

COLECCIÓN Courcelle Serevil

Creadores de Riqueza

Emprendedores que cambiaron nuestras vidas

© 2012 Alejandro Gómez

© 2012 UNIÓN EDITORIAL, S.A.

c/ Martín Machío, 15 • 28002 Madrid Tel.: 91 350 02 28 • Fax: 91 181 22 12

Correo: info@unioneditorial.net

www.unioneditorial.es

FUNDACIÓN PARA EL PROGRESO

Avda. del Parque 4161, Of. 103 Ciudad Empresarial, Huechuraba

Santiago de Chile • C.P. 8580675

Tel.: 56-2-3935367 Correo: contacto@fprogreso.org

www.fprogreso.org

ISBN: 978-84-7209-582-3

Depósito legal: M. 22.103-2012

Diseño de portada y maquetación: EMD Diseño

Impreso por JPM Graphic, S.L.

Impreso en España • Printed in Spain

Fotografía de la cubierta:

Nombre de la escultura: Atlas Libertas

Autor: Walter Peter Brenner

Ubicación: Fachada principal, Edificio Escuela de Negocios, UFM

© Copyright 2007

Universidad Francisco Marroquín, Guatemala

www.ufm.edu

Agradecemos su autorización para ser publicada en la portada de este libro

Reservados todos los derechos. El contenido de esta obra está protegido por las leyes, que establecen penas de prisión y multas, además de las correspondientes indemnizaciones por daños y perjuicios, para quienes reprodujeran total o parcialmente el contenido de este libro por cualquier procedimiento electrónico o mecánico, incluso fotocopia, grabación magnética, óptica o informática, o cualquier sistema de almacenamiento de información o sistema de recuperación, sin permiso escrito de los propietarios del copyright.

Alejandro Gómez

Creadores de Riqueza

Emprendedores que cambiaron nuestras vidas

Presentación de Ángel Soto Prólogo por Giancarlo Ibárgüen S.







ÍNDICE

Agradecimientos	9
Presentación, de Ángel Soto	11
Prólogo, por Giancarlo Ibárgüen S.	13
Introducción	17
Capítulo 1: El emprendedor y su impacto en la sociedad.	23
Capítulo 2: De los mercaderes medievales a las grandes compañías mercantiles.	43
Capítulo 3: Los emprendedores y la revolución industrial.	67
Capítulo 4: La revolución en el transporte y los medios de comunicación.	91
Capítulo 5: Las grandes empresas: acero, petróleo y automóviles.	123
Capítulo 6: El surgimiento de las grandes empresas modernas.	155
Capítulo 7: La crisis del treinta y sus consecuencias para las empresas.	185
Capítulo 8: Emprendedores en la Segunda Guerra Mundial.	219
Capítulo 9: El nuevo estilo de comercio que surge en la década del 50.	249
Capítulo 10: El mundo de los emprendedores tecnológicos.	283
Capítulo 11: De la crisis del petróleo a las empresas globalizadas.	321
Consideraciones Finales	357
Birliografía	365

AGRADECIMIENTOS

El presente trabajo surge como consecuencia del curso Liderazgo y Evolución de Negocios que dicto desde el año 2003 en la Escuela de Negocios de la Universidad Francisco Marroquín de Guatemala. A lo largo de todos estos años han surgido preguntas y sugerencia por parte de cientos de alumnos que han participado de dicho curso, las cuales han ido enriqueciendo las clases que finalmente dieron vida a este libro. En tal sentido, tanto las autoridades de la Escuela de Negocios como de la UFM han sido de un invalorable apoyo para esta investigación, dándome total libertad para emprender esta tarea y proveyéndome de todo el material necesario para llevar a cabo esta investigación. Quiero agradecer también a mis colegas los Doctores Pablo Guido v Sebastián Landoni por sus generosos comentarios sobre los borradores de algunos capítulos de esta obra. Por último, quisiera mencionar a dos personas más: por un lado, el Doctor Ángel Soto, a quien he conocido hace poco más de un año, pero que me ha dado un impulso fundamental en la díficil tarea de publicar libros, su energía y entusiasmo han sido de gran ayuda en este aspecto; y por otra parte, agradecer a mi mentor el Doctor Juan Carlos Cachanosky por su perenne apoyo a lo largo de más de 25 años, siempre impulsándome a buscar nuevas metas.

Presentación

de Ángel Soto

Fundación para el Progreso (Santiago de Chile)

Para la Fundación para el Progreso, en un honor dar inicio a la colección Courcelle-Seneuil junto a Unión Editorial.

