. Incluso si no todas las subvenciones son concedidas permanentemente, pero tienen que reembolsarse bajo ciertas condiciones, la cantidad concedida a estas empresas muestra la implicación del estado en la dirección de empresas particulares. El cuadro 6 muestra las cantidades que la firma comercial recibe por empleado, según el tamaño de la misma.

Ciertamente, yo no pretendo alegar que tal implicación del gobierno es un corolario necesario para la combinación dinámica de las firmas comerciales, el estado y los clientes que he invocado anteriormente. De hecho hay demasiada ayuda para los "invitados pasivos", pero inadecuando las firmas comerciales que actuan con un vigor innovador.

Si miramos más atentamente el tipo de ayuda concedido a la clase de firmas que he intentado identificar como fuente de dinamismo, observamos que la gran mayoria de estas firmas han recibido apoyo financiero en forma de préstamos a bajo interés para fabricar nuevas producciones, a través de los medios del Programa de Recuperación Europeo, administrado por Kreditanstalt fur Wiederaufbau, y que una gran parte de estas empresas han hecho uso de las subvenciones para investigación y desarrollo administradas por el Arbeitsgemeinschaft Industrieller Forschungsinstitute en nombre del gobierno. Por lo tanto, estas subvenciones son más bien otra expresión del dinamismo de estas empresas y pueden considerarse como una indicación de la combinación innovadora que considero que es una condición necesaria para superar nuestros problemas económicos actuales.

IV. Observaciones finales.

En un medio ambiente de un promedio alto de impuestos e impuestos marginales y de reglamentación estatal en casi todos los campos comerciales, el empresario de Schumpeter es un fenómeno muy claramente diferente de lo que Schumpeter denominó el empresario dinámico.

Resulta, por lo tanto, algo ingenuo para mi modo de pensar el buscar el empresario dinámico de Schumpeter sólo como la panacea de todas nuestras calamidades económicas. Ciertamente, los descubrimientos empíricos presentados aquí indican que hay esperanza. Las firmas comerciales de hoy día parecen haber encontrado una nueva forma de dinamismo: aceptan el apoyo del gobierno en sus esfuerzos de investigación y desarrollo y para inversiones en la planta industrial y equipos como un apalancamiento y aceptan gustosos apoyo financiero para una nueva ubicación de la planta, siempre que la capacidad de la expansión exija el traslado a un nuevo emplazamiento. Parece que han encontrado una combinación próspera y dinámica de empresas, estado y autoridades municipales. Se necesita un análisis posterior y más detallado de las empresas con el fin de corroborar esta tesis.

Sin embargo, mantengo, al concluir, que el "empresario Schumpeteriano" es un concepto histórico, una abreviación bastante confusa de lo que sería una política llena de significado para mejorar las condiciones de producción, inversión y crecimiento de las empresas en la situación económica actual. Tiene poco en común con lo que Schumpeter describió como el empresario dinámico. La abreviación ha llevado a muchos conceptos falsos. Para la política económica actual lo que importa no es el empresario dinámico sino la combinación dinámica de empresario, político, trabajadores y consumidores. Las medidas para estimular nuevos productos y procesos dentro del marco de la política económica son efectivas solamente si se considera el interés de los políticos municipales y si el ambiente comercial es tal que se puede esperar que los productos nuevos sean aceptados; también es necesario para una empresa el poder afrontar de una forma organizada el conflicto de intereses dentro de la empresa. Si no se puede encontrar un equilibrio en el desarrollo de los tres factores: consenso social, tasa de innovación del producto y tasa de desarrollo organizativo, las medidas unilaterales, tales como los programas de inversión para estimular la demanda, la limitación salarial para estimular al empresario a invertir o los programas innovadores con incentivo para disminuir los riesgos, conseguirán muy poco. En los que nos tenemos que esforzar es en la combinación dinámica en la que las empresas de hoy día estén preparadas para aceptar riesgos para hacer frente a los cambios estructurales y para crear nuevos puestos de trabajo.

Se deduce de nuestros descubrimientos empíricos que se ha podido llevar a cabo esta combinación con éxito en aquellas empresas cuyo número de empleados está entre 750 y 1.249. Parece importante, también llevar a cabo completamente esta combinación, el eliminar barreras de otras compañías.

