

*Coase, Schumpeter y las bases pro monopólicas de la estrategia managerial**

Coase, Schumpeter and the pro-monopoly economic foundations of managerial strategy

Fernando Francisco Mas**

RESUMEN

El origen del ímpetu monopólico en el discurso managerial de esta época, orientado según el principio de competitividad, debe rastrearse genealógicamente en las lecturas que se derivan de los trabajos de dos economistas de principios del siglo XX: Ronald Coase y Joseph Schumpeter. Este artículo recurre a una crítica socio-historia de las principales teorías microeconómicas del siglo pasado para explicar la actual justificación ética del monopolio en el campo del management estratégico. Con esto se busca ampliar y completar el estudio foucaultiano de la microeconomía neoliberal como racionalidad, aquella que hace de la competencia su principio central reflexivo. Desde mediados del siglo pasado una serie de acontecimientos y reformulaciones en el campo teórico de la economía y el management dieron lugar al principio de la competitividad estratégica de las empresas, que tomó distancia del principio de la competencia económica de los mercados. Así, a diferencia de la competencia del neoliberalismo temprano estudiado por Michel Foucault a fines de los años 1970, la competitividad estará fundamentada por la microeconomía tardía y el management estratégico que emergió en la década de 1980. Estas teorías son más afines con el fenómeno monopólico que con la competencia perfecta, cuyas bases se remontan a una relectura de los aportes coasianos y schumpeterianos en esta dirección.

Palabras clave: Coase, Schumpeter, monopolio, management.

* Este artículo se desprende de una investigación más amplia expuesta en la tesis doctoral inédita *Management, estrategia y subjetividad. La competitividad como conducción de vida* (Mas, 2020), Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, Argentina.

** Docente e investigador en la Universidad del Aconcagua. Becario postdoctoral en el Instituto de Ciencias Humanas, Sociales y Ambientales (INCHUSA), CONICET CCT Mendoza.

ABSTRACT

The origin of the monopoly impulse in the managerial discourse of our time, which is oriented according to the principle of competitiveness, must be traced genealogically in the readings derived from the works of two economists of the early 20th century: Ronald Coase and Joseph Schumpeter. This article resorts to a critical socio-history of the main microeconomic theories of the last century to explain the current "ethical justification" of monopoly in the field of strategic management. It seeks to expand and complete the Foucauldian study of neoliberal microeconomics as rationality, which makes competition its central reflexive principle. Since the middle of the last century, however, a series of developments and reformulations in the theoretical field of economics and management have given rise to the principle of the strategic competitiveness of companies, which distanced itself from the principle of economic competition in the markets. Thus, unlike the competition of "early neo-liberalism" studied by Michel Foucault in the late 1970s, competitiveness will be grounded in late microeconomics and strategic management that emerged in the 1980s. These theories will be more akin to the monopolistic phenomenon than to perfect competition, the foundations of which can be traced back to a re-reading of Coasian and Schumpeterian contributions in this direction.

Keywords: Coase, Schumpeter, Monopoly, Genealogy, Management

Fecha de recepción: 31 de julio de 2022

Fecha de aceptación: 7 de marzo de 2023

Introducción

Una gran parte de los estudios sociológicos actuales que entienden al neoliberalismo como racionalidad o lógica -de vida- hacen pie en la investigación de Michel Foucault de fines de la década de 1970, en su curso en el *Collège de France, Nacimiento de la Biopolítica* (NBP). Según el filósofo francés las discusiones teóricas de la microeconomía del siglo XX giraron en torno a cómo generar, estimular y garantizar la competencia. El estudio de Foucault, a tal fin, se concentró en los postulados del ordoliberalismo alemán. Los ordoliberales, como todo el neoliberalismo temprano de la primera mitad del siglo pasado, tuvieron una clara posición antimonopolio.

La microeconomía norteamericana, dejada de lado por Foucault para estudiar la acción de la competencia, también se metodizó desde el principio competitivo y asumió una posición similar a la de sus pares

alemanes. Desde la década de 1930, la escuela de Harvard dominaba la escena en el campo económico e influía en las interpretaciones que la justicia hacía de la ley *antitrust* para evaluar el fenómeno monopolístico. No obstante, a mediados del siglo XX la escuela de Harvard fue destinataria de fuertes cuestionamientos por parte de la escuela de Chicago sobre cómo abordar las situaciones de concentración de un mercado en el país del norte.

Harvard y Chicago son corrientes del campo de conocimiento económico conocido como Organización Industrial (OI). Esta rama microeconómica se ha dedicado a estudiar los elementos de estructura, comportamiento y desempeño de un mercado o industria, considerada ésta como el conjunto de oferentes de bienes o servicios similares. A raíz de ello, la OI ha facilitado conocimiento sobre cómo el Estado debe o no recurrir a ciertos instrumentos para actuar sobre dichos elementos, con miras de promover y conservar industrias competitivas.

La escuela de Harvard, al interior de este enfoque, presentó una cara más intervencionista con los mercados de competencia imperfecta, mientras que la corriente de la Universidad de Chicago ofreció argumentos más condescendientes y liberales. De esta manera, mientras Harvard destinaba su vigilancia a condiciones -ventajas- estructurales como las barreras de entrada a una industria, para Chicago esto no era conveniente. La escuela de Chicago tampoco justificaba que los tribunales estadounidenses dedujeran comportamientos anticompetitivos de las empresas según la disposición estructural de la industria. Así, Chicago sugería evaluar el monopolio desde la *rule of reason* o regla de la razón -según la eficiencia- y no desde los comportamientos *per se*, como solía interpretarse desde las teorías económicas de la escuela de Harvard.

La escuela de Chicago se impuso en la esfera económica y jurídica de los Estados Unidos desde la década de 1980, con un neoliberalismo tardío caracterizado por una mayor retirada del Estado en temas de defensa de la competencia. Cabe preguntarse qué pasó con la escuela de Harvard desde esa época. Si bien en la actualidad suele recuperarse para asumir posiciones económico jurídicas eclécticas, la universidad de Harvard tuvo mayor presencia en otro campo: el management de empresas. Michael Porter, doctor en economía empresarial y discípulo de los autores de la escuela de Harvard, en los años 1980 popularizó en todo el mundo los elementos de estudio de sus colegas economistas para darles un nuevo enfoque, estratégico y *managerial*. A fines del siglo XX, los estudios tempranos de la microeconomía neoliberal

norteamericana se *divulgaron globalmente* desde otra esfera, la de la gestión estratégica empresarial.

De esta manera, a diferencia de sus pares economistas, componentes de la estructura de un mercado que desde el punto de vista económico eran penalizados, como las barreras de entrada, para Porter constituían una fuente de ventaja competitiva. Así también, por ejemplo, el grado de diferenciación que podía alcanzar una empresa no era motivo de preocupación para la defensa de la competencia, sino, por el contrario, una estrategia ofensiva y defensiva a desplegar. La estrategia porteriana y de la competitividad viene a complementar, complejizar y discutir con la tradición del *management* que sólo hacía foco en el crecimiento de las empresas, las economías de escala y el aumento de la participación del mercado.

Por esto mismo, Michael Porter no era, ni es, un defensor del monopolio, aun cuando en sus producciones teóricas exista un despliegue teórico enfocado en vencer a las otras empresas. Tampoco lo son los autores de la escuela de Chicago, quienes simplemente se muestran escépticos de su existencia y, en el caso de que se produzca, este debe ser evaluado desde el punto de vista de sus eficiencias versus sus costos para la sociedad.

Sin embargo, las interpretaciones *manageriales* contemporáneas sobre competitividad y los mayores permisos económico-jurídicos para que una empresa controle un mercado han permitido que el *leitmotiv* de propietarios y *managers* sea el monopolio. Los saberes relacionados con la competitividad se han visto asentados sobre las bases éticas de la misma historia del *management*, pero también de aquellas que provienen de la economía del siglo XX. Estos saberes empresariales estimulan conductas que se dirigen hacia la definición de mercados de competencia imperfecta.

Esto mismo puede rastrearse, desde un punto de vista sociológico, desde la década de 1950 en los trabajos de economistas como George J. Stigler, o de abogados como Richard Posner, de la escuela de Chicago, cuando aquí se aborde lo ya anunciado sobre la regla de la razón. Al mismo tiempo, ciertos aportes de la primera mitad del siglo XX de Ronald Coase en la misma universidad de Chicago y los del austríaco Joseph Schumpeter, quien también estuvo en la universidad de Harvard, colaboraron con justificaciones para el monopolio, el crecimiento y el fortalecimiento estratégico *managerial* contemporáneo.