De origen francés, Jean Gustave Courcelle-Seneuil fue el pensador liberal más destacado que haya vivido en Chile al tiempo que se le reconoce como el padre fundador de la economía política en el país. Fue contratado por el gobierno chileno a mediados del siglo XIX a fin de fortalecer la formación económica de la clase dirigente del país, razón por la cual, a partir de 1855, y desde sus cátedras en la universidad de Chile, en el Instituto Nacional, como también desde su puesto como asesor del ministerio de Hacienda, Courcelle-Seneuil promovió legislaciones inspiradas en la escuela del laissez faire entre las que destacaron leves favorables al libre comercio y la banca libre.. Su contribución, lo convirtió en uno de los fundamentos intelectuales de la naciente República de Chile y su obra académica, reconocida mundialmente, en uno de los íconos del liberalismo clásico francés del siglo XIX.

Por esa razón, tanto para recordar su legado a la causa de una sociedad libre y responsable, como para que las nuevas generaciones puedan encontrar en el pensamiento liberal clásico una fuente de inspiración, es que iniciamos esta colección que esperamos sirva y resulte de interés a todos los lectores.

Prólogo

por Giancarlo Ibárgüen S.

Rector de la Universidad Francisco Marroquín (Guatemala)

Samuel Smiles, autor y reformador escocés del siglo XIX, dice que los empresarios

merecen figurar entre los héroes del mundo civilizado. Su paciente confianza en sí mismos, ante las pruebas y dificultades, y su coraje y perseverancia en la persecución de nobles causas y objetivos no son menos heroicos que el valor y la consagración del militar y del marino...

En los tratados de historia escritos en español rara vez es visto el empresario como un héroe. Esto es lamentable. Se escriben biografías heroicas de militares y sobre sus hazañas en el campo de batalla. En las celebraciones por el bicentenario de la independencia de países latinoamericanos nos encontramos con múltiples recuentos históricos sobre el heroísmo militar de Simón Bolívar o de Antonio José de Sucre. ¿Dónde están los relatos sobre los empresarios latinoamericanos del siglo XIX? Pareciera que nos gusta honrar la memoria de quienes son expertos en la destrucción de riqueza, pero no de quienes la crean y velan por ella.

Con *Creadores de riqueza* se inicia una nueva línea de investigación histórica para el mundo hispanohablante, donde el empresario juega un rol positivo y, según mi criterio, heroico. Alejandro Gómez abre una nueva brecha y tiende un puente con la tradición anglosajona en este campo. Nuestro autor se hace eco del importantísimo trabajo de historiadores y economistas contemporáneos británicos y norteamericanos de la talla de Joel Mokyr, Deirdre McCloskey, Robert C. Allen y Nathan Rosenberg.

Estos autores destacan el rol del empresario en la sociedad como innovador imprescindible para el progreso. *Creadores de riqueza* aporta un valioso elemento a esta literatura, presentando un marco teórico en torno a la figura del empresario. Con frecuencia la tradición anglosajona sobre la historia empresarial se lanza sin más a los apuntes biográficos de los empresarios, o bien a un recuento de los descubrimientos científicos y las innovaciones empresariales, o a un estudio cuantitativo y de análisis del tiempo de los nuevos descubrimientos y las empresas que los impulsan. Alejandro Gómez, al contrario, nos presenta, además, una clara y sucinta visión teórica de la función empresarial y el desarrollo económico.

Los historiadores acuciosos dominan la ciencia económica. Se podrá hacer economía sin historia, pero es imposible hacer historia sin economía. En este sentido, nuestro autor, historiador de profesión, tiene un claro dominio de la ciencia económica. Esto resulta evidente desde el primer capítulo, en el que describe la relación entre el empresario y la sociedad. Este capítulo es una joya de síntesis sobre la visión austriaca de la función empresarial. No puedo resistir la tentación de proporcionar al lector un adelanto del mismo.

Los empresarios son "agentes promotores de civilización y progreso social", dice Gómez. Agrega que "precisamente en aquellos países donde existe un mayor número de emprendedores exitosos es donde se encuentran las mejores condiciones de vida para la población". Pero ¿qué es el éxito empresarial? ¿De dónde nace el éxito empresarial? Gómez contesta: "El éxito empresarial es consecuencia de la posibilidad de poder experimentar libremente corriendo riesgos, asumiendo costos y, también, pudiendo disfrutar de los beneficios que acarreen sus acciones cuando culminan positivamente". "La historia del progreso económico y tecnológico", dice el autor, "está escrita por los

emprendedores-innovadores que se aventuran en un mundo de cambio continuo, ignorancia y dura competencia".

