



Suma de Negocios

ISSN: 2027-5692

ISSN: 2215-910X

Fundación Universitaria Konrad Lorenz

Bucardo Castro, M.A. Alberto; Saavedra García, María Luisa; Camarena Adame, María Elena
Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios

Suma de Negocios, vol. 6, núm. 13, 2015, Enero-Junio, pp. 98-107

Fundación Universitaria Konrad Lorenz

DOI: 10.1016/j.sumneg.2015.08.009

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=609964673011>

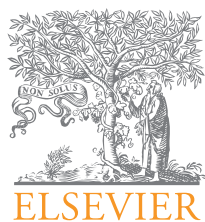
- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UAEH [redalyc.org](http://www.redalyc.org)

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



SUMA DE NEGOCIOS

www.elsevier.es/sumanegocios



Artículo de revisión

Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios

M.A. Alberto Bucardo Castro^a, María Luisa Saavedra García^{b,*}
y María Elena Camarena Adame^c

^aM.Sc. Universidad La Salle, México.

^bPh.D. Universidad Nacional Autónoma de México.

^cPh.D. Universidad Nacional Autónoma de México.

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

Recibido el 25 de febrero de 2015

Aceptado el 10 de abril de 2015

Palabras clave:

Emprendedor

Empresario

Emprendimiento

Keywords:

Entrepreneur

Businessman

Entrepreneurship

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es presentar una revisión de los conceptos de emprendedor y empresario, intentando llegar a una definición y considerando que son conceptos distintos y a veces se utilizan como sinónimos. Para este fin se realizó una investigación documental de fuentes científicas de información. En la primera parte de este trabajo se presenta el tema de emprendedores y empresarios, en la segunda se desarrolla el tema de emprendedores tratando de presentar una caracterización, y en la tercera se desarrolla el tema del empresario, presentando las principales teorías que lo definen; finalmente se presentan las conclusiones de este trabajo.

© 2015, Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Publicado por Elsevier España, S.L.U. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la Licencia Creative Commons CC BY-NC-ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>).

Towards an understanding of the concepts of entrepreneurs and business

ABSTRACT

The aim of this paper is to present a review of the concepts of the entrepreneur and businessman, with the intention of arriving at a definition for each one, considering that they are different concepts, sometimes used as synonymous. For this end, a literature search was performed using scientific information sources. In the first part of the paper, the topic of entrepreneurs and businessman is developed, and in the second part, the specific topic is related only to entrepreneurs, in an attempt to characterize them. This is followed by that of the businessman, presenting the main theories that define it, and finally, the conclusions of the paper are presented.

© 2015, Konrad Lorenz University Foundation. Published by Elsevier España, S.L.U. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons CC BY-NC ND Licence (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>).

*Autor para correspondencia.

Correo electrónico: maluisasaavedra@yahoo.com (M.L. Saavedra García).

Sin duda, el desarrollo y el crecimiento de cualquier país se basan en el número y la calidad de las empresas que existen en él, ya sean industriales, comerciales, gubernamentales o de servicios. Tocar el tema empresas abre un amplio campo para la investigación y el análisis, no solo por el impacto que estas tienen en los distintos sectores de la economía en términos de la valorización de sus productos o servicios, sino también por su incidencia en la generación de empleo, el desarrollo regional, la innovación de productos y procesos y la investigación, entre otros aspectos. Pero si bien es fundamental analizar el tema empresas, no lo es menos referirse primero a quienes las crean, ya sea aportando ideas innovadoras, cristalizándolas y tomando el riesgo de echarlas a andar, más con la pasión que con la razón, como lo hacen los emprendedores, o como los empresarios, que, más que con el corazón, también invierten recursos a largo plazo, con la mente fría y con un marcado ánimo de lucro, evaluando y valorando el riesgo, en empresas no necesariamente innovadoras pero sin duda igual de importantes por el impacto económico que generan.

El objetivo de este trabajo es presentar una revisión de los conceptos de emprendedor y empresario, intentando llegar a una definición y considerando que son conceptos distintos que a veces se utilizan como sinónimos. En la primera parte de este trabajo se presenta el tema emprendedores y empresarios, posteriormente se desarrolla el tema emprendedores tratando de presentar una definición y una caracterización, desarrollando también el tema emprendedor social, puesto que se considera de alta relevancia en los tiempos actuales; en la tercera parte se desarrolla el tema del empresario y se presentan las principales teorías que lo definen; finalmente, se presentan las conclusiones de este trabajo.

Emprendedores y empresarios

Ambos términos por lo general se toman como sinónimos, cuando en realidad están debidamente marcadas las diferencias entre uno y otro concepto. Un emprendedor no necesariamente es un buen empresario, ni un empresario es necesariamente un emprendedor, aunque existen más casos de emprendedores-empresarios exitosos (Steve Jobs, Bill Gates, Michael Dell, por citar algunos de los más conocidos) que de empresarios-emprendedores exitosos. El Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua señala las siguientes definiciones:

Emprendedor. Que emprende con resolución acciones dificultosas.

Empresario. Titular propietario o directivo de una industria, negocio o empresa.

De acuerdo con las definiciones señaladas, podemos identificar la primera gran diferencia entre los términos: el emprendedor emprende acciones innovadoras, siendo que el empresario, como su nombre indica, está íntimamente ligado a las empresas, ya sea en su papel de propietario, socio o directivo.

Emprendedores

Pereira (2003) menciona que el término *entrepreneur* apareció por primera vez en el texto “*Essai Sur la Nature du Commerce en Général*”, escrito por Richard Cantillon (1755). El término designaba a una persona caracterizada por comprar productos a precios conocidos para venderlos en el mercado a precios desconocidos; esta concepción asoció al término emprendedor con los elementos conceptuales de recursos y riesgo. Pereira (2003) también señala que posteriormente el concepto fue enriqueciéndose con los aportes de economistas importantes como Say (1852), Knight (1921), Baumol (1968 y 1993), Braudel (1985) y Casson (1982), quienes diferenciaron al emprendedor del inversionista, al reconocer la diferencia en el rendimiento que cada uno espera de sus acciones. El inversionista espera el rendimiento sobre el capital, mientras que el emprendedor busca el resultado de quitar de las utilidades que su acción emprendedora genera los costos incurridos por el uso del capital del inversionista.