Este artículo despliega un análisis genealógico -ir al pasado para entender el presente- que se concentra, finalmente, en exponer estos argumentos económicos del siglo XX. Que ciertas bases económicas del siglo pasado sirvan para pensar las conexiones éticas actuales entre el monopolio y el *management* estratégico, con el fin de completar y ampliar el estudio foucaultiano sobre el neoliberalismo.

Estrategia de negocios y concentración de mercado

Williams Davies (2014) en su libro de *The Limits of Neoliberalism* sostiene que el objetivo último de la competitividad es el monopolio. El concepto de competitividad -*competitiveness*- tuvo su origen para pensar la economía de un país a fines de los años 1970, al interior de lo que hoy se conoce como Foro Económico Mundial. La noción fue acuñada por el estadounidense Michael Porter, famoso *gurú* del *management* y considerado el padre de la estrategia empresarial contemporánea. Si bien Porter utilizó la noción para pensar, por medio de índices, las ventajas -de corte empresarial- de un país sobre otro, el concepto rápidamente se coló en el *ethos managerial* de la época. Desde la década de 1980 a la actualidad, se habla de la competitividad de un país, de una empresa, de un producto, de una marca o de una persona (Anca, 2012).

En la región latinoamericana y en el todo el mundo, el conocimiento *managerial* tiene una clara impronta norteamericana (Gantman y Fernández Rodríguez, 2008; Carlotto, 2021). Los aportes teóricos de la administración y el marketing de empresas fueron racionalizados y divulgados desde los Estados Unidos al resto del mundo. En la década de 1980 el *management* estratégico ya se consolidaba como el paradigma actual y hegemónico para pensar los negocios (Knights y Morgan, 1991). Esto, en gran medida, gracias al aporte de Michael Porter, quien se volvió mundialmente famoso con la publicación de dos libros, el primero en 1980, *Estrategia Competitiva* y el segundo en 1985, *Ventaja Competitiva* (Porter, 1998 [1980]; 1985). En Argentina para esa época, por ejemplo, Alberto Levy (1981; 1983) fue el encargado de popularizar rápidamente el conocimiento estratégico en las universidades, escuelas de negocios y entre los ejecutivos de grandes empresas.

Así, Alberto Levy, en su libro de 1983 -también- titulado *Estrategia Competitiva*, dedicó todo un capítulo a la competitividad, reelaborando y complejizando varios de los aportes de Porter expuestos tres años antes. En él, el autor comentaba: “en los capítulos precedentes hemos

hecho numerosas referencias al concepto de competitividad. En este capítulo hemos de ampliar nuestra propuesta [al respecto]” (Levy, 1983: 145).

Ya en el año 1985, como se ha dicho, Porter publicó *Ventaja Competitiva -Competitive Advantage-* y para Levy, Alvesson y Willmott:

[En] *Competitive Advantage* (1985), [Porter] intenta explicar cómo una empresa puede construir activamente barreras de mercado y mantener estructuras monopolísticas. Tal vez esté justificado que Microsoft [a fines de la década de 1990] haya argumentado, en defensa a la demanda que se lo acusaba de la formación de un *trust* -monopolio-, que sólo seguía los preceptos de una buena estrategia empresarial (Levy, Alvesson y Willmott, 2013: 95, traducción propia).

Se puede entender a la *competitividad -competitiveness- estratégica* como la capacidad para *aventajar* a otro competidor -empresa, país, sujeto- (Mas, 2021a) y, para Porter (1985), la *ventaja competitiva* tiene que sostenerse de manera constante. Williams Davies (2014) comenta que la competitividad es lo que iguala al comienzo a todos los contrincantes pero que, a su vez, es lo que genera la desigualdad durante la partida o juego -competitivo-. Para brindar más precisión al estudio de Levy, Alvesson y Willmott (2013) y el señalamiento de la posición monopólica de la obra de Porter, puede decirse que el autor ya venía estudiando, antes de *Ventaja Competitiva*, elementos como barreras de entrada, diferenciación y otros, para generar estrategias empresariales defensivas y ofensivas. Esto fue en virtud de la influencia recibida por la Universidad de Harvard (Mas, 2021b). A continuación se avanzará en este punto.

La escuela de Harvard y Michael Porter

A comienzos de la década de 1970, Porter realizó un doctorado en economía empresarial en la Universidad de Harvard, bajo la dirección Richard E. Caves. Caves había comenzado su carrera académica a fines de los años 1950 en Berkeley, Universidad de California. Allí, Caves trabajó junto a uno de los referentes de la escuela microeconómica de Harvard, Joe S. Bain, con quien realizó tareas de investigación. Bain, cuya tesis doctoral fue dirigida por Joseph Schumpeter en la misma Universidad de Harvard, fue uno de los máximos exponentes de esta corriente de la Organización Industrial, junto con otros autores como Edward Mason (Springer Nature, 2018; Coloma, 2005). Joe Bain se

encargó de teorizar, a mediados del siglo pasado, sobre procesos de concentración derivados de las barreras de entrada y el alto grado de diferenciación en una industria (Ramírez Cendrero, 2003). Más específicamente, Bain es mayormente conocido por la definición del marco Estructura-Conducta-Rendimiento (SCP), aporte icónico del pensamiento de Harvard y útil para evaluar el nivel de competitividad de un mercado.

Como ya se adelantó, la escuela de Harvard, con Bain y Mason como exponentes, se caracterizó por una clara posición antimonopolio, que, en su facción más radical, llegó a sugerir el control de precios por parte del Estado. Harvard fue la corriente *mainstream* para investigar, evaluar y juzgar un monopolio entre los años 30 y 70 en los Estados Unidos. Davies (2014) sostiene que todo el neoliberalismo temprano fue de carácter interventor, aun cuando discutiesen con el keynesianismo e, inclusive, con el nazismo. Como es bien sabido, y como ya se comentó, Michel Foucault (2007 [1979]), al estudiar el principio de la competencia del neoliberalismo entendido como racionalidad o lógica de vida, se concentró en los trabajos del ordoliberalismo alemán de la primera mitad del siglo pasado. En su curso NBP, Foucault comenta respecto a *la Gesellschaftspolitik* de los alemanes:

[la] *Gesellschaftspolitik*, ¿en qué consistía? En una serie de objetivos (...) que eran, por ejemplo, evitar la centralización, favorecer a las medianas empresas, sostener lo que ellos denominaban empresas no proletarias -es decir, en líneas generales, el artesanado, el pequeño comercio, etc., multiplicar el acceso a la propiedad... (Foucault, 2007 [1979]: 276).

La política de los ordoliberales era una política de sociedad que pretendía estimular la competencia, multiplicar las unidades empresa en el tejido social. Para ello el Estado debía intervenir por fuera de lo estrictamente económico, salvo en los casos que se precisara evitar, fragmentar o disolver un monopolio. Wilhelm Röpke, uno de los máximos referentes de la *Gesellschaftspolitik* decía en la década del cincuenta:

En ningún caso la competencia debe ser corrompida por su perversión más cuestionable desde el punto de vista económico y más reprochable desde el punto de vista moral, es decir, el monopolio en cualquiera de sus formas. El monopolio es precisamente la peor forma de ese mercantilismo que queremos combatir... (Röpke, 1960 [1958]: 127-128, la traducción del inglés al español es nuestra).

El estadounidense Joe S. Bain con su formulación del marco Estructura-Conducta-Rendimiento sugería penalizar las relaciones

causales entre estos elementos. Es decir, que elementos estructurales - como un alto grado de diferenciación- generen comportamientos anticompetitivos -como la colusión de precios- y devengan en un desempeño ineficiente en el mercado -que haya desempleo, ausencia de distribución de la riqueza, etc.-. Con todo esto, como se dijo, durante los años 30 a 70, la escuela de Harvard influyó en la interpretación de la ley *antitrust* -antimonopolios- norteamericana (Ley Sherman de 1890), que hizo que se guiase por la dogmática de toda una serie de actos competitivos *per se* (Miranda Londoño y Gutiérrez Rodríguez, 2007; Piraino Jr., 2007; Soto Pineda y Jaramillo de los Ríos, 2019).