Alejandro Gómez dedica nada más un capítulo a describir claramente la visión teórica de la función empresarial. Los textos de economía austriaca ponen el énfasis en la función empresarial y ocupan un espacio más en torno al tema. Pero describir la función empresarial y plasmarla en un marco teórico suele traducirse en páginas áridas y tediosas. Quizás por eso estos libros terminan siendo leídos solo por especialistas.

Para Gómez, el empresario se desenvuelve en una realidad dinámica, por lo que lo empresarial no puede explicarse mediante una teoría única. Todos los empresarios que han tenido la oportunidad de verse lanzados en alguna de estas aventuras saben muy bien que cada empresa es diferente de cualquier otra. En la vida real, la acción empresarial consiste en una vasta y compleja serie de decisiones, donde la información siempre es incompleta y en ocasiones incorrecta. Cada nodo interno en este sentido puede contener múltiples salidas y complicaciones. Raras veces el empresario se enfrenta con dicotomías como blanco o negro, respuestas correctas o incorrectas. Lo normal es que tenga que enfrentarse con un abanico de opciones y no siempre podrá explicar con precisión por qué se ha decidido por un rumbo o por otro. Cuando el empresario fracasa, se ponen en evidencia las razones de su fracaso. Sin embargo, cuando tiene éxito, las razones del mismo no son tan claras ni contundentes.

El éxito del empresario es, pues, el resultado de un proceso histórico único, que para el historiador resulta un trabajo arduo y dificil de explicar. Nuestro autor lo explica muy bien y hasta de manera entretenida. Fernando Savater dice que "los humanos no somos problemas o ecuaciones, sino historias; nos parecemos menos a las cuentas que a los cuentos". Las historias empresariales contadas por

Alejandro Gómez ofrecen múltiples lecciones para empresarios y en general para cualquier persona interesada en el progreso de las naciones. Abrigo la esperanza de que este libro sea leído por un amplio público que le huye a las ecuaciones, pero al que le interesan las historias de empresarios de carne y hueso, que nos sirven de inspiración y ejemplo.

En el mundo hispanohablante hacen falta más trabajos como este. Creadores de riqueza realza las virtudes empresariales y eleva la dignidad del empresario, presentándolo como lo que es: un héroe innovador e impulsor del progreso. Gómez nos cuenta historias mucho más atractivas que cualquier especialista de la materia: con la expectación del caso, pone en el centro la caja mágica empresarial y la abre ante los ojos de una cultura que no pocas veces desprecia el espíritu emprendedor. El conocimiento histórico de los auténticos creadores de riqueza es indispensable para quienes quieren construir un mundo más habitable y próspero. El futuro no existe en singular, sino en plural, dice el historiador Niall Ferguson. El pasado es uno solo, en singular, pero sujeto a muchas interpretaciones y a omisiones incluso. Una de las grandes omisiones en el mundo hispanohablante es esta: no contar las historias, siempre apasionantes y sujetas a interpretaciones distintas, de los emprendedores o creadores de riqueza. La difusión de las mismas eleva la dignidad del empresario en nuestra cultura y nos permitirá construir un futuro más digno. Creadores de riqueza es una obra que necesitábamos y que todo el que se interese por el progreso deberá leer y analizar detenidamente.

Introducción

La figura del emprendedor y las empresas a las que dieron vida ha sido tratado por diversos autores, los cuales podríamos dividir en dos grandes categorías: por un lado, están los que suelen enfocar el estudio de las empresas desde un punto de vista crítico (sobre todo cuando se analizan las grandes empresas multinacionales); por otro lado, están los autores que han analizado a los emprendedores en forma aislada; tomando sólo la evolución de la empresa, sus resultados económicos y las innovaciones que introdujeron en sus respectivos sectores, sin tener presente el contexto político, económico y social en el que tuvo lugar el surgimiento y la evolución del emprendimiento.