Por su parte, García, Álvarez y Reyna (2007) señalan que el primero en poner de manifiesto que el emprendedor es un ente generador de crecimiento económico fue Schumpeter (1934) y que desde entonces, hasta fechas más recientes, estudios como los de Johnson y Loveman (1995) demuestran la importancia del desarrollo de las economías de mercado a través de los emprendedores de éxito y que, así como otros investigadores constatan que la creación de nuevos negocios tiene como principal recurso la figura del emprendedor, es lógico que el espíritu emprendedor sea uno de los nuevos campos de investigación en la Administración de Empresas. Perryman (1982, citado en García et al., 2007) lo denomina “fase de pre-ciencia”¹, mientras que Wortman (1987, citado en García et al., 2007) señala que la mayoría de los trabajos empíricos sobre este tópico han sido realizados en las dos últimas décadas. García et al. (2007) también mencionan que se comprende entonces que las revisiones realizadas por numerosos autores sobre las diferentes corrientes teóricas de Brockhaus (1987), Gartner (1988), Cooper y Gascon (1992), Slevin y Covin (1995), Aldrich y Baker (1997) y Greenwood (2002) pongan de manifiesto severas críticas, entre las que destacan problemas de tipo metodológico y estadístico. Otros autores inciden en la ausencia de paradigmas que respalden la coherencia de las investigaciones, al tiempo que señalan que la interdisciplinariedad del campo de estudio conduce al intento de crear múltiples paradigmas no carentes de ambigüedad (Low & MacMillan, 1988). No obstante, Ibrayeva (1999, citado en García et al., 2007) mantiene que hay evidencias de que las recientes investigaciones tienden a converger en distintos modelos y teorías.

Es relevante lo que Rodríguez (2009) señala respecto a la fisiocracia o teoría económica clásica sobre el tema del emprendimiento, pues también menciona que no se observa un consenso generalizado sobre el tema puesto que algunos lo asimilaban como el individuo que asume el riesgo (Cantillon, Baudeau, Thunen, Bentham); otros, como el trabajador supe-

¹Pre-ciencia: cuando la opinión común de la comunidad científica considera un conjunto de verdades demostradas que contiene hipótesis todavía no probadas (Artigas, 1989).

rior (Say y Smith); otros lo relacionaron como el hombre inteligente (Cantillon, Quesnay, Baudeau y Turgot), y otros más lo calificaron como el innovador (Smith, Bentham y Mangoldt). Así pues, Rodríguez (2009) asume que esta diversidad de tendencias para la época se ve reflejada hoy, cuando no se vislumbra un tipo homogéneo de emprendimiento y que para generalizar el concepto se distinguen dos características: una, que el emprendedor es tomador de riesgo y persona demasiado inteligente (Cantillon, Thunen y Baudeau); y la otra, que el emprendedor toma decisiones con riesgo innovador y como trabajador innovador que hace la diferencia (Bentham y Smith, citados en Rodríguez, 2009).

Pereira (2003) señala que Schumpeter (1961 y 1965) identificó al emprendedor como el “destructor creativo” que rompe los ciclos ajustados del mercado mediante la introducción de una innovación que le brinda una ventana de tiempo monopolística que le permite fijar un precio muy superior al costo de los recursos utilizados para la producción. La diferencia entre estos dos valores es el rendimiento del emprendedor, que con el tiempo se reduce cuando es copiado por sus competidores, lo que lleva los precios a niveles bajos ajustados en el mercado. De este modo se restablece el ciclo que el emprendedor volverá a romper con otra innovación y, por lo tanto, lo que realmente diferencia al emprendedor es un proceso de desarrollo caracterizado por la innovación constante.

Gartner (1985) plantea que la complejidad y la variedad de los emprendedores hace imposible caracterizar a un emprendedor promedio y por ende la construcción de una base teórica común a este campo del conocimiento (Bygrave, 1989). En respuesta a esta situación, Bygrave y Hofer (1991) proponen que la delimitación del campo de conocimiento del espíritu emprendedor se amplíe, y que además del estudio de las características personales y las funciones del emprendedor se incluya el estudio del proceso emprendedor y sus características. Es decir, pasar de una concepción estática del espíritu emprendedor, entendida como una lista de características que permitirán obtener buenos resultados emprendedores, a una concepción dinámica del problema desde el punto de vista del proceso del evento emprendedor y del emprendedor mismo. Estos autores proponen considerar el proceso emprendedor como el conjunto de las funciones, actividades y acciones asociadas con la percepción de la oportunidad y la creación de la organización para explotarla.

Pereira (2003) cita, en este orden de ideas, que el emprendedor es quien percibe la oportunidad y crea la organización para aprovecharla; Gartner (1985) propone como elementos para el estudio del espíritu emprendedor los siguientes: (a) el entorno; (b) las características del individuo; (c) el proceso, y (d) la organización creada. Por otra parte, entre los autores más influyentes que han estudiado la dimensión del emprendedor, se encuentra De Vries (1977), quien identifica al emprendedor a partir de los roles que cumple al concebir e implementar la idea: (a) innovación; (b) administración o coordinación, y (c) toma de riesgos. Por otra parte, De Vries señala que cuando autores como Drucker (1970) suman las tareas del emprendedor como proyección, combinación, innovación y anticipación, no están más que retomando las propuestas originales de Schumpeter. La innovación se puede entender a partir del modelo de Schumpeter (1965), quien resalta esta

característica como la función del emprendedor, quien adiciona la ganancia emprendedora a una combinación novedosa de factores de producción existentes. La diferencia en el rol de administración no es suficiente para diferenciar entre el emprendedor y el administrador, según De Vries (1977). Esta posición no es compartida por Casson (1982), Baumol (1968) y Kirzner (1973), quienes consideran al administrador como un tomador de decisiones pasivo y calculador, que reacciona mecánicamente ante los cambios del entorno. Según Baumol (1968), el emprendedor es más que un organizador, tal como lo concibe Casson (1982), y que un innovador, como lo plantea Schumpeter (1965), pues el emprendedor debe conseguir nuevas fuentes de recursos y métodos de mercadeo, además de estructurar la nueva organización.