En 1976 se publicó el libro *Essays on Industrial Organization in honor of Joe S. Bain* -Ensayos sobre Organización Industrial en honor a Joe S. Bain- (Masson y Qualls, 1976). Michael Porter y Richard Caves estuvieron a cargo de un capítulo sobre Barreras de Egreso - *Barriers to Exit*-, que tomó como base el marco microeconómico de Bain, pero con una “nueva dirección” para la gestión de empresas. El profesor Les Seplaki, en un reseña del año 1978 a cargo de Roger Sherman, comentaba: “recomendaría encarecidamente el libro para (...) cursos avanzados de grado o posgrado orientados a políticas públicas con *inclinación antimonopolio*” (Sherman, 1978: 1046, la traducción del inglés al español y las itálicas son propias).

Michael Porter utilizó el marco teórico Mason-Bain, como bien explica en dos artículos científicos de comienzos de la década del ochenta (1981; 1983) para reinterpretar los elementos de la OI de Harvard y brindar herramientas útiles para la planificación estratégica de las empresas, algo que se encarga de divulgar más amablemente para el *manager* y el estudiante de negocios, en sus libros *Estrategia Competitiva* (1980) y *Ventaja Competitiva* (1985). Si bien, Levy, Alvesson y Willmott (2013) sostienen que los trabajos de Porter son de corte monopolístico, como se ha dejado ver, el autor se inscribió en una tradición económica que se asumió *antitrust*.

Michael Porter, en una entrevista que brindó en el año 2002 a Nicholas Argyres y a Anita McGahan comentó que decidió trabajar con *frameworks* (modelos) industriales -inspirados en la microeconomía- y no con modelos organizacionales, como la matriz FODA, porque resultaban aplicables a las distintas empresas de un sector y eran más fáciles de explicar (Porter, Argyres y McGahan, 2002). Al mismo tiempo, en sus libros, Porter cuestiona la tradición del incipiente management estratégico de mediados del siglo XX (Porter, 1998 (1980); 1985). El cuestionamiento radica en que los aportes se habían

enfocado en generar crecimiento de las empresas, obtener economías de escala, aprendizaje acumulado y ganar participación del mercado. Aquí, Porter está haciendo referencia particularmente a los aportes de Bruce Henderson, en la década de 1960 y 1970, a cargo del *Boston Consulting Group* -BCG-, a los trabajos sobre “curva de aprendizaje” y matriz de “crecimiento / participación” (Kiechel, 2010).

Ahora bien, Michael Porter no niega que estas herramientas efectivamente se traten de “ventajas competitivas”, pero, agrega, que constituyen análisis incompletos. Al mismo tiempo, Porter se manifiesta explícitamente en contra del monopolio, por ser costoso, y trae a colación, por ejemplo, un artículo al respecto de otro conocido gurú del management y del marketing: Philip Kotler. En dicho texto, Kotler y Bloom aconsejan el peligro -en costos- que acarrea -aunque no lo desestiman- llevar a cabo “estrategias para empresas con alta participación de mercado” (Kotler y Bloom, 1975).

Las matrices de curva de experiencia, crecimiento, participación, FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) son para Porter incompletas porque carecen de un análisis integral del sector y de sus actores, para desplegar acciones más complejas que, simplemente, ganar participación del mercado (Porter, 1998 (1980), 1985). No obstante, desde el punto de vista del *análisis ético-sociológico*, el saber *managerial* de Porter se racionalizó y se inscribió en todo un conjunto de conceptos y valores que continuaron y acentuaron la idea de ganar, aunque no aludiera estrictamente a la cuota de mercado. La competitividad porterioriana se erige sobre la cultura del éxito que proviene de obtener ventajas sobre los demás. Los libros de estrategia se venden bajo estas promesas y leyendas. Aun cuando no se esté a favor del monopolio, éste como valor ha sido internalizado por los propietarios y ejecutivos de las empresas contemporáneas.

La teórica de las organizaciones Joan Magretta, desde comienzos del siglo XXI ha escrito varios libros en defensa, más o menos explícita, de las formulaciones estratégicas de Porter (Magretta, 2002; 2012). En la obra de Magretta del 2002 *Qué es el management*,¹ Porter decía en la contratapa “este libro ayudará a los directivos de cualquier tipo de organización, incluidas las organizaciones sin ánimo de lucro y el sector público, a hacer mejor su trabajo”. En esa misma obra, Magretta comenta:

Los ejecutivos de las empresas son los principales defensores de la sociedad del libre mercado y la competencia, palabras que, para ellos,

¹ Escrito en colaboración con Nan Stone.

evocan una visión del mundo y un sistema de valores que premia las buenas ideas y el trabajo duro, y que fomenta la innovación y la meritocracia. A decir verdad, la competencia que todo directivo anhela está mucho más cerca del extremo de Microsoft que del de los productores de leche. A pesar de toda la palabrería sobre las virtudes de la competencia, *el objetivo de la estrategia empresarial es alejar a una empresa de la competencia perfecta y dirigirla hacia el monopolio* (Magretta, 2012: 80-81, traducción e itálicas propias).

Nótese como desde el mismo mundo de los negocios, desde el saber estratégico *managerial*, se señala -críticamente- que la estrategia de las empresas se inclina hacia obtener posiciones monopólicas. Estas interpretaciones, e internalizaciones éticas por parte de los sujetos empresariales, e incluso de los trabajadores, orientan la conducta hacia la meta de vencer al otro. Porter, quizás, ha caído en su propia trampa ya que, como muchos otros teóricos del management, se ha encargado de esbozar estrategias para que el líder defienda su posición y perfeccione sus barreras de entrada, al margen de que también teorice sobre las estrategias ofensivas para los potenciales ingresantes o *retadores* del líder (Porter, 1985). El -extenso- libro *Ventaja Competitiva* comienza diciendo “la competencia está en el centro del éxito o fracaso de las empresas” (Porter, 1991 (1985): 19).

En la década de 1990, en un artículo llamado *Qué es la Estrategia*, Michael Porter salió a explicar y a recordar que lo que él había dicho -o querido decir- es que la participación de mercado no garantiza la rentabilidad, sino que la estrategia consiste en hacer algo *diferente*, aún cuando sea a una pequeña escala (Porter, 2011 [1996]). La verdad que la confusión sobre qué trata la estrategia se ha debido, también, a la proliferación -excesiva- de conceptos, herramientas y técnicas en torno a vencer en la competencia, donde incluso los modelos y matrices se utilizan sin saber a qué autor pertenecieron, qué se buscaba originalmente, y que simplemente han sido leídos desde el valor o principio secularizado de la *competitividad*.

Un estudio de los años noventa, de los autores del management Armstrong y Collopy, cuestiona que la orientación a la competencia ha hecho que las empresas pierdan de vista el objetivo de la rentabilidad, en el que aluden casos en los que las empresas priorizan ganar mercado en lugar de dinero (Armstrong y Collopy, 1996). De hecho, en ese mismo artículo, culpan de esto, entre otras cosas, a Michael Porter y a su aporte sobre “la curva de aprendizaje o experiencia”, que, como se mostró, fue formulada por el BCG a mediados del siglo pasado.

Lo que aquí se ha querido mostrar, es que el management estratégico y el porteriano, que retomó elementos de censura monopólica formuladas por la escuela microeconómica de Harvard, en la sociedad se divulgaron en términos de crecer y fortalecerse (Mas, 2022). Esto fue posible porque se dieron ciertas condiciones que se pusieron de relieve en el mundo de los negocios, la economía y el derecho, para que las tensiones entre la “paradoja de la racionalidad / razón de empresa” que presentaba el neoliberalismo temprano -mercado (fragmentación) y empresa (concentración)- trabajase de un modo más armónico.

Estas condiciones de posibilidad, como ya se adelantó, fueron, por un lado, el triunfo de la interpretación -jurídica estatal- eficientista de la ley norteamericana *antitrust* desde la visión económica de la escuela de Chicago, con los aportes de, principalmente, George J. Stigler (1955). Esto, aun cuando el mismo Stigler -ganador del Premio en Ciencias Económicas en memoria de Alfred Nobel en el año 1982- no estuviese a favor de que los economistas gozaran de la capacidad para dictaminar taxativamente cómo el Estado debía actuar sobre el mercado, marcando sus diferencias con sus colegas de Chicago como Milton Friedman (Aguilo, 1982). Ahora bien, a raíz de las teorizaciones de Chicago, según Colin Crouch (2011) desde la década de 1980 se pasó de un paradigma pro mercado a otro pro negocios, y se dejó atrás la planificación estatal para dar lugar a la planificación estratégica de los negocios (Davies, 2014).