BIBLIOGRAFIA

ALBACH, H., (1972), Fusionskontrolle und Preisbildung von Unternehmen, en: Bartholomeyzcik H. y otros (ed.) Beiträge zum Wirtschaftsrecht, Festschrift for Heinz Kaufmann's 65 th.cumpleaños. Cologne-Marienburg, pág. 1-12.

BECKERATH, E., (1962), Einige Bemerkungen zu Schumpeter Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung. Schmöllers Jahrbuch 53, 1929, págs. 537-555 reproducido en: Lybkeus: Gestalten und Probleme aus Wirtschaft und Politik. Tübingen.

BOYD, J., (1972), Men of distinction, en: Heilbronner R.L. (ed.): In the name of Profit. Garden City, New York, págs.154-219.

BIUCCHI, B.M., (1972), Schweizerische Tetilunternehmen im Zeitalter der industriellen Revolution 1800-1830, en: Blumle, E.B.,Fleck F. (eds.): Festgabe fur Professor Dr.Josef Schwarzfischer zu seinem 70, Geburtstag. Freiburg (Sw., pág. 1 ss.)

BUCHEL, K.H., (1979), Investitionen in die Zukunft, Bayer Berichte 41, pág. 27 ss.

DU BOIS-REYMOND, E., (1956), Erwiderung auf die Antrittrede von Werner von Siemens, en: von der Leyen, F. (ed.): Das Buch Deutscher Reden und Rufe. Passau, págs. 279-282.

DURR, E., (1977), Wachstumspolitik. Berna, Stuttgart.

INTERNATIONAL MANAGEMENT, Reflections of a Corporate Autocrat, Septiembre 1978, pág. 15, aquí 17.

KAMIEN, M.I., SCHWARTZ, N.L., (1975), Market Structure and Innovation: A survey. Journal of Economic Literature 13, págs. 1-37.

KLASS,G.V., (1965), Weit spannt sich der Bogen 1865-1965. Die Geschichte der Bauunternehmung Dyckerhoff und Wiedmann. Wiesbaden.

KOCH, P., (1968), Pioniere des Versicherungsgedankens. Wiesbaden, 1.968

KOCKA, J., (1978), Entrepreneurs and Managers in German Industrialisation, en: Matthias,P., Postan,M.M. (eds.), The Cambridge Economic History of Europe, vol.VII,pág. 492-589.

NOELLE-NEUMANN, E.,(18 y 22 Noviembre 1976), Das Unternehmerbild 1976. Frankfurter Allgemeine Zeitung. Blick durch die Wirtschaft.

PETERS, T.J., Waterman,R.H.Jr. (1982), En Search of Excellence, New York.

PREDOHL, A., (1964), Bemerkungen zu E.V. Beckeraths Gedanken zu Schumpeters Theorie der Wirtschaftlichen Entwicklung, en:Kloten, N., y otros (eds.),Systeme und Methoden in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften. Erwin von Beckerath zum 75. Geburtstag. Tubingen, págs. 313-333.

REXHAUSEN, F., (1960), Der Unternehmer und die wirtschaftliche Entwicklung. Berlin.

RATHKE, K., (1953), Wilhelm Maibach, Friedrichshafen.

Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung: Zeit zum Investieren, Annual Report 1976/77, Stuttgart, Mainz; ib.:Mehr Wachstum, mehr Beschäftigung. Annual Report 1977/78. Stuttgart, Mainz.

SCHUMPETER, J.A., (1928), Unternehmer , artículo en: Handwörterbuch der Staatswissenschaften , 4ª Edición, vol. VIII, Jena, págs. 476-487.

SCHUMPETER, J.A., Der Unternehmer in der Volkswirtschaft Von heute, en:Harms, B., (ed.), Strukturwandlungen in der deutschen Volkswirtschaft, vol. 1 Berlin, 1929; ib.: Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung, Berlin 1934, reproducción 1952.

STRANDMANN, P.V., (1978), Unternehmenspolitik und Unternemhensfürhung. Dusseldorf, Viena.

STREISSLER, E., (1981), Schumpeter's Vienna and the role of credit in innovation, en: Frisch, H., (ed.). Schumpeterian Economics, Eastbourne, New York.

WAYS, M., (1979), The Hall of Fame for business leadership. Fortune, May.