Para completar la concepción de emprendedor propuesta por De Vries (1977), es necesario adicionar la dimensión de la toma de riesgo: el emprendedor no solo arriesga su capital económico, sino también su imagen social y los costos psicológicos asociados con el fracaso. Curto (2012) señala que, para Drucker, empezar un negocio no es condición necesaria ni suficiente para ser emprendedor, y para Gregory Dees, los emprendedores no tienen por qué ser necesariamente inventores, sino que simplemente tienen que adoptar una visión creativa a la hora de poner en práctica invenciones de otros. Dees (1998) toma prestadas ideas de Schumpeter, Stevenson, Say y Drucker para identificar cuatro aspectos diferenciadores del emprendimiento: (a) destrucción creativa: según Schumpeter, la generación de productos o servicios innovadores destruye los que estaban previamente en el mercado; (b) creación de valor: según Say, el emprendedor traspasa recursos económicos de un área de baja productividad a una de alta productividad y mayor rendimiento; (c) identificación de oportunidades: para Drucker, un emprendedor no genera cambio, sino que explota las oportunidades que el cambio brinda, y (d) ingenio: Stevenson destaca la capacidad de los emprendedores no solo de aprovechar oportunidades, sino también de afrontar los retos que conlleva la falta de recursos para llevarlas a cabo.

En la tabla 1 se presenta un resumen de las definiciones del emprendedor vertidas por los diferentes autores analizados.

Características del emprendedor

García et al. (2007) señalan que no hay duda de que va en aumento el consenso sobre la existencia de diferentes causas detrás de los procesos del espíritu emprendedor, como apuntan MacMillan y Katz (1992), Zahara (1991), Naffzinger (1995) y Paige (1999). Mencionan que la proliferación de estos planteamientos teóricos, tanto en investigación como en estudios descriptivos, hace de este campo un terreno todavía por explorar y que no proliferó en investigaciones desde Schumpeter hasta los años ochenta, y a partir de esa década hasta nuestros días es cuando se han impulsado las investigaciones, lo cual supone que cualquier esfuerzo en este sentido es bien recibido en la comunidad científica. También señalan que, aunque estamos en un periodo de preciencia, hay bases ya cimentadas para desarrollar trabajos a partir de los iniciados, lo que permite ir avanzando en esta faceta del emprendedor.

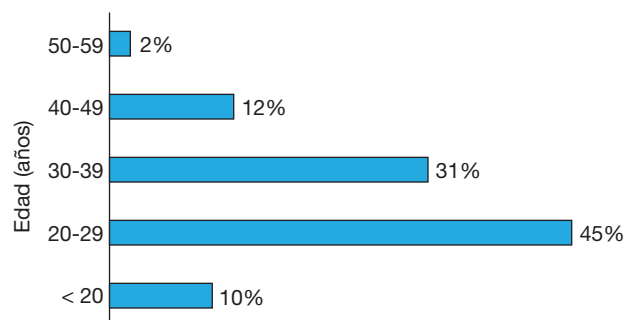
Tabla 1 – Definición del emprendedor

Autor	Definición
Richard Cantillon (1975)	Una persona que se caracteriza por comprar productos a precios conocidos para venderlos a precios desconocidos
Schumpeter (1934)	Ente generador de crecimiento económico. Destructor creativo (proceso de desarrollo caracterizado por la innovación constante)
Cantillon, Thunen y Baudeau (Citados en Rodríguez, 2009)	Tomador de riesgo y persona demasiado inteligente
Benthan y Smith (Citados en Rodríguez, 2009)	Tomador de decisiones con riesgo innovador y como trabajador innovador
Pereira (2003)	Es quien percibe la oportunidad y crea la organización para aprovecharla
De Vries (1977)	Concibe e implementa una idea a través de la innovación, administración y toma de riesgos
Drucker (1970)	Ejecuta las tareas de proyección, combinación, innovación y anticipación
Baumol (1968)	Es más que un organizador y que un innovador, debe conseguir nuevas fuentes de recursos y métodos de mercadeo y estructurar una nueva organización
Dees (1998)	Es capaz de destrucción creativa, creación de valor, identificación de oportunidades e ingenio

Fuente: elaboración propia con base en los autores citados.

Al respecto hay preguntas muy interesantes que numerosos estudios plantean; por ejemplo, Herron (1994 citado en García, et al. 2007) hace las siguientes preguntas: ¿las características del emprendedor tienen realmente un impacto significativo en la creación y el desarrollo de la empresa? y ¿cuáles de estas características son más significativas o imprescindibles para el emprendedor? Él mismo da una respuesta sin constatar, afirmando que existen fundadas razones para pensar que unas características determinadas afectan positivamente a la creación y el desarrollo de un proyecto empresarial de éxito. García et al. (2007) señalan que Boliko (1996) y Selameab (1997) plantean: ¿cuáles son las características que posee el emprendedor de éxito y el grado de importancia de cada una? Naffzinger (1998) argumenta que cualquier trabajo de investigación que en este sentido intente dar respuesta a preguntas de esta índole tendrá dificultades, ya que individuos carentes de cualidades emprendedoras intentarán comenzar la creación de sus propios negocios para salir de situaciones de crisis laboral, como vemos en el entorno actual.