Asimismo, además de este acontecimiento, por otro lado, es pertinente considerar otros hechos, otras bases económicas que facilitaron esta lectura pro competitiva de la empresa y que, desde el campo del saber *managerial*, se reconocen como influencias teóricas. El autor polaco Bartosz Deszczyński en su libro de management *Ventaja Competitiva de la empresa a través del Management de Relación*, publicado en 2021, trae a colación un estudio de K. Conner, quien distingue seis corrientes de investigación en la teoría de la empresa, de las cuales cinco retoman los estudios de la economía de la Organización Industrial:

- La teoría neoclásica de la competencia perfecta (...)
 - La escuela de [Harvard] de la Estructura-Conducta-Rendimiento (SCP) de E. Mason y J. Bain (...)
 - La escuela empresarial de J. Schumpeter (...)
 - La escuela de Chicago (...)
 - La economía de los costes de transacción de R. Coase (...)
- (Deszczyński, 2021: 3, traducción propia).

En la enumeración que se acaba de citar del libro de Deszczynski (cuyo subtítulo es *Una teoría para el crecimiento sostenible exitoso*) se refieren distintos enfoques económicos que han influido en la teoría del management. De este mismo análisis, aquí se han explicado las reformulaciones de Porter a la escuela de Harvard. Al mismo tiempo, se ha mencionado la posición de Chicago respecto al tratamiento monopolístico, la que resultó triunfante en Estados Unidos -cuna del management- desde la década de 1980. A continuación se avanzará en profundizar un poco más en este corriente, pero, necesariamente, se esbozarán dos hitos genealógicos de otros autores de la primera mitad del siglo pasado y que, de alguna manera, sentaron justificaciones para el monopolio en los negocios contemporáneos. Se está haciendo referencia al trabajo de Ronald Coase y al de Joseph Schumpeter, también señalados por Deszczynski.

La escuela de Chicago

En la actualidad, a raíz del avance del capitalismo occidental, se está en condiciones de afirmar que las políticas de aquel neoliberalismo temprano, que buscaban la multiplicación empresarial, no resultaron exitosas. Esto debe ser pensando en relación con lo dicho anteriormente sobre los permisos de otro neoliberalismo para operar *monopólicamente*, los de aquella racionalidad neoliberal tardía dejada de lado por Foucault en NBP. Basta con observar la realidad para evidenciar el crecimiento desmedido de algunas compañías transnacionales contemporáneas.

Estas grandes empresas, aun cuando aboguen por la singularización, la personalización y, precisamente, la diferenciación y el enfoque, no son más que monopolios de mercancías estándar. Piénsese en empresas como Unilever o Procter & Gamble, quienes incluso son dueñas de marcas que compiten entre sí. Claramente, este crecimiento es consecuencia de los excesivos procesos de concentración que el capitalismo no ha dejado de experimentar en las últimas décadas. David Harvey comenta al respecto:

La idea de que cada vez más economías estarán gobernadas (...) “desde la base, por los intereses, las demandas y las aspiraciones de la gente, no por los de una pequeña elite dominante”, queda desmentida por las inmensas concentraciones de poder personal y corporativo (...) que se han producido en muchas zonas del mundo durante los últimos treinta años (Harvey, 2017: 71).

En la Argentina, por ejemplo, para Martín Schorr, esto mismo trasciende el periodo conocido como estrictamente neoliberal, esto es, desde la dictadura de 1976, pasando por la convertibilidad de los noventa, a la crisis del año 2001. Para Schorr durante el periodo de la postconvertibilidad (2001 a la actualidad) se han evidenciado grandes procesos de concentración y fenómenos de monopolización:

En la década de los 90 [en Argentina], como todos sabemos, el ciclo económico potenció un proceso de crecimiento muy fuerte desde el punto de vista de la concentración, la centralización y la extranjerización del capital. Dicho proceso, lejos de haberse revertido en los años de la posconvertibilidad, se ha potenciado considerablemente (Schorr, 2013: 49).

La Argentina tiene una amplia tradición de legislación antimonopólica; se trata de uno de los países pioneros de la región, con una norma cuya primera sanción data de principios del siglo XX (ley 11.210 del año 1923).² Desde las últimas décadas del siglo pasado, Argentina se caracteriza por juzgar a un mercado no desde el punto de vista de la regla *per se*, ni de la regla de la razón, pero sí desde la de “el abuso de la posición dominante”. Esta regla sigue un criterio similar a la *rule of reason* norteamericana, aun cuando se haya inspirado en la tradición europea y en el Tratado de Roma de la década de 1950. En nuestro país, un mercado puede quedar totalmente controlado por una empresa siempre que su conducta no acarree costos para la sociedad, como por ejemplo, el aumento desmedido de precios (Coloma, 1997).

Como se ha visto, además de la actual condescendencia económico-jurídica de corte eficientista del monopolio, la empresa monopólica devino eficiente para la sociedad en función de todo un apoyo ético en torno de los beneficios de la *competitividad*. Así, es importante advertir -como bien señala William Davies- lo siguiente:

La desigualdad no ha surgido por accidente o debido al caos del capitalismo o la "globalización". Las teorías y metodologías que validan ciertos tipos de actividades dominantes y monopolísticas, han proporcionado las convenciones en las que han operado un gran número de académicos, empresarios y responsables políticos (Davies, 2014: 69, traducción propia).

Lo que efectivamente sale a la luz a partir de esto es que la idea de crecimiento y de fortalecimiento de la competitividad del management se terminó imponiendo en el mundo empresarial como la dinámica general del neoliberalismo entendido como lógica o racionalidad

² Con modificaciones y nuevas sanciones a lo largo del tiempo: ley 22.262 de 1980, la 25.156 de 1999 y la última en 2018, la ley 27.442.

normativa de la vida. Sin embargo, como se comentó, desde los saberes del management no se habla en términos explícitos de lograr procesos de concentración o de desigualdad, sino de garantizar un estado de competencia permanente. La situación relativa al potenciamiento de las fuerzas tendientes al monopolio sería contradictoria para los mismos autores del *management* que, si bien, por un lado, adhieren a la idea de que una mayor competencia y disciplina logra la *eficiencia* entre sus contrincantes, por otro, están deseosos de crecer -y de abarcarlo todo- para eliminarlos.

Ahora bien, desde el *management* dirán -como argumento central- que esto último solo es una declaración motivante -un estímulo competitivo-, ya que la existencia de competidores aguerridos genera un equilibrio natural, aun cuando haya líderes y seguidores, estructura jerárquica que no es estable en el tiempo sino más bien dinámica. En el universo *managerial* consideran que en realidad nadie efectivamente se ve eliminado, sino más bien que la presión mutua que ellos ejercen hace que se vean incentivados a estar en movimiento y a no dejarse caer. Además, en el caso de que la derrota total sucediese, esto forma parte del juego de la desigualdad: el derrotado solo vive un momento transitorio, pudiendo *a posteriori* reinsertarse en la partida, premisa que, de alguna manera, sostenía el economista George J. Stigler de la escuela de Chicago (Aguilo, 1982).

El acontecimiento que implicó la resolución de la paradoja neoliberal, esto es, multiplicación en el mercado versus acrecentamiento de la empresa, sucedió en gran parte por el hecho histórico que significó la condescendencia monopólica en Estados Unidos a raíz de la apreciación sugerida por la *regla de la razón*. Es decir, el triunfo de los principios de carácter eficientista para evaluar la constitución del monopolio, según los desarrollos de autores de la Universidad de Chicago, como, por ejemplo, el mismo Stigler (Hierro Sánchez-Pescador, 1991). De este modo, Estados Unidos asumió una interpretación más laxa de su ley *antitrust*, disquisición que se difundió acompañada por el ascenso de la *estrategia de negocios, aquella estrategia managerial de la competitividad y las ventajas competitivas*, desde la década de 1980 y que repercutió a lo largo del mundo. Afirma de Büren (2013) que la expresión de la escuela de Chicago en la política mundial de los últimos años fue la que terminó ganando espacio por encima de otras corrientes del nuevo liberalismo, y se debe considerar que ese espacio también se ganó en la difusión del *ethos* empresarial de

la época, al coagularse mejor -al menos en el tema *antitrust*- con las premisas del *management* estratégico.

