



LA EMPRESA: ¿UNA IDEA REVOLUCIONARIA?

John Micklethwait y Adrian Wooldridge: *La empresa: historia de una idea revolucionaria*. Barcelona: Mondadori. 2003.

ALEJANDRO E. CÁCERES, profesor de historia empresarial de Venezuela e historia económica de América Latina en la Universidad Católica Andrés Bello. Gerente regional para Venezuela y el Caribe, en el área de estrategia y planificación corporativa de consumo masivo.

«Hegel predijo que el elemento esencial de la sociedad moderna sería el Estado; Marx, que sería la comuna; Lenin y Hitler, que sería el partido» (p. 17). Con esta frase, Micklethwait y Wooldridge introducen su obra. Sin embargo, para ellos, la gran afirmación de este «librito», como ellos lo denominan por su brevedad, es que tanto Hegel, Marx, Lenin y Hitler, como, mucho antes, santos y sabios que hablaron de la parroquia, el castillo feudal y la monarquía, estaban equivocados. La estructura más importante del mundo es la sociedad mercantil: la empresa, «base de la prosperidad de Occidente y la mejor esperanza para el futuro del resto del mundo» (p. 17).

Para Micklethwait y Wooldridge, ambos con las credenciales de ser editores y corresponsales de la centenaria revista británica *The Economist*, el tema principal del libro es «el extraordinario relato» de la historia de la empresa. Es un largo, pero emocionante, camino lleno de aventuras que lleva al lector desde las tinieblas de los primeros tiempos de la civilización en Sumeria y Asiria, siglo XXX antes de Cristo, hasta los comienzos del siglo XXI con la revolución tecnológica de internet. A lo largo del relato, el foco principal de la obra es la sociedad anónima, la compañía por acciones; aunque se adentra en territorios más amplios para conectar las diferentes organizaciones económicas y empresariales que le anteceden. Si bien atribuyen a la empresa el papel de elemento esencial de la sociedad moderna y sustento de la prosperidad, los autores no dejan de mostrar momentos poco luminosos a lo largo de la historia, cuando fue instrumento de poder y control sobre pueblos enteros y sus trabajadores, aunque sin dejar de ser en el largo plazo instrumento de creación de riqueza, responsabilidad social, bienestar y desarrollo de los trabajadores y la sociedad.

El lector es llevado desde las primitivas organizaciones empresariales

del Cercano Oriente, el *naruqqum*, zarpando desde los puertos de Tiro y Fenicia por el Mediterráneo para conocer las organizaciones de la ciudad-Estado griega de Atenas, y luego las *societates* y *publicanii* que sustentaron el poderío militar y económico del Imperio romano, pasando luego por los mercaderes y artesanos que dieron origen a las compañías, bancos, corporaciones y gremios en ciudades de Italia como Venecia, Amalfi, Florencia, Prato y, más al norte, Augsburgo o Brujas en las actuales Alemania y Bélgica, respectivamente. Luego conocerá la aparición de las compañías con privilegios, precursoras de las modernas multinacionales, nacidas en Francia, Holanda, Inglaterra y España, que llegaron a tener ejércitos y flotas de guerra privadas, y contar con más poder que sus gobernantes, como la Compañía de las Indias Orientales Holandesa o la East India Company inglesa, un modelo de compañía que

ricos: desde las vicisitudes de Francesco Marco Datini, el mercader de Prato, cuyo minucioso registro de sus actividades en la Italia de los siglos XIV y XV permite reconstruir la historia de su tiempo, de las grandes familias como los Medici de Florencia y los Fugger de Augsburgo, el poder absoluto de Robert Clive o «Clive de la India» al frente de la East India Company, que le hizo amo de este extenso y rico territorio, pasando por los *robber barons*, especuladores estadounidenses que hicieron vastas fortunas con los ferrocarriles y utilizando cualquier medio legal o ilegal para sacar a sus competidores, hasta los grandes magnates de la gran industria moderna como Henry Ford, Andrew Carnegie o John D. Rockefeller.

En el camino surge un personaje anónimo, pero con una importancia fundamental para el éxito de la empresa moderna: el gerente u hombre de la

El «librito» de Micklethwait y Wooldridge logra su cometido de relatar la formación y el desarrollo de la revolucionaria idea de la empresa. En poco más de 200 páginas condensa cincuenta siglos de historia

incluso en Venezuela tuvo relevante presencia en el siglo XVIII con la Compañía Guipuzcoana en La Guaira, que monopolizó el comercio del cacao. Acto seguido, a bordo del ferrocarril, ícono de la revolución industrial, el mundo ve la aparición de la sociedad anónima, el surgimiento de las compañías multinacionales que hoy dominan el mundo empresarial, con sus grandes emblemas —el petróleo, el automóvil, los productos de consumo masivo y las tecnologías de información— y sus íconos empresariales como Standard Oil (hoy Exxon), Coca-Cola, Procter & Gamble, IBM y General Motors.