WORKING PAPERS (Serie Roja)

1.	A.SAINZ FUERTES	Análisis sobre la programación dinámica de la producción. Método de cálculo de variaciones. Enero 1982.
2.	A.SAINZ FUERTES	La planificación temporal en la cuantificación del Capital de trabajo. Febrero 1982.
3.	A.SAINZ FUERTES	Tratamiento de la información en la empresa: conceptos y vocabulario informático. Marzo 1982.
4.	M.SANTESMASES MESTRE	El juego de empresa MSM-01. Abril 1982.
5.	A.SAINZ FUERTES	Síntesis de la organización empresarial. Abril 1982.
6.	A.SAINZ FUERTES	La empresa comercial: algunos conceptos y elementos de cálculo. Mayo 1982.
7.	A.SAINZ FUERTES	La empresa agrícola-ganadera: un acercamiento al análisis, programación y control de actividades. Mayo 1982.
8.	A.SAINZ FUERTES	La información y control: estudio teórico de aplicación al sistema de producción. Junio 1982.
9.	A.SAINZ FUERTES	Estudio de viabilidad económica de una red de distribución de energía: Análisis de rentabilidad. Julio 1982.
10.	A.SAINZ FUERTES S.CRUZ GONZALEZ	El sistema financiero: política financiero versus dimensión empresarial. Agosto 1982.
11.	S.GARCIA ECHEVARRIA A.SAINZ FUERTES	Política Retributiva y Política Universitaria. Febrero 1983.
12.	S.GARCIA ECHEVARRIA	Memoria de Actividades de la Cátedra de Política Económica de la Empresa y del Instituto de Dirección y Organización de Empresas. Mayo 1983.
13.	S.GARCIA ECHEVARRIA	Planes de estudio de las Facultades de Ciencias Económicas y Empresariales. (En preparación).

14.	S.GARCIA ECHEVARRIA E.RECIO FIGUERAS	Política Económica y coyuntural: hacia una nueva orientación. Abril 1983.
15.	S.GARCIA ECHEVARRIA	Política de subvenciones (la inspección financiera en el sector mixto de la economía). Mayo 1983.
16.	R.LESSING, H.GROEGER, E.SCHMIDT OFFHAUS	Dirección estratégica de la empresa. Una aproximación práctica. Junio 1983.
17.	E.GORGENS	Proteccionismo no menos sino más paro: es el precio de una visión a corto plazo. Junio 1983.
18.	H.ALBACH	Acotaciones al Consejo Económico y Social en España. Julio 1983.
19.	CONSEJO ASESOR DEL MINISTERIO FEDERAL DE ECONOMIA DE LA RFA.	¿Se puede disminuir el paro mediante una reducción del tiempo de trabajo?. Julio 1983.
20.	S.GARCIA ECHEVARRIA	Reconversión industrial. (Causas y vías para la reconversión industrial). Septiembre 1983.
21.	S.GARCIA ECHEVARRIA	Exigencias de una organización universitaria moderna. Noviembre 1983.
22.	M.MARTINEZ MARTINEZ	Casos prácticos de Política Económica de la Empresa. (I) Planificación y Objetivos. Octubre 1983.
23.	A.SAINZ FUERTES M.L.BLASCO LAVIÑA	Evolución de las tarifas energéticas durante el período 1976-1982. Febrero 1984.
24.	CATEDRA DE POLITICA EC.DE LA EMPRESA.	Memoria de Actividades. Curso 1.982-1983. Marzo 1984.
25.	INSTITUTO DE DIRECCION Y ORGANIZACION DE EMPRESAS.	Memoria de Actividades. Curso 1982-83. Marzo 1984.
26.	S.GARCIA ECHEVARRIA	Política de clases medias empresariales. Mayo 1.984

27.	S.GARCIA ECHEVARRIA	Posibilidades y límites de una organización descentralizada de la actividad estatal. Abril 1.984
28.	S.GARCIA ECHEVARRIA A.SAINZ FUERTES	Política Retributiva y Política Universitaria. Abril 1.984
29.	O.GRAFF VON LAMBSDORFF	Liberalismo y Economía de Mercado. Mayo 1.984
30.	H.ALBACH	El papel del empresario Schumpeteriano hoy. Mayo 1.984

UNIVERSIDAD DE ALCALA DE HENARES
BIBLIOTECA