La comunicación constante con aceleradoras de negocios, incubadoras de empresas, fondos de inversión y empresarios individuales en distintos foros relacionados con temas de emprendimiento permite fijar un criterio que contribuye a evaluar las características que en diversos estudios, artículos y foros se publican constantemente respecto a las características del emprendedor. En términos generales, podría señalarse que el emprendedor es un soñador, un idealista, alguien que tiene una idea innovadora y que va tras su objetivo más con

**Figura 1 – Edad al abrir la primera empresa. Fuente: Ernst and Young (2011).**

el corazón que con la razón, por lo que no le importa lo que cueste alcanzarlo en términos de tiempo, dinero y esfuerzo. Si proponemos una clasificación, diríamos que el emprendedor-implementador cree en su proyecto y no cesará hasta llevarlo a cabo, sin que el riesgo implícito de fracaso le afecte en su determinación; y si fracasa, buscará un nuevo proyecto. Este emprendedor se diferencia del emprendedor-diseñador en que este solo genera ideas novedosas, pero no tiene la actitud para llevarlas a cabo, y se diferencia del emprendedor-empresario en que este une el corazón a la razón, mide el riesgo, echa a andar la empresa y su visión es de planeación a largo plazo.

Un estudio realizado por la firma Ernst and Young (EY) entre 685 emprendedores (Ernst and Young, 2011) arrojó información relevante respecto a las características de los emprendedores, su mentalidad y sus habilidades, destacando los siguientes hallazgos:

- La mayoría de los emprendedores son jóvenes, y de estos, la mayoría considera que la experiencia laboral previa y la educación superior son factores de éxito. Según se observa en la figura 1, el 45% de los emprendedores encuestados por EY iniciaron su primer negocio entre los 20 y los 29 años y el 31% lo inició entre los 30 y los 39 años. Solo un 10% lo inició con menos de 20 años. El principal factor de éxito como emprendedor para el 33% de los encuestados es haber trabajado previamente como empleado, seguido de un 30% que atribuye su éxito a una educación superior. Lo anterior se explica si se considera que entre los 20 y los 29 años la mayor parte de los jóvenes no tienen aún compromisos familiares que limiten su interés en tomar riesgos, y entre los 30 y los 39 años, aun teniendo familia, se cuenta con experiencia laboral y cierto capital que incentiva a tomar el riesgo. La encuesta arroja que la educación superior es un factor que también se considera como base del éxito, según se observa en la figura 2; una buena orientación hacia el desarrollo de la capacidad innovadora y la vivencia de un entorno creativo motivan a un gran número de estudiantes a desarrollar actividades de emprendimiento que derivan en nuevas empresas; cabe aclarar que hay casos extremos donde no necesariamente se concluye la universidad para ser emprendedor exitoso, pero no todos los días aparecen los Gates, los Dell y los Zuckerberg que dejan la escuela para alcanzar el éxito con el desarrollo de sus innovaciones.

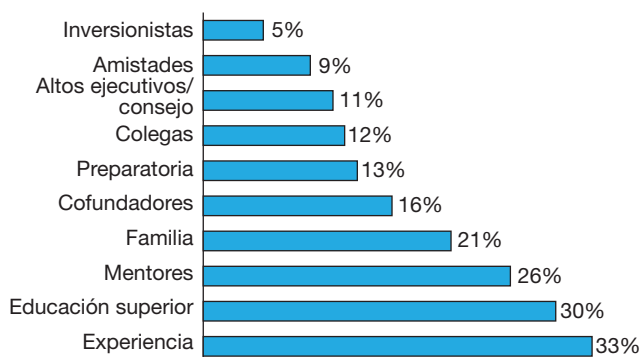


Figura 2 – Factores que contribuyen al éxito de los emprendedores. Fuente: Ernst and Young (2011).

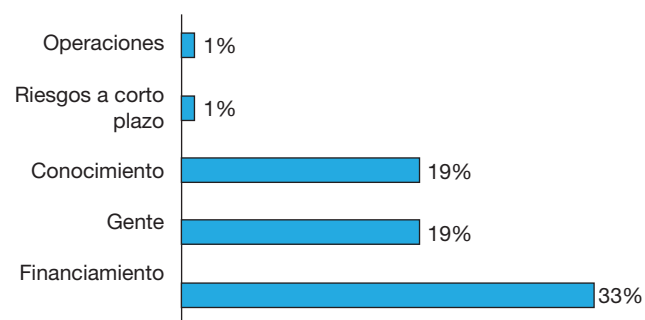


Figura 3 – Retos principales para tener éxito al iniciar un negocio. Fuente: Ernst and Young (2011).

- El financiamiento, la gente y los conocimientos son las principales barreras para que los emprendedores alcancen el éxito. El problema del financiamiento afecta no solo a los emprendedores, sino a las empresas en general. Si para una empresa en marcha de tamaño pequeño o mediano es difícil conseguir financiamiento, para una empresa que empieza es casi imposible obtener recursos sin un historial exitoso previo. La figura 3 muestra la percepción de los emprendedores encuestados por EY respecto a sus principales retos. Está claro que los bancos y las fuentes de financiamiento tradicionales no son opción para un negocio que empieza; normalmente son los fondos de inversión especializados la alternativa externa para obtener recursos que apalanquen el inicio del negocio, además de los recursos propios o de familiares y amigos. La figura 4 ilustra las diferentes etapas de los emprendimientos y sus fuentes de financiamiento. El eje horizontal muestra cómo evoluciona la empresa en sus diferentes etapas de crecimiento y el eje vertical muestra las fuentes de financiamiento externo en función de la perspectiva de los financiadores en el tiempo. En términos del emprendedor, primero surge la idea, se crea un prototipo, se arranca el negocio (*start-up*) y, si todo va bien, la empresa transita por tres fases de crecimiento, con duración variable en función de sus características; desarrollo temprano (*early*