Esta es también la historia de personajes que resultan relevantes o emblemáticos de sus momentos histó-

compañía, y sus lugares de formación, las escuelas de negocio como el IESA en Venezuela. De los gerentes, el padre de la historia empresarial, Alfred D. Chandler (*The visible hand*, Cambridge, Harvard University Press, 1977, p. 1) llega a afirmar: «[En la economía moderna] la mano visible de la gerencia ha desplazado a la mano invisible del mercado de Adam Smith». Micklethwait y Wooldridge le dedican su merecido espacio:

Detrás del éxito estaba la nueva cultura de gestión. La enseñanza comercial a finales del siglo XIX consistía en poco más que tenería de libros y secretariado. Únicamente la Escuela Wharton

reseña

de la Universidad de Pensilvania, fundada en 1881, impartía materias más fuertes. Pero entonces comenzaron a brotar escuelas empresariales. La Harvard Business School abrió sus puertas en 1908, el mismo año que el modelo T de Ford empezó a salir de las cadenas de montaje. En 1914, Harvard ofrecía cursos de *marketing*, finanzas empresariales y hasta política comercial (...). Para los pensadores de la nueva religión gerencial los gerentes, no los banqueros ni los accionistas, son el elemento fundamental de la industria (...). Para 1920, el carácter del hombre de la compañía ya estaba formado por dos cosas: calidad profesional y lealtad empresarial. Al hombre de la compañía le definen sus credenciales, no sus antepasados (como a las clases altas) o su fuerza colectiva (como los obreros). Pertenecía a la casta profesional que adoptaba el lema de Frederick Taylor: «solo hay un método bueno» para organizar el trabajo y se reía de los empresarios sin formación por ignorarlo (pp. 138-141).

El libro está organizado cronológicamente, para facilitar al lector seguir un camino, que por lo diverso de las geografías donde ocurren los eventos y lo complejo del proceso histórico que da lugar a la empresa, podría resultar retador. Así, del 3000 A.C. al 1500 D.C. será el mundo de los «mercaderes y monopolistas». Estos dan paso a los «imperialistas y especuladores» entre 1500 y 1750. Luego viene el «largo y doloroso parto» de la sociedad anónima entre 1750 y 1862, el ascenso de las grandes empresas en Estados Unidos (1862-1913), así como también en Gran Bretaña, Alemania y Japón (1850-1950). Esto da paso a lo que catalogan como «el triunfo del capitalismo gerencial» (1913-1975), segui-

do por «la paradoja de la compañía» (1975-2002), para finalmente dedicar el penúltimo capítulo a las multinacionales como agentes de influencia (1850-2002) y concluir con una mirada al futuro de la compañía.

El «librito» de Micklethwait y Wooldridge logra su cometido de relatar la formación y el desarrollo de la revolucionaria idea de la empresa, condensando en poco más de 200 páginas cincuenta siglos de historia, aproximadamente, con una prosa rápida y sencilla, pero al mismo tiempo rigurosa, pues se sustenta en las obras de reconocidos autores de los campos de la historia, la economía, la gerencia y los negocios. De hecho, para el lector

La empresa y sus gerentes, sean del Estado o privados, no están en una posición sencilla para demostrar irrefutablemente que son la base de la prosperidad para sus naciones

interesado en profundizar acerca de aspectos específicos allí relatados, al final de la obra encontrará una bibliografía, corta pero emblemática y rigurosa, que conforma una sólida biblioteca de historia empresarial, negocios y gerencia.

Median diez años desde la publicación de la obra que, en su momento, coincide con la estrepitosa caída de la multinacional de energía Enron, por corrupción de sus ejecutivos y de su firma de auditoría, lo que puso en entredicho el papel positivo de la empresa y sus gerentes para la sociedad. Entre este periodo y la actualidad, el mundo ha visto situaciones mucho más complejas y de mayor impacto: la caída de gigantes emblemáticos como General Motors y Kodak, así como, en 2008, la peor crisis financiera desde el *crash* de 1929, que destruyó un trillón de dólares de riqueza y acabó con jugadores relevantes del sector bancario y asegurador. Al mismo tiempo, se ha evidenciado la gran transformación de los negocios y la sociedad con las

telecomunicaciones móviles, las tecnologías de información y redes sociales, que han permitido el vertiginoso crecimiento de empresas como Google, Facebook, Twitter y Apple. Sin embargo, las reflexiones que aparecen al final de la obra —acerca del futuro de la empresa, su papel en la sociedad y cómo continuará desarrollándose— mantienen su vigencia.

En este lado del mundo, América Latina, Marx, Lenin y Hitler han encontrado aventajados discípulos, algunos han sido dejados atrás y son lección aprendida, mientras que otros continúan más vigentes que nunca. La empresa y sus gerentes, sean del Estado o privados, no están en una

posición sencilla para demostrar irrefutablemente que son la base de la prosperidad para sus naciones. Sin embargo, al mirar a largo plazo la creación de riqueza y el impacto económico de sus actividades para el crecimiento de sus países, la aún incipiente responsabilidad social que han desplegado, la transferencia de tecnología y el desarrollo del talento humano de los países donde operan, es difícil pensar en un desarrollo sostenible para América Latina sin la presencia de la empresa. Esta «historia de una idea revolucionaria» constituye una valiosa referencia para quienes deseen comprender el proceso histórico de la empresa y, lo más importante, reflexionar acerca de su papel como elemento vital para mantener o retomar la senda hacia una sociedad moderna y próspera. ■



FUNDAMENTOS DE FINANZAS

MAXIMILIANO GONZÁLEZ Y URBI GARAY



0212-555.42.63
edies@iesa.edu.ve

¿Qué relación tienen las finanzas con la estrategia?, ¿Cuál debe ser el nivel apropiado de endeudamiento de una empresa?, ¿Cómo decidir si una oportunidad de inversión es atractiva?, ¿Cómo se debe ponderar el riesgo en los negocios? Estas y otras interrogantes son respondidas por Urbi Garay y Maximiliano González, a la luz de las teorías financieras tradicionales, pero también a partir de modelos teóricos ajustados al volátil contexto económico venezolano.