Creadores de Riqueza, apunta a rescatar la figura del emprendedor como un agente que aporta a la sociedad mucho más que su fortuna personal o el éxito económico de su compañía. Al hablar del concepto de creación de riqueza, estamos haciendo referencia a algo que va mucho más allá del ámbito de la empresa o del campo de la economía. La riqueza que se crea en el contexto de una economía de mercado, tal como se entiende en este libro, está directamente relacionada con los beneficios materiales y no materiales que se distribuyen libremente entre los miembros de la comunidad en la que las empresas ejercen su actividad. Cuando un emprendedor introduce una innovación que permite ahorrar tiempo en los quehaceres diarios de las personas o que permite acceder a un bien a un precio más bajo, también está dándole la posibilidad a los consumidores de disponer de más tiempo para realizar otras actividades (como ser ocio, educación, entretenimiento, o lo que cada uno se le antoje hacer en plena libertad) que no necesariamente se pueden cuantificar en términos económicos, pero que sin duda contribuyen directamente a mejorar la calidad de vida de las personas.

En las próximos capítulos de este trabajo se presentará la acción de los emprendedores en un sentido amplio, analizando cuál fue el contexto en el que surgieron y cómo han ido evolucionando a lo largo de los años, lo que nos permite tener una mejor comprensión de las decisiones que toman los emprendedores cada vez que deciden lanzarse al mercado con nuevas ideas. La importancia de estudiar la historia de las empresas, está dada en la posibilidad de analizar las acciones de emprendedores exitosos que, por lo general, son considerados como personas racionales que saben muy bien cada una de las decisiones que toman, cuando en realidad en muchos casos se mueven guiados por la intuición y percepción que tienen del mercado en el que se desempeñan. En este sentido, queda claro que un gran porcentaje de su éxito se debe a su capacidad de anticipar aquellas necesidades insatisfechas del mercado, que han sido ignoradas o desconocidas por el resto de sus competidores.

De todos modos, como veremos más adelante, el éxito en un momento determinado de la vida de un emprendedor no significa que el mismo sea perenne. Precisamente, otra de las características principales de la actividad empresarial está relacionada con la capacidad que tienen los emprendedores para adaptarse a un mercado que se encuentra en un estado de cambio permanente, no sólo por las modificaciones en el contexto económico y político, sino principalmente por los cambios constantes que suelen impulsar las empresas competidoras y, sobre todo, por los cambios que se producen en los gustos y preferencias de los consumidores. Esta dinámica en el proceso de mercado es tan intensa y compleja que sólo puede ser impulsada en

forma libre y espontánea por individuos, aislados o asociados voluntariamente, dentro de un marco institucional que asegure los derechos de propiedad de aquellos que se inician en la riesgosa aventura de *crear riqueza*.

Paradójicamente, los emprendedores que han logrado transformar una idea o modelo de negocios en una empresa valuada en ciento de millones de dólares, no recibieron el mejor trato por parte de aquellos dedicados a difundir su actividad. De hecho, cuando el emprendimiento está en sus etapas iniciales y empieza a crecer es visto por muchos como algo digno de ser destacado y que merece una atención positiva, ya que representa el espíritu de superación del hombre (sobre todo cuando este proviene de familias con orígenes humildes, como suele ser en la mayoría de los casos analizados en este libro). Pero a medida que el éxito de estos emprendedores se incrementa, como consecuencia de la aceptación de un público cada vez más amplio que elige libremente comprar sus productos o servicios, la percepción que se empieza a tener de estos empresarios es cada vez más crítica con respecto a sus empresas, como si éstas por el sólo hecho de ser más grandes perdieran su esencia y, de un día para el otro, hubieran dejado de brindar satisfacción a los consumidores, lo que en realidad es contradictorio ya que en una sociedad en la que predomina la libre competencia sólo pueden prosperar aquellas empresas que brindan mayor satisfacción a los clientes, razón por la cual lo único que hace posible el crecimiento de éstas es la elección diaria que hacen los consumidores cada vez que deciden destinar una parte de sus ingresos para comprar los bienes y servicios que las empresas ofrecen en el mercado.

De todos modos, por lo general el consumidor promedio no presta mucha atención a estas cuestiones ni hace especulaciones sobre estos temas, con lo cual su percepción con respecto a lo que representan las grandes empresas casi siempre está influenciada por lo que suelen argumentar los medios masivos de comunicación, los políticos o los grupos con intereses creados que pretenden obtener algún beneficio sectorial que no pueden generar a través de la competencia en una economía de mercado en la cual no haya interferencias gubernamentales. Por esta razón, se nos ocurre que es importante destacar el rol del emprendedor en la sociedad, que por lo general surge de familias de orígenes muy humildes, motivados por su curiosidad y sus deseos de superación personal, contando al momento de iniciar su aventura con tan sólo algunas ideas y sus ganas de llevarlas a la práctica, arriesgando casi todo lo que tienen en la búsqueda de llevar adelante su emprendimiento.