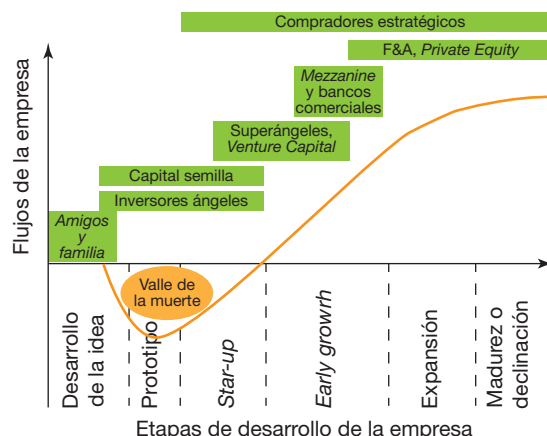


Figura 4 – El ciclo de crecimiento de la empresa y sus etapas de financiamiento. Fuente: Monge y Rodríguez (2010).

growth), expansión y madurez. Para el financiamiento, en su arranque el emprendedor se financia con amigos, familia y otros (*fools, family and friends*) o con capital semilla (*seed capital*); en su etapa de prototipo, por lo general es donde participan los inversionistas ángeles, y en el arranque, el desarrollo temprano y hasta antes de su expansión, participan los fondos de capital de riesgo. Después de esta etapa generalmente, al tener ya una historia exitosa, los bancos y los fondos *mezzanine* participan en el financiamiento, y en etapas más avanzadas se generan alternativas más sofisticadas, como podrían ser fusiones y adquisiciones y aportaciones de capital privado de inversionistas o fondos. El estudio de EY hace referencia al dilema de ser rico o ser rey que señala Wasserman (2012) o la trampa de control como lo llama De Vries (1977), lo que se refiere a que si el deseo de riqueza (ser rico) es lo que impulsa al líder emprendedor, se debe aceptar capital de fuera, renunciar al mando y gozar de un pedazo más pequeño de un pastel más grande. Si el deseo de dirigir un negocio exitoso (ser rey) es una motivación más fuerte, la elección debe ser depender del financiamiento de deuda o del autofinanciamiento, mantener el control de la compañía y aceptar que el crecimiento podría verse restringido. Según Wasserman (2012), un problema común es que muchos emprendedores insisten en ser tanto ricos como reyes. Además, muchos líderes emprendedores podrían no tener claro lo que valoran más (ser rico o ser rey), y esto podría dar pie a decisiones incongruentes. De Vries (1977) señala un resultado más destructivo asociado con la retención del control. Esto significa que el fundador se rodea de gente que en todo momento está de acuerdo con él, cierra el paso a los argumentos en contra y ejerce influencia en los medios de negocio.

- La gente y el conocimiento. Este problema se refiere tanto al reto de encontrar a la gente correcta con las habilidades y los valores necesarios para ejecutar la visión estratégica del líder emprendedor, sin caer en la trampa de la retención del control mencionada ante-

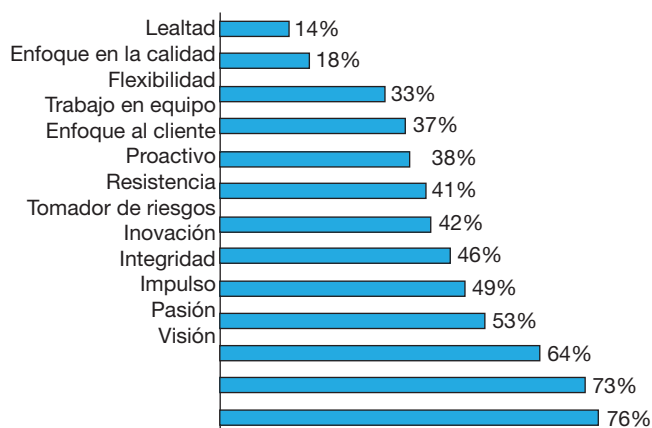


Figura 5 – Las cualidades más importantes de los emprendedores exitosos. Fuente: Ernst and Young (2011).

riormente por De Vries (1977), y la necesidad de que el emprendedor tenga el conocimiento adecuado para que progrese su negocio. Lo anterior está relacionado con la analogía de la forma en “T” (Guest, 1991), que se refiere a las características que ilustran la importancia del conocimiento; según esta analogía, la línea vertical de la “T” estaría referida a la profundidad del conocimiento sobre un tema específico y la línea horizontal, a los conocimientos generales requeridos para dirigir una empresa exitosa. Como reafirmación de lo mencionado en todo este apartado sobre lo que impulsa al emprendedor, se muestran en la figura 5 los resultados obtenidos por EY respecto a las cualidades más relevantes de los emprendedores. Complementando los hallazgos de Ernst and Young (2011) mostrados en la figura 5, García et al. (2007) hacen una interesante propuesta respecto las características que configuran el espíritu emprendedor de los creadores de pymes con éxito, aunque se debe aclarar que su estudio está enfocado a emprendedores en España. La propuesta mencionada establece que hay dos grupos de factores que contienen dichas características (tabla 2). Los autores destacan que a los factores potenciadores no se les concede la importancia que hasta ahora se da en muchos trabajos, ya que son aspectos del espíritu emprendedor que no conforman su núcleo duro, sino que son características impulsoras pero no determinantes. Grau (citado en García et al., 2007) señala que a estos cuatro puntos se debe añadir un quinto elemento igualmente importante: la elevada capacidad de aceptar el riesgo.