Esto fue necesario porque, si bien la escuela norteamericana de Harvard y, particularmente, los ordoliberales alemanes emergieron en un contexto de crítica al poder estatal (al intervencionismo), el neoliberalismo temprano recurrió también a la planificación del Estado para evitar la concentración monopólica. En definitiva, estos economistas estuvieron más preocupados por el poder económico de las empresas que por el poder estatal. William Davies (2014) sostiene que recién en la década de 1950 se empezaron efectivamente a advertir los peligros del poder estatal y a minimizar los del sector privado. Para esos años, en Estados Unidos, los economistas se despreocuparán de la planificación estatal y buscarán dar rienda suelta a la planificación de las empresas. Ahora no serán los políticos los que prevean y manejen la incertidumbre, sino más bien las empresas y, especialmente, los ejecutivos de negocios (Davies, 2014).

Es preciso aclarar que cuando Stigler y demás autores de la escuela de Chicago consiguieron que se efectuase una nueva interpretación de la ley norteamericana antimonopolio, en favor de la planificación *managerial* estratégica y, por lo tanto, del crecimiento empresarial, no estaban atentos de un modo explícito a lo que ello traería aparejado para el mundo de los negocios. Por el contrario, los autores del *management* (específicamente, en el caso que aquí compete, Michael Porter) sí tuvieron en cuenta determinados aportes de la microeconomía norteamericana del siglo pasado (de algunos liberales de la primera mitad), aun cuando los reformulasen para sus propios fines. Porter expresó esto mismo en el año 1980 al comienzo de *Estrategia Competitiva*, al señalar la disputa entre las corrientes de Harvard y Chicago en cuanto a la intervención del Estado para garantizar la competencia (Porter, 1998 [1980]).

Se ha mencionado a Stigler como máximo exponente del análisis competitivo de la escuela de Chicago, pero también otros autores de esta escuela, como aquellos abordados por Michel Foucault en NBP para comprender (desde un punto de vista antropológico) la *teoría del Capital Humano* debatieron sobre la acción competitiva. Así, por ejemplo, Gary Becker, ya en el siglo XXI, manifestó que se trata de un medio de regulación de todos los ámbitos de la vida y no solo los que se rigen por la motivación de la ganancia monetaria:

La competencia también beneficia a las personas en áreas tales como la educación, la caridad, la religión, la oferta monetaria, la cultura y los gobiernos. En realidad la competencia resulta esencial en todos los

aspectos de la vida independientemente de las motivaciones y la organización de los productores ya se trate de transacciones donde está involucrada la moneda o en aquellas donde no aparecen cotizaciones en términos monetarios (Becker, 2000: 2).³

Anteriormente, Becker se había detenido a analizar aspectos relacionados con este tema -aunque con diferentes objetos de estudio-, en la década de 1980 -teniendo en cuenta los trabajos de Stigler- (Becker, 2016 [1983]) y en 1958 con una publicación en la revista de derecho y economía (*Law and Economics*) de la Universidad de Chicago, publicación titulada *Competencia y Democracia* (Becker, 1958). Artículo que Foucault, 20 años después -al preparar NBP-, podría haber revisado pero al que en ningún momento hace referencia ni a éste ni a otros trabajos relativos al tratamiento de la competencia por parte de Chicago.

Respecto a George J. Stigler es interesante destacar que Foucault (2007 [1979]) no recurre a este autor de la Universidad de Chicago para abordar el análisis de la reglamentación jurídica de la competencia (y su funcionamiento), sino más bien para pensar a la matriz gubernamental del *homo oeconomicus* neoliberal en el tratamiento de la criminalidad. Y no lo hace, como aquí se ha pretendido, para entender que la escuela de Chicago, desde mediados del siglo pasado, propondrá con la regla de la razón considerar las eficiencias o ineficiencias que se deriven de un monopolio. Es decir, con la *rule of reason* se pasó de una preocupación legalista e institucionalista de la desigualdad a evaluar la capacidad contingente de la desigualdad para generar o no beneficios económico-sociales (Davies, 2014).

Como se anticipó, a raíz de esto, y de otros acontecimientos del siglo XX como lo fueron parte del trabajo de Ronald Coase y de Joseph Schumpeter, se facilitó un destrabe en la lógica interna del neoliberalismo temprano para que la racionalidad de la empresa y del management pudiese desplegarse a lo largo del mundo (Mas, 2022). A continuación, para finalizar este texto y a fin de comprender las bases históricas que colaboraron en la definición del paradigma estratégico *managerial* se esquematizarán los desarrollos teóricos de estos dos importantes economistas del siglo pasado: el británico Ronald Coase y el austro-estadounidense Joseph Schumpeter. Si bien los objetivos de

³ Esto fue pronunciado en la conferencia dictada el 9 de noviembre del año 2000 en la ESEADE (Escuela Superior de Economía y Administración de Empresas), Buenos Aires. La ponencia fue publicada a modo de documento anexo de la revista *Libertas*, número 33.

estos economistas no fueron los mismos -y sus trayectorias de trabajo resultaron opuestas-, ambos fueron pioneros en poner el centro de la escena microeconómica, y de los saberes jurídicos y *manageriales* afectados por ésta, la eficiencia y la fuerza de la empresa.

El trabajo de Coase

En el año 1982, el economista español Eugeni Aguiló comentaba:

A principios de la década de los sesenta, [George J.] Stigler publicó dos importantes artículos [*The Economics of Information*, e *Information in the Labour Market*] que en términos generales forman parte del análisis económico de la información. En esta misma época, Coase publicaba en Chicago uno de sus dos artículos seminales, *The Problems of the Social Cost*, en el que ponía de manifiesto el interés en analizar teóricamente *los costes de transacción* como fundamento del análisis de las externalidades (Aguiló, 1982: 12, *italicas propias*).

Stigler, al interior de la escuela de Chicago, formó parte de *Chicago Law and Economics*, grupo que fue configurado por Henry Simmons desde los años 1930 y que, además del abogado Richard Posner, incluyó al propio Ronald Coase. Williams Davies (2014) destaca la importancia que tuvo Coase para la escuela de Chicago y comenta que Posner llegó a agradecerle por su estilo lúcido y simple que le permitió comprender la economía sin la necesidad de ser economista.

Antes de esto, en Inglaterra, Ronald Coase fue influenciado por Hayek en la *London School of Economics*, desde 1929 y durante los primeros años de la década del treinta (Coase se graduó allí, a los 22 años). Luego, a mediados del siglo pasado, emigró a los Estados Unidos. Allí trabajó en la Universidad de Virginia y finalmente se unió a la de Chicago en 1964. Inmediatamente, hasta 1982, Coase fue el editor de la revista *Law and Economics* de esa misma universidad.

The Journal Law and Economics había sido creada seis años antes de la llegada de Coase y en ella se trataban, como su nombre lo dice, temas que vinculaban al derecho y a la economía, acobijando la posibilidad de incluir aquellos relativos a la intervención jurídica del Estado en los procesos económicos. Así, el británico Coase fue un actor relevante y próximo a la corriente de estudio que, como se explicó, ganó la pulseada en la historia reciente de Estados Unidos respecto a qué considerar y qué no como monopolio. George Stigler, desde mediados del siglo pasado, publicó periódicamente en *The Journal Law and Economics*; por ejemplo, el artículo que escribió junto a Claire

Friedland en el año 1962 *What Can Regulators Regulate? The Case of Electricity* (Stigler y Friedland, 1962).

En 1993 Coase⁴ fue invitado a disertar en la Universidad de Chicago en ocasión de celebrarse los 100 años de esta casa de estudios y con el objetivo de hacer una lectura respecto al aporte del fundador de su corriente intelectual en el siglo XX, Henry C. Simons. En esta ocasión Coase decía: “lo que sé sobre Simons se basa en gran medida en lo que Aaron Director y *George Stigler* han dicho y estudiado en sus artículos” (Coase, 1993: 240, traducción e itálicas propias).

Con esto se ha querido mostrar los vínculos existentes, la influencia mutua, en la Universidad de Chicago entre Coase y autores como Stigler y Posner. Ahora bien, y como se adelantó con el texto de Eugeni Aguilo, Coase venía trabajando sobre el concepto de *costos de transacción*. A fines de los años 1930 -unas décadas antes de sumarse al grupo de *Law and Economics*- Coase en su famoso artículo *The Nature of the Firm* analiza, por primera vez, los *costos de transacción*. Allí explica que las empresas existen porque muchas veces son más eficientes que el mercado (Coase, 1937). ¿En qué sentido el autor afirma esto? Se intentará ilustrarlo con un ejemplo sencillo.