Con este objetivo en mente, hemos organizado el trabajo en once capítulos en los que, primero se presenta una síntesis del contexto histórico y económico, y en segundo lugar, se analizan los casos de emprendedores que han hecho aportes sustanciales para mejorar la calidad de vida de las personas. En la selección de los casos, se ha tenido en cuenta que los mismos havan surgido sin avuda de los gobiernos de turno (salvo en los que casos en los que por el contexto o la región en la que surgieron ello fuera prácticamente imposible). También se privilegió el caso de emprendedores o managers que hayan llegado al éxito proviniendo actividades ajenas con el sector en el que finalmente se destacaron. Por último, consideramos casos de personas que provenían de familias de orígenes humildes, lo que también nos da la oportunidad de destacar el hecho de que para llegar a ser un empresario exitoso no es necesario provenir de una familia pudiente o tener contactos importantes cercanos al poder político o económico.

Cronológicamente el libro comienza con la Edad Media y finaliza a comienzos del siglo XXI. La elección de la Edad Media está dada en que muchos de los cambios que se introducen en los tres últimos siglos de ese período,

fueron los que forjaron las bases de la economía capitalista que se desarrollaría unos siglos más adelante. El capítulo 1, presenta un análisis teórico de la figura del emprendedor v su impacto en la sociedad, en el mismo se analiza las condiciones en las que se producen mayor cantidad de casos de emprendimientos, así como los riesgos y la función social del empresario. En el capítulo 2 nos enfocamos en el aporte de los mercaderes y banqueros medievales, así como en sus aportes institucionales y tecnológicos, los que con el transcurrir del tiempo se convertirían en antecedentes de las empresas modernas. El capítulo 3, tomará el período de la primera revolución industrial y la aparición de las grandes corporaciones, analizándose particularmente el caso de James Watt y Matthew Boulton. En el capítulo 4, continuamos con la segunda revolución industrial, los cambios en el transporte y las comunicaciones entre finales del siglo XIX y comienzos del XX, analizando el caso de David Sarnoff y su imperio multimedia con RCA. El capítulo 5 analizará la aparición de los íconos del mundo de los negocios como Andrew Carnegie, David Rockefeller y Henry Ford, con su revolución en la producción de acero, petróleo y automóviles. El capítulo 6 analiza las consecuencias económicas y comerciales de la Primera Guerra Mundial, y el surgimiento de un nuevo estilo de management introducido por Alfred Sloan en General Motors. En el capítulo 7, se verá el impacto de la crisis del treinta en la empresas, haciendo hincapié en cómo reaccionaron IBM, GM, Procter&Gamble, Coca-Cola y Disney ante esa circunstancia. El capítulo 8 examina el rol que tuvieron las empresas durante la Segunda Guerra Mundial, así como también el aporte de las mujeres en el mundo de los negocios, tomando como ejemplo los casos de Madame C. J. Walker y el de Mary Kay.

El mundo de la posguerra y la revolución tecnológica, con sus cambios sociales, políticos y económicos serán tratados

Creadores de Riqueza

en los últimos tres capítulos. El capítulo 9 trata el nuevo orden económico que surge de los Acuerdos de Bretton Woods y el gran crecimiento que se produjo entre 1950-1970. Justamente en estos años surgen empresas como McDonald's v Wal-Mart que revolucionaron sus mercados. En el capítulo 10 se estudiará el impacto de la guerra fría en el desarrollo del mundo tecnológico, y la aparición de las empresas que lideraron la revolución informática como IBM, H-P, Intel v Microsoft. Por último, el capítulo 11 examina los cambios que se producen en la economía mundial v en las empresas luego de la crisis del petróleo de 1973. El surgimiento de las empresas japonesas y su revolucionario sistema del just in time implementado por Toyota. En este contexto, en la década del ochenta tendrá su despegue un nuevo modelo de venta de café en Estados Unidos que con el tiempo se convertiría en una cafetería global: Starbucks. Caso con el que cerramos nuestro recorrido de casi mil años de historia de emprendedores.

Capítulo 1 El emprendedor y su impacto en la sociedad

Emprendedores y sociedad: la visión tradicional

Las sociedades que a lo largo de la historia han podido progresar en todos los aspectos del quehacer humano han contado con la presencia de emprendedores-innovadores, los cuales han aportado adelantos de todo tipo que beneficiaron, en distinto grado, a toda la comunidad. Si bien es cierto que las acciones de estos emprendedores fueron motivadas, en la mayoría de los casos, por la ambición personal, el fin de lucro y la curiosidad, no es menos cierto que las consecuencias de sus acciones redundaron en mejoras no sólo para sí mismos sino también para sus contemporáneos y para las generaciones futuras.