Emprendedor social

En los últimos años ha venido desarrollándose en todo el mundo de manera importante el concepto de emprendimiento social, el cual se diferencia del emprendimiento tradicional en que el emprendedor social busca satisfacer en primer lugar las necesidades de la sociedad en que se desenvuelve, a través de emprendimientos que, sin ser típicamente como los de la

Tabla 2 – Características del emprendedor

<i>Factores generadores</i>	Contienen las características esenciales en el espíritu emprendedor de índole intrapersonal
Primer nivel	Creatividad Fuerte voluntad Vanidad Nivel de profesionalidad alto
Segundo nivel	Confianza en las personas al inicio Selección de personal adecuado
Tercer nivel	Buen carácter Independencia
<i>Factores potenciadores</i>	Contienen las características que contribuyen a desarrollar el espíritu emprendedor
Primer nivel	Ambición Buscar personas para el equipo Espíritu de sacrificio Arriesgado
Segundo nivel	Insatisfacción laboral Necesidad Audacia
Tercer nivel	Entusiasmo Ilusión

Fuente: elaboración propia con datos de García et al. (2007).

empresa privada, tampoco lo son como los del sector público o las organizaciones no gubernamentales. Por lo general, el emprendedor social busca el lucro, pero no con el fin de beneficiarse él mismo, sino para generar los recursos que le permitan reinvertirlos, mantenerse o expandirse para seguir apoyando su causa social, la cual puede ser ambiental, de salud, de vivienda o de derechos humanos, por ejemplo. Ashoka² es la organización que a la fecha ha avanzado más en el tema apoyando a través de mentores el desarrollo de emprendedores sociales de diversos tipos y proyectos, y ha logrado impactos importantes en el mundo principalmente difundiendo y dando un enfoque diferente al concepto de emprendedor; Ashoka define al emprendedor social como la persona que busca resolver los problemas sociales más apremiantes, de la manera más innovadora y con un enfoque de cambio sistémico.

Para la Fundación Skoll, los emprendedores sociales son líderes probados cuyos enfoques y soluciones a los problemas sociales están ayudando a mejorar las vidas y circunstancias de incontables individuos desfavorecidos. Este nuevo enfoque de emprendimiento social también ha tenido influencia en los inversionistas; al aparecer, lo que se conoce como inversión de impacto: colocar capital activamente en empresas y fondos que generan beneficios sociales o ambientales y además sean rentables para el inversionista. De esta forma se apoyan proyectos con o sin fines de lucro y de alto impacto, a tasas de interés o condiciones de inversión favorables para los emprendedores sociales. Lo anterior ha venido cambiando también el concepto de filantropía, pues las grandes fundaciones ya

²Fundada en 1980 en Washington D.C. por William Drayton. Para más información, consulte www.ashoka.org. Destacados líderes mundiales como Jeff Skoll y Klaus Schwab han creado también fundaciones para el apoyo a emprendedores sociales.

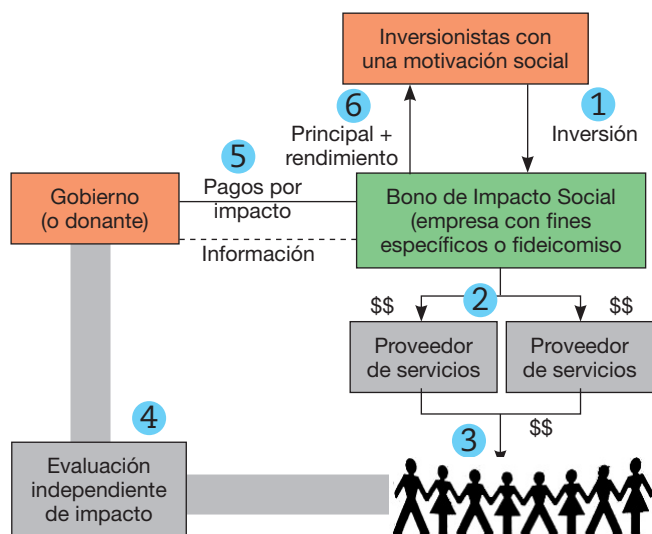


Figura 6 – Esquema de los Bonos de Impacto Social.

Fuente: FOMIN (2014).

buscan realizar sus donativos con un enfoque de inversión de impacto en el que se trata de apoyar proyectos en los que se perciba un beneficio social y la permanencia de las empresas a través de una rentabilidad moderada. Curto (2013) identifica cuatro tipos de empresas sociales: la ONG tradicional, para la que el objetivo social/medioambiental es el único o principal y tiene el estatus de organización sin ánimo de lucro; la empresa social sin ánimo de lucro, cuyo objetivo social/medioambiental es el único o principal, tiene estatus de organización sin ánimo de lucro y es innovadora en sus proyectos; la empresa social híbrida, cuyo objetivo social/medioambiental es el único u ocupa una posición muy importante y tiene una estrategia de generación de ingresos que está integrada o es complementaria a la misión de la organización, y la empresa social con ánimo de lucro, cuyo objetivo social/medioambiental ocupa una posición importante pero no tiene por qué ser el único y tiene una estrategia clara de generación de ingresos; los emprendedores sociales caen en esta categoría.

La innovación generada por los emprendimientos sociales a su vez está dando origen a nuevos esquemas de financiamiento, en los cuales la inversión de impacto tiene un papel fundamental; la inversión de impacto se define actualmente como la colocación activa de capital en proyectos rentables con impacto social o ambiental positivo. Por ejemplo, están en proceso de desarrollo mundial los Bonos de Impacto Social (BIS) (figura 6), que son una nueva forma de financiación para iniciativas que ayudan a las poblaciones pobres y vulnerables, en las que los inversores de impacto, no los gobiernos, proporcionan capital a ONG y empresas sociales para ampliar sus programas. El pago final a los inversionistas se basa en el logro de un resultado predefinido que se mide a través de una evaluación de impacto. Si no se logran los resultados, el gobierno no está obligado a pagar a los inversionistas. Según el esquema de los BIS, si un gobierno federal o estatal tiene un proyecto, por ejemplo, de educación con el que se busca reducir el analfabetismo en una zona o región determinada, digamos, del 20 al 15% en un plazo de 3 años, una institución