Suponga que usted se graduó de licenciado en *marketing*. Tiene dos opciones: salir al mercado y dedicarse a la consultoría en comercialización o vender sus servicios a una empresa a través de la relación laboral. ¿Por qué situación va a optar? Lo que Coase diría es que *a priori* optará por la empresa ya que usted -tras comparar racionalmente las alternativas- es capaz de considerar que la empresa organiza y jerarquiza sus ofrecimientos de un modo más eficiente. Esto en tanto la empresa logrará que evite los costos -de tiempo y otros- que su participación individual en el mercado implicaría: el sondeo de clientes, la negociación con estos, la constitución de contratos, etc.

¿Esto quiere decir que no deben existir los mercados? No, para Coase, en algunos casos son más eficientes que las empresas. Según el criterio coasiano: “los mercados existen en la medida en que el intercambio basado en el precio es más eficiente que la organización jerárquica o algún otro modo de cooperación” (Davies, 2014: 49, traducción propia). Respecto a afirmaciones similares en el campo del *management*, el francés Thibault Le Texier (2016) retoma a Alfred Chandler. Según Chandler, la empresa sí es más eficiente que el

⁴ Dos años antes, a sus 81 de edad, fue galardonado con el Premio Nobel de economía. Coase murió en 2013, a los 103 años.

mercado, en tanto que la empresa por medio de la coordinación administrativa puede obtener mejores resultados en términos de productividad y rentabilidad, que los generados por el ordenamiento del mercado.⁵

En otras palabras, si todos buscásemos la suscripción en el mercado no obtendríamos un rendimiento óptimo: la lectura de la economía neoclásica acerca de los beneficios que conlleva la formulación abstracta relativa a la competencia perfecta no siempre alcanza el nivel de orden y provecho que ofrece la empresa. Recuérdese que la formulación básica y esquemática de la competencia perfecta es que los precios devienen justos si existen muchos oferentes y compradores, como así también, productos homogéneos y sustituibles en el mercado. De hecho, hasta la escuela de Harvard tomó distancia de la idea de competencia perfecta y propuso la necesidad de una competencia viable: que en el mercado exista el riesgo constante de ingreso de nuevos competidores (Mas, 2022).

El orden coasiano se logra ya que la empresa centraliza las actividades comerciales, evita esos costos de transacción y ofrece al mismo tiempo *seguridad* y *estabilidad* a través del salario. De este modo, en el caso de inconveniencia del mercado competitivo, Coase justifica que la empresa crezca indefinidamente, tendiendo al monopolio y *absorbiendo* a los distintos oferentes en calidad de trabajadores. Ahora bien, ¿hasta dónde puede crecer y concentrarse una empresa? El límite del tamaño está marcado por la misma eficiencia. Es decir, el punto límite es cuando la transacción en el mercado pasa a ser más eficiente que la participación en la empresa, ya que el incremento de sus dimensiones también acarrea un aumento en otro tipo de costos: los costos de organización.

Las bases de Schumpeter

El austríaco Joseph Schumpeter fue un economista prolífico, que ha sido recuperado desde enfoques más o menos liberales, pasando por - como es bien sabido- el campo del management y la cultura del emprendedurismo. De hecho, Schumpeter también tuvo buena acogida

⁵ Alfred Chandler fue un reconocido autor de la incipiente disciplina de la estrategia de negocios, en la década de 1970. Chandler, aseguraba que “la estructura sigue a la estrategia”, es decir, la identificación de funciones, la agrupación de éstas en departamentos y la correspondiente asignación de jerarquías debían ser el reflejo lógico de la estrategia previamente definida (Chandler, 2013 [1962]). Es importante destacar que aquí se trata de la estructura organizacional interna y no de la estructura de un sector industrial, como en el caso de los estudios porterianos.

en ciertos círculos intelectuales afines al marxismo. Esto último se dio particularmente con su libro de 1947 *Capitalismo, Socialismo y Democracia*, donde asume cierta visión pesimista del futuro del capitalismo y reconoce que la economía socialista es factible, argumentos presentados en contraste con los de Von Mises y otros economistas del nuevo liberalismo. Richard Swedberg, de la Universidad de Estocolmo, en la introducción de la edición de 2003 con la que aquí se ha trabajado, comenta que, en esta obra, no obstante, Schumpeter admiró mucho la sociología de Marx, pero fue más escéptico en su visión de la economía (Schumpeter, 2003 [1947]). Asimismo, Swedberg agrega que algunas de las críticas que se le efectuaron a Schumpeter fueron las relativas a su *colaboración* en la justificación del monopolio, cosa que acá, recurriendo a Davies (2014), se busca sacar a la luz.

Schumpeter, luego de vivir en Austria y Alemania, emigró a Estados Unidos en 1932. Dio clases en la Universidad de Harvard desde ese año hasta que falleció, en 1950. Como se comentó, en esa misma universidad fue director de la tesis doctoral de Joe S. Bain. Si bien la escuela de Harvard, con Bain y Mason a la cabeza, puede ser etiquetada como antimonopolio, como bien señala Swedberg algunas lecturas de la obra de Schumpeter se han hecho desde ángulos opuestos a estos posicionamientos. Así, William Davies (2014) dirá que los cambios introducidos por Schumpeter afectarán la teoría clásica de la competencia, proporcionando cierta justificación para la constitución del monopolio, aunque a diferencia de Coase, éste lo hizo a raíz de sus aportes a la *competitividad* empresarial y a la visión estratégica. Se añaden *itálicas* a competitividad ya que la noción de competitividad no es característica del período de Schumpeter, la primera mitad del siglo XX.

Como se explicó, la competitividad cobra relevancia, en el sentido que hoy se la conoce, desde los aportes de la estrategia de negocios con los trabajos de Michael Porter en la década de 1980. Así, por más que Davies (2014) recurra al uso de esta expresión para explicar el *apoyo* schumpeteriano previo a la emergencia de la estrategia de negocios, debe aclararse que Schumpeter en las obras que acá se remiten, la de 1911 en alemán (*Teoría del Desarrollo Económico*) y la de 1942 en inglés (*Capitalismo, Socialismo y Democracia*), nunca usa los vocablos que significan competitividad, esto es, *Wettbewerbsfähigkeit* y *competitiveness*, respectivamente. Esto, simplemente, porque Schumpeter habla desde la economía, no desde el *management*, y lo

hizo por varias décadas antes de que el concepto se divulgase con vigor (años 1980).

Recuérdese que Schumpeter estudió la fuerza de la innovación en el capitalismo moderno y la consecuente inyección de incertidumbre a largo plazo, en un estudio que buscaba explicar la economía sin necesidad de recurrir a modelos basados en factores exógenos a ésta (López Ruíz, 2007, pp. 112-135). La apreciación del autor austro-estadounidense descansaba en que los procesos de innovación sucedían en virtud de que existen diferencias *psicológicas* entre los competidores: algunos son más poderosos, capaces y creativos que otros. De esta manera, en su obra del año 1911 *Teoría del Desarrollo Económico* (su versión original en alemán: *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*), Schumpeter sostiene que la innovación proviene de los *emprendedores* (*Unternehmer*). Es decir, de algunos individuos poco comunes y capaces que asumen probar “nuevas combinaciones” (*neuen Kombinationen*) de prácticas y tecnología que insertan dinamismo en el desarrollo económico del sistema capitalista. Osvaldo López Ruíz, de un modo más completo, comenta:

Por "nuevas combinaciones" Schumpeter entiende la tarea de introducir en el mercado un nuevo bien o mejorar la calidad de uno existente, adoptar un nuevo método de producción, incursionar en un nuevo mercado, acceder a nuevas fuentes de suministros de materias primas o de productos semi-industrializados; o, también, aplicar una nueva forma de organización en una industria. Cada una de esas actividades, o una combinación de ellas, implica cambios en el proceso económico que son fundamentales para su desarrollo. Dada la importancia que tiene para la economía la "actitud *sui generis*" de emprender (la realización de nuevas combinaciones) es que Schumpeter advierte, particularmente, no confundir "innovación" con "invención" (López Ruíz, 2007: 118, la traducción del portugués al español es propia).

Entonces, para Schumpeter el emprendedor es un innovador, no un inventor. La dimensión de la novedad recae no necesariamente en crear algo de cero o en diseñar cosas hasta ahora inexistentes, sino más bien trata de que este tipo de individuo asuma combinarlas o redefinirlas de tal forma que pongan en funcionamiento el desarrollo de la economía.