De todos modos, es curioso observar que estos emprendedores-innovadores generalmente son ignorados a la hora de hacer un estudio de la historia de los avances de la civilización occidental. Es más, en la mayoría de los textos en los que se analiza su actuación, se lo hace con una connotación negativa. Por lo general, se sostiene que son personas que se han enriquecido a costa de los consumidores. Así, el emprendedor es visto como aquel que sólo busca su beneficio personal o sectorial a costa del resto de la comunidad, como si el éxito económico del que llegaron a gozar fuera la consecuencia directa del perjuicio del resto de la sociedad.

En nuestros días, es común escuchar todo tipo de críticas al capitalismo y a las grandes empresas que son su cara más visible. Políticos, líderes religiosos, periodistas e intelectuales llenan periódicos, espacios audiovisuales y libros criticando y culpando al capitalismo por todas las calamidades que nos ocurren, al tiempo que añoran una sociedad más igualitaria en la que todo el mundo vivía en condiciones de igualdad y en un ambiente menos contaminado por las grandes fábricas.

Para muchos de estos críticos del capitalismo, los emprendedores y las corporaciones multinacionales son los principales culpables de todos los males que deben sufrir los sectores más pobres de la sociedad. De hecho, solemos ver con título catástrofe en la portada de los periódicos cuando una empresa toma la decisión de despedir a un gran número de empleados, pero casi nunca leemos sobre la cantidad de empleados a los que dan trabajo estas mismas empresas. Parecería que el capitalismo y los empresarios solo son responsables de los hechos negativos pero que no tienen ningún mérito a la hora de contabilizar los beneficios de los que gozan los habitantes de las sociedades industrializadas. Si se sigue esta línea de razonamiento, no es extraño observar los pedidos de implementar más controles sobre la economía y las empresas, especialmente a partir de la crisis económica a nivel global que se viene experimentando desde finales de 2007. Así las cosas, parece que la única solución que se les ocurre a la mayoría de los políticos e intelectuales que analizan el tema es crear obstáculos legales para limitar las consecuencias negativas del capitalismo y sus "agentes propagadores", los empresarios. Para estos propulsores de un mayor intervencionismo, el denominado "capitalismo salvaje" es la causa de todas las inequidades y privaciones que padece la mayoría de la población mundial.

Ahora bien, esta reacción contra los emprendedores y hombres de negocios no es algo que ha surgido en estos últimos años, sino que ha estado presente a lo largo de la historia. Para no alejarnos mucho en el tiempo, podemos situarnos entre los siglos XIII v XIV de nuestra era v ver la condena que sufrieron los mercaderes medievales por parte de nobles y religiosos. Su actividad era "tolerada" como un mal necesario, el mercader que compra v vende productos elaborados por otras personas no tendría porque enriquecerse más que aquellos que habían producido estas mercancías. El prestamista que adelantaba dinero al productor no tendría por qué cobrar interés, ya que él no había hecho ningún tipo de esfuerzo en la operación. Y el mismo rechazo sufrían aquellos hombres que a lo largo de los siglos XVI y XVII se animaron a experimentar v a hurgar en el campo de las ciencias para lograr mejores maquinarias y procesos productivos. Tampoco faltaron los que argumentaron que aquellos emprendedores que descubrían nuevos métodos de producción, más eficientes y económicos, perjudicaban a los artesanos que veían peligrar su fuente de trabajo, así como a los campesinos que debían emigrar a la ciudad por culpa de las nuevas herramientas agrícolas que ahorraban trabajo en el campo.

Más cerca en el tiempo, los grandes emprendedores de la segunda mitad del siglo XIX y comienzos del siglo XX han sido catalogados como robber barons. Uno de los autores que más ha influido con su prédica antiempresarial fue Thorstein Veblen con su trabajo Theory of Business Enterprise publicado en 1904. En el mismo, Veblen sostiene que a la empresa moderna sólo le interesa acumular capital, sin importarle si para hacerlo perjudica o beneficia a la comunidad en donde se desempeña. Este autor influenció a John M. Keynes, quien también se refirió a los empresarios en forma negativa al sostener que eran seres ignorantes, cínicos y con falta de escrúpulos. En los años treinta esta