experta en programas de alfabetización podría proponer a dicho gobierno realizar ese programa contra un pago basado en el logro del objetivo planteado. La institución buscaría para financiar la operación inversores de impacto, que medirían el riesgo y, si este fuera aceptable para ellos, pondrían los recursos necesarios para la realización de las actividades a través de la institución experta, esperando un rendimiento razonable al final del proyecto. A través de un organismo independiente de evaluación, el gobierno respectivo verificaría el cumplimiento de los objetivos y, de darse, realizaría el pago convenido. La gran ventaja para el gobierno es que no requeriría utilizar o crear su propia estructura para el desarrollo del proyecto, con los costos inherentes de capacitación y operación, ni requeriría realizar desembolsos de recursos desde el primer año. La institución experta, por su parte, tendría el beneficio de cobrar por sus servicios expertos, el inversor de impacto tendría la recuperación de su inversión y el cobro del beneficio estipulado, y los beneficiarios de los programas tendrían la solución a un problema social identificado.

De acuerdo con todo lo expuesto anteriormente, se puede definir al emprendedor como la persona que busca el cambio a través de la innovación de las ideas, los productos o los procesos, sin que necesariamente implique su participación en la creación o la dirección de las empresas para llevarlas a cabo, según la teoría de Shumpeter, y sus principales características son la innovación, la identificación de oportunidades, el ingenio, la audacia, el entusiasmo, la ilusión y la insatisfacción laboral.

Empresario

En términos simples, el concepto de empresario se refiere a quien aporta recursos para establecer una empresa y dirigirla. La realidad es que el concepto entraña una complejidad bastante más profunda de lo que pudiera parecer. En su origen, el empresario se visualizaba conforme al concepto señalado inicialmente; los economistas clásicos fundamentaron sus teorías en este perfil. Con el tiempo, la aparición de las grandes empresas dio origen a diferentes conceptos de empresario: el que aporta recursos y el que dirige la empresa. Sería cuestionable considerar si quien aporta recursos a una empresa es realmente un empresario; las sociedades por acciones conforman capitales destinados a la creación de empresas, pero quienes aportan capital no necesariamente dirigen la empresa. Desde un punto de vista económico, los inversionistas o capitalistas son los agentes económicos que controlan los medios de producir riqueza; en el concepto de economía marxista, los capitalistas son una clase social identificada como la burguesía industrial, que se contrapone a la clase proletaria o de los trabajadores, la cual se ve obligada a venderle su fuerza de trabajo para sobrevivir. Cabe adicionar que el capitalista o inversionista aporta recursos para la creación de empresas, pero no es la única fuente disponible para obtenerlos: los créditos o la deuda son también otra alternativa, en sus diferentes variantes. Por otra parte, a partir de los economistas neoclásicos se empieza a diferenciar la función del empresario administrador que, si bien no aporta recursos a la empresa, sí la dirige.

Menudo y O’Kean (2005) señalan que Say, economista clásico para quien el empresario fue el principal protagonista de toda su obra, estableció que son tres las fuentes o fondos que dan lugar a los factores de producción: industria, capital y tierra. Los propietarios de cada factor son el hombre industrial, el capitalista y el propietario agrícola. Este hombre industrial se descompone en tres agentes, sabio, empresario y obrero, cada uno propietario respectivo de conocimiento, aplicación y ejecución. En su obra, Say se refiere al empresario con la palabra francesa *entrepreneur*, que traducida da origen a la derivación de empresario o emprendedor, según quien traduzca.

Por su parte, Zaratiegui (2002) señala que Marshall, economista neoclásico, fue un pionero en lo que después se llamó *entrepreneurship* o empresariedad, que es una parte de la teoría de la empresa que se ocupa de medir el papel del empresario en el proceso productivo como un factor adicional a los tres factores productivos clásicos de tierra, trabajo y capital. Zaratiegui (2002) menciona que esta propuesta de Marshall atrajo críticas de quienes opinaban que el empresario no es en realidad más que un organizador o un gerente a sueldo. Es relevante señalar que, en el análisis que Zaratiegui realiza sobre el trabajo de Marshall, destaca que este establece que el empresario “debe tener facilidad para descubrir cualquier innovación en su sector” (Marshall, 1890) y “unas dotes por encima de la media de simpatía, imaginación, disposición para asumir riesgos, coraje y discernimiento” (Marshall, 1919). Zaratiegui (2002), en concordancia con economistas de la primera mitad del siglo xx, establece que hay dos tipos de empresarios: los propietarios y los directivos, división que se origina con el crecimiento de las empresas y en la que la antigua figura del empresario que aportaba su capital y su trabajo va desapareciendo al definirse el interés del propietario o accionista en los dividendos, y el interés del directivo en el crecimiento de la empresa por el estatus que le representa y por el mayor sueldo; esta afirmación de Zaratiegui se basa en la división que Marshall realiza de los empresarios: los que innovan y mejoran los métodos de su negocio y los que siguen caminos trillados.