Al mismo tiempo, el emprendedor al asumir esta actitud de iniciativa económica, se enfrenta a una serie de riesgos. Ese riesgo radica, principalmente, en definir nuevas reglas institucionales y competitivas que deberán cumplirse más adelante, en el largo plazo, horizonte de tiempo al que está atento. El emprendedor no está tan preocupado por la obtención de lucro en la actualidad como en definir

un nuevo paisaje productivo que le brinde ventajas a futuro en función a su propia “destrucción creativa”. Davies comenta al respecto:

según Schumpeter, el espíritu competitivo de la iniciativa empresarial no se puede reducir a la búsqueda de ganancias económicas. La mentalidad del emprendedor es tal que mira más allá de los beneficios específicos que se obtienen en la actualidad, hacia una forma mucho mayor de éxito competitivo en el futuro. (Davies, 2014: 52, traducción propia).

El concepto de “destrucción creativa” será incluido por Schumpeter más tarde que el de “emprendedor” y “nuevas combinaciones”, aunque en la actualidad aparezcan entremezclados, particularmente, en su recepción *managerial* contemporánea. La noción de “destrucción creativa” aparece desarrollada por Schumpeter en su obra de 1947 *Capitalismo, Socialismo y Democracia* (en los capítulos 7 y 8, donde también aborda las prácticas monopolísticas). En su libro de 1911 publicado en alemán, *Teoría del Desarrollo Económico*, el autor no utiliza esta noción (*kreative Zerstörung*). A su vez, en esa misma obra, tampoco recurre al vocablo “creatividad” (*Kreativität*) y, aún más curioso, nunca habla de “innovación” (*Innovation*) en el sentido literal de la expresión.⁶ De hecho, según López Ruíz (2007) el concepto de “innovación” aparece por primera vez en la introducción a la edición española de 1940.

Con todo esto ¿por qué la teoría de Schumpeter ofrece garantías al monopolio? Porque el emprendedor necesita ser recompensado por los riesgos a los que se debió enfrentar y así, por ejemplo, exige la protección del Estado por medio de patentes que eviten la entrada de otros competidores. Desde este punto de vista, más allá de esta protección legal, se puede considerar que el emprendedor es también un “estratega”; ya que va a desplegar prácticas restrictivas para limitar el ingreso de potenciales competidores al mercado y, de este modo, sostener sus “ventajas competitivas”.

De esta manera, respecto al aporte de Coase y Schumpeter para legitimar al monopolio, William Davies concluye:

... el monopolio se vuelve potencialmente legítimo, aunque con diferentes fuentes de justificación. Con Coase porque es ‘eficiente’, con Schumpeter debido a la visión a largo plazo que lo constituyó” (Davies, 2014: 53).

⁶ Esto puede constatarse fácilmente revisando la versión digital de dicho texto. Cfr. Schumpeter (1911) *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*.

Conclusiones

En este artículo se ha pretendido señalar, en primer lugar, los elementos de la escuela de Harvard que permitieron la reformulación de Michael Porter en el campo de la estrategia *managerial*, reformulación que ofreció cierta continuidad ético discursiva en torno al crecimiento y fortalecimiento empresarial, aun cuando los economistas de Harvard mostraran una clara posición antimonopolio. Al mismo tiempo, en segundo lugar, se avanzó en exhibir cómo, en la historia reciente, se produjo cierto *destrabe* de la principal paradoja de la “racionalidad empresarial”, librada entre el mercado y la empresa durante la primera mitad del siglo XX. Es decir, aquella contradicción de un neoliberalismo temprano que aun abogaba por la fragmentación de unidades empresariales en el mercado, para garantizar la competencia, y el afán *managerial* de crecimiento ilimitado por parte de la empresa (tendencia al monopolio).

¿Por qué se produjo un desligue al respecto en la historia reciente de Occidente? Esto sucedió porque a un nivel microeconómico, la escuela de Chicago no juzgase de manera estricta, desde el punto de vista monopólico, el crecimiento, la participación y, en tanto, el fortalecimiento de las empresas. Las premisas como la diferenciación y las barreras de entrada y sus comportamientos afiliados ya no serán objeto de vigilancia por parte de los tribunales *antitrust* estadounidenses. Por el contrario, la re-elaboración *managerialmente* ofensiva de aquellos elementos de análisis de la escuela de Harvard podrán desplegarse con menos trabas.

Este suceso histórico y su interpretación en conjunto a otros trabajos del campo de la economía que sirvieron de apoyo, es decir los aportes intelectuales de Ronald Coase y de Joseph Schumpeter, facilitaron una coexistencia más amena del conjunto de saberes, que giran en torno a la unidad empresarial, es decir la microeconomía y el *management*. De este modo, la resolución histórica de la paradoja de la *razón de empresa* colaboró en impulsar, en gran medida, la difusión de la ética monopólica empresarial. Esto es, la promoción del principio de la competitividad estratégica, divulgación que se acentuó desde la década de 1980 y perdura hasta nuestros días. Con esto se ha querido complementar y complejizar los estudios sociológicos actuales que toman como punto de referencia la investigación de Foucault sobre el neoliberalismo del siglo XX.

Así, en este trabajo se ha pretendido aclarar que Michel Foucault no sólo no estudió la preocupación por la regulación de la competencia en

Estados Unidos por parte de la escuela de Harvard -vigente a fines de la década de 1970-, sino que tampoco lo hizo a partir de los debates librados por la Escuela de Chicago ya desde mediados del siglo pasado. En esta última corriente, los trabajos de George Stigler y la influencia de Ronald Coase se impusieron desde la década de 1980, dando lugar a una interpretación más económica que literal de la ley norteamericana (ley Sherman) por medio de la regla de la razón *-rule of reason-*. De este modo, desde un punto de vista ético, se favoreció la constitución de monopolios siempre que esto trajera aparejado eficiencias que fuesen trasladables al precio que pagan los consumidores por las mercancías, aunque también por el solo hecho de desconfiar fuertemente de la real probabilidad de existencia del monopolio.

Recapitulando, Michel Foucault no emprendió el estudio de los programas de Stigler y demás autores procompetitivos albergados por la *Chicago Law and Economics*, aun cuando estos fueran formulados décadas antes de su curso *Nacimiento de la Biopolítica*. Foucault expone sus conclusiones sobre la acción de la competencia basándose en los ordoliberales, corriente que forma parte de los primeros neoliberales o del neoliberalismo temprano que, al igual que Harvard, es de carácter más interventor, más allá de que los mismos alemanes discutiesen con, por ejemplo, el keynesianismo.

Hoy se puede decir, retomando a William Davies, que el objetivo de la *competitividad managerial* es el monopolio. Tal afirmación es posible en virtud de que, precisamente, en la década de 1980 triunfase la visión ofrecida por la Universidad de Chicago, aquella que es más permisiva con el monopolio, triunfo que se dio al menos allí en Estados Unidos, foco de emergencia de la estrategia de negocios y centro de emanación de ésta hacia el resto del mundo. Esta situación se destrabó en virtud de la lectura de Chicago y facilitó así el arribo del *management* propuesto por la estrategia de negocios de autores como Michael Porter a, por ejemplo, países como la Argentina, que también contaban con una ley antimonopolios más concentrada en el abuso en los precios que en la posición dominante en sí.

Este acontecimiento en la década de 1980 en los Estados Unidos, durante la presidencia de Ronald Reagan, fue lo que simplificó dicho desligue. Así también lo fueron otros que ayudaron a la constitución de un *ethos* de apoyo previo como, por ejemplo, la explicación que ofrecimos sobre parte de la tesis schumpeteriana. Es decir, aquella que sostiene que Schumpeter justifica el monopolio al solicitar una protección para el emprendedor -como puede ser por medio de

patentes- por haber asumido el riesgo de definir nuevas reglas de funcionamiento económico en el futuro.

Ahora bien, la premisa de “vencer al otro” para Michael Porter, y demás autores de gran parte de la economía y el *management* contemporáneos, implica simplemente un estímulo para garantizar el desafío y el monopolio no llegaría a desarrollarse porque la competencia -y la competitividad- en sí misma no se lo permiten. Para los autores del *management* la competitividad no busca eliminar al otro sino más bien que define una declaración motivante. Todos quieren ser el mejor pero nadie aplasta por completo al otro. O mejor aún, según las colaboraciones más recientes de la estrategia de negocios: “todos ganan”.

Por lo tanto, si se va un poco más allá de esto, lo que se puede concluir es que para el *management* la competitividad es, en sí misma, el límite al crecimiento monopólico. Visto de esta forma, el concepto opera como una balanza de carácter intrínseco, balanza que habilita, incita y garantiza al mismo tiempo la competencia. Pero: ¿esto ha sido así en la historia reciente del desarrollo del capitalismo neoliberal y en el consecuente esparcimiento global de la racionalidad *managerial*? Como ha quedado en evidencia los procesos de concentración empresarial son cada vez mayores en la realidad económica mundial y local. Investigaciones al respecto, bajo la lectura de la competitividad *managerial*, serán de suma utilidad para dar continuidad a esta investigación.

Listado de referencias

- Aguilo, E. (1982). Stigler y la Organización Industrial. *Cuadernos de Economía*, 10(27), 3-30.
- Anca, H. D. (2012). Litterature review of the evolution of competitiveness. *Annals of Faculty of Economics*, 1(1), 41-46.
- Armstrong, J. S., & Collopy, F. (1996). Competitor Orientation: Effects of Objectives and Information on Managerial Decisions and Profitability. *Journal of Marketing Research*, 33(2), 188-199.
- Becker, G. S. (1958). Competition and Democracy. *The Journal of Law & Economics*, 1, 105-109.
- Becker, G. S. (2000). Instituto Universitario ESEADE. *Revista Libertas*.(33), 1-10.
- Becker, G. S. (2002). The age of human capital. En E. Lazear, *Education in the Twenty-first Century* (págs. 3-8). Stanford: Hoover press.
- Becker, G. S. (2016 [1983]). Teoría de la competencia entre grupos de presión por la influencia política. En S. Mazzuca, *Regímenes políticos : orígenes y efectos* (págs. 331-368). Buenos Aires: Corporación Andina de Fomento.
- Bloom, P. N., & Kotler, P. (1975). Strategies for High Market-Share Firms. *Harvard Business Review*, 53, 63-72.

- Carlotto, M. (2021). A inflexão neoliberal vista da perspectiva latino-americana: a expansão do conhecimento gerencial no Brasil como imposição cultural. *Mesa 53 Management y neoliberalismo en América Latina - IV Jornadas de Sociología* (págs. 1-21). Mendoza : Universidad Nacional de Cuyo.
- Coase, R. H. (1993). Law and Economics at Chicago. *The Journal of Law and Economics*, 36(1), 239-254.
- Coase, R. H. (1937). The Nature of the Firm. *Economica*, 4, 386-405.
- Coloma, G. (1997). La ley argentina de defensa de la competencia. *Anales de la XXXII Reunión Anual de la Asociación Argentina de Economía Política* (págs. 1-20). Bahía Blanca: AAEP.
- Coloma, G. (2005). *Economía de la organización industrial*. Buenos Aires: Temas.
- Crouch, C. (2011). *The Strange Non-Death of Neoliberalism*. Cambridge: Polity.
- Davies, W. (2014). *The Limits of Neoliberalism. Authority, Sovereignty and the Logic of Competition*. London: SAGE Publications Ltd.
- de Büren, M. P. (2013). Mont Pèlerin Society en la articulación del discurso neoliberal. En H. Ramírez, *O neoliberalismo sul-americano em clave transnacional: enraizamento, apogeu e crise* (págs. 118-143). São Leopoldo: Oikos; Editora Unisinos.
- Deszczynski, B. (2021). *Firm Competitive Advantage Through Relationship Management: A Theory for Successful Sustainable Growth*. Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan.
- Gantman, E. R., & Fernández Rodríguez, C. J. (2008). Notas sobre la evolución del conocimiento administrativo en la República Argentina y su comparación con el caso español (1913-2007). *Cadernos EBAPE.BR*, 6(4), 1-22.
- Hierro Sánchez-Pescador, L. (1991). Una introducción a la Ley 16/1989 de Defensa de la Competencia. La tradición norteamericana y el contexto comunitario. *Ekonomiaz: Revista vasca de economía*(21), 14-32.
- Kiechel, W. (2010). *The Lords of Strategy: the secret of intellectually history of the new corporate world*. Boston : Harvard Business.
- Knights, D., & Morgan, G. (1991). Corporate Strategy, Organizations, and Subjectivity: A Critique. *Organisations Studies*, 251-273.
- Le Texier, T. (2016). *Le manieiment des hommes. Essai sur la rationalité managériale*. Paris: La Découverte.
- Levy, A. (1981). *Planeamiento Estratégico*. Buenos Aires: Ediciones Macchi.
- Levy, A. (1983). *Estrategia Competitiva. La Dirección Superior y el conflicto en el mercado*. Buenos : Ediciones Macchi.
- López Ruiz, O. (2007). *Os executivos das transnacionais e o espírito do capitalismo. Capital humano e empreendedorismo como valores sociais*. Río de Janeiro: Azogue.
- Magretta, J. (2002). *What Management Is: How It Works and Why It's Everyone's Business*. New York: Free Press.
- Magretta, J. (2012). *Understanding Michael Porter: The Essential Guide to Competition and Strategy* -Edición Kindle. Boston: Harvard Business Review Press.
- Mas, F. F. (2021a). ¿“Empresario de sí” o “forma empresa”? Competencia y subjetividad managerial. *Trabajo y Sociedad*(37), 459-476.
- Mas, F. F. (2021b). El management estratégico como tecnología de conducción de vida. *Revista latinoamericana de metodología de las ciencias sociales (Relmecs)*, 11(1), e089.

- Mas, F. F. (2022). Otro neoliberalismo: la escuela de Harvard y Michael Porter. El ascenso de la estrategia de negocios. *Espacio Abierto. Cuaderno Venezolano de Sociología*, 31(2), 160-180.
- Masson, R. T., & Qualls, P. D. (1976). *Essays on Industrial Organization in Honor of Joe S. Bain*. Cambridge: Ballinger Publishing Company.
- Piraino Jr., T. A. (2007). Reconciling the Harvard and Chicago Schools: A New Antitrust Approach for the 21st Century. *Indiana Law Journal*, 82(2), 345-409.
- Porter, M. (2011 [1996]). ¿Qué es la estrategia? *Harvard Business Review*, 100-117.
- Porter, M. (1981). The contributions of Industrial Organization to Strategic Management. *Managerial and decision economics*, 6(4), 609-620.
- Porter, M. (1983). Industrial Organization and the Evolution of Concepts for Strategic Planning: The New Learning. *Managerial and decision economics*, 4(3), 172-180.
- Porter, M. (1985). *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*. New York: Free Press.
- Porter, M. (1991 [1985]). *Ventaja Competitiva: Creación y Sostenimiento de un Rendimiento Superior*. Buenos Aires: Editorial Rei.
- Porter, M. (1998 [1980]). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- Porter, M. (2010 [1985]). *Ventaja competitiva: creación y sostenibilidad de un rendimiento superior*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Porter, M., Argyres, N., & McGahan, A. (2002). An Interview with Michael Porter. *The Academy of Management Executive*, 16(2), 43-52.
- Ramírez Cendrero, J. (2003). Los nuevos desarrollos de la economía industrial y las justificaciones de la política industrial. *Economía industrial*, 6(354), 157-172.
- Schorr, M. (2013). Nuevo Patrón sobre un viejo Modelo: el problema de la concentración y la extranjerización en la economía argentina. *Debate Público Reflexión de Trabajo Social*, 3(5), 47-64.
- Schumpeter, J. (1911). *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung [Teoría del Desarrollo Económico]*. Leipzig: Verlag von Duncker & Humblot.
- Schumpeter, J. A. (2003 [1942]). *Capitalism, Socialism and Democracy*. London: Taylor & Francis e-Library.
- Sherman, R. (1978). Essays on Industrial Organization in Honor of Joe S. Bain. *Southern Economic Journal*, 44(4), 1046-1048.
- Soto Pineda, J., & Jaramillo de los Ríos, L. (2019). Aspectos comunes de la escuela de Chicago y Harvard en materia de libre competencia: el aporte del Neoinstitucionalismo. *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*(154), 77-106.
- Springer Nature. (2018). *The New Palgrave Dictionary of Economics - Third Edition*. London: Palgrave - Macmillan Publishers.
- Stigler, G. J., & Friedland, C. (1962). What Can Regulators Regulate? The Case of Electricity. *The Journal of Law & Economics*, 5, 1-16.
- Stigler, G. J. (1955). Introduction to "Business Concentration and Price Policy". En U.-N. Bureau, *Business Concentration and Price Policy* (págs. 3-14). New Jersey: Princeton University Press.