Además de Marshall, uno de los economistas más connotados en el desarrollo de la teoría del empresario fue Frank Knight, quien en su libro *Risk, Uncertainty and Profit* (1921) establece su teoría del empresario de riesgo. En ella Knight define dos conceptos fundamentales: riesgo como la aleatoriedad con propiedades conocidas a la cual se puede asignar una probabilidad de ocurrencia, e incertidumbre como la aleatoriedad con propiedades desconocidas, y subraya el papel fundamental del empresario en la economía al asumir el riesgo de la actividad económica. Knight señala que el empresario adquiere los factores de producción a un precio cierto (conocido) y tiene que hacer previsiones sobre la demanda futura que es incierta tanto en la cantidad que podrá vender como en el precio que podrá obtener. Por lo tanto, el empresario asume un riesgo y el beneficio es la recompensa por asumir riesgo. Knight define el beneficio como un beneficio residual que es incierto (no se conoce con seguridad). El empresario corre el riesgo de que sus previsiones sobre la demanda no se cumplan y, en función de ello, no se alcancen sus objetivos y por lo tanto obtenga pérdidas. Asimismo, el empresa-

rio tiene unos costos ciertos y unos ingresos inciertos que dependerán de que sus previsiones se cumplan o no. La aportación fundamental de Knight es entonces la consideración de la incertidumbre y el riesgo como elemento esencial de la actividad empresarial. Por otra parte, Knight establece dos funciones diferentes en la empresa: la de empresario, que es quien asume el riesgo y quien elige a la persona que dirigirá la empresa, y el director, que es quien da órdenes de gestión de la empresa y desempeña la función de organización; el empresario en ocasiones puede ser también el director. En otra de sus obras, Knight (1942) clasifica las funciones principales de un empresario: realiza innovaciones, lleva a cabo continuos y sistemáticos procesos de adaptación al entorno y es especialista en el manejo de incertidumbre. Es relevante mencionar que tanto Marshall como Knight señalan a la innovación como una característica del empresario, cuando hoy esta es la que más distingue a un emprendedor.

Si bien Knight fue un economista importante, creador de la escuela de Chicago, y cuya teoría del riesgo fue relevante para entender las motivaciones del empresario, se considera que las teorías de Shumpeter son igual de relevantes que las de Knight, aunque posiblemente más influyentes en la época actual, dado que están más enfocadas al perfil del emprendedor, partiendo del papel de empresario. Previamente se ha comentado el concepto del destructor creativo como el proceso en el que mediante la innovación se destruyen estructuras viejas para generar nuevas alternativas (Shumpeter, 1950). Para Shumpeter (1934) las innovaciones, que constituyen un elemento fundamental en el funcionamiento de un sistema económico, especialmente cuando se lo considera desde un punto de vista dinámico, son realizadas solo por empresarios involucrados en las siguientes actividades: (a) la introducción de un producto nuevo (o un producto conocido de calidad distinta); (b) la introducción de un nuevo método de producción o de comercialización de un producto; (c) la apertura de nuevos mercados; (d) la obtención de nuevos oferentes de materias primas, y (e) la reorganización de una industria, lo que puede incluir la monopolización de la referida industria o la destrucción de un monopolio.

Shumpeter establece además que el empresario es el artífice del proceso de cambio tecnológico que genera el desarrollo del sistema capitalista. Este proceso de cambio se produce en tres fases o etapas: (a) invención, que es la creación de nuevos productos o procesos productivos, no es exclusivo del empresario, sino de inventores y de la creatividad; (b) innovación, que es la aplicación de la invención a usos comerciales o industriales, la función principal del empresario innovador, y (c) imitación, que realizan los demás empresarios, conservadores, que imitan (copian) la innovación. Su función es favorecer la competencia y que los beneficios extraordinarios del empresario innovador desaparezcan. Para Shumpeter las características del empresario deben ser iniciativa, visión, imaginación y liderazgo y, al contrario de lo que Knight opina, para Shumpeter el empresario y el propietario pueden ser personas diferentes. Considera que un individuo que trabaja por cuenta propia es un empresario, aunque los trabajadores por cuenta ajena (empleados de una empresa) también pueden llegar a serlo, siempre y cuando unos y otros lleven a cabo nuevas combinaciones. En

Tabla 3 – Principales teorías del empresario

Teoría	Autor	Concepto
Teoría del empresario como capitalista	Adam Smith	Concepto de empresario como propietario de los medios de producción y patrón o maestro del trabajo.
Teoría del empresario como agente u hombre de negocios	Richard Cantillon y J.B. Say	Concepto del empresario como agente u hombre de negocios que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en un producto que venderá a un precio incierto en el momento de comprometer sus costes
Teoría del empresario como cuarto factor de la producción: factor de organización	Alfred Marshall	Concepto de empresario como cuarto factor productivo, con el que se aporta el conocimiento a través de la organización y cuya función es la dirección de los negocios
Teoría del empresario de riesgo	Frank Knight	Concepto del empresario como figura que asume el riesgo de la actividad económica al anticipar el producto nacional, creando y asegurando rentas, por lo que el beneficio empresarial o renta residual es el beneficio es la remuneración de dicho riesgo
Teoría del empresario innovador	Joseph Schumpeter	Concepto de empresario como innovador o agente principal del desarrollo económico capitalista, consecuencia del cambio tecnológico. Liderazgo innovador que justifica su beneficio como renta residual de la economía
Teoría del empresario control o tomador de decisiones	Herbert Simon	Concepto del empresario como hombre administrativo que toma decisiones para llevar el control del proceso económico
Teoría del empresario como tecnoestructura	John K. Galbraith	Concepto de empresario como función directiva, normalmente compuesta por un grupo de expertos en la elaboración de decisiones consecuencia de la separación de la propiedad y el control de la gran empresa

Fuente: elaboración propia con base en los autores citados.

consecuencia, Schumpeter excluye de su concepto de empresario a los gerentes, directores o demás empleados de una empresa que se limitan a desarrollar actividades rutinarias en la explotación del negocio.

Para comprender la evolución de la perspectiva respecto a la definición del empresario, Puga (1993) establece que a partir del siglo xx la importancia de los gerentes o administradores se acrecienta con el auge de la sociedad por acciones, la cual fracciona el poder de los propietarios en la empresa moderna y no les permite un control directo de cada compañía. La dirección del proceso productivo, el control de personal y la distribución del producto pasan a manos de quienes ocupan las posiciones ejecutivas de la empresa. Se trata de altos funcionarios con un elevado grado de responsabilidad hacia la empresa que los ha formado, y que en ocasiones incluso los hace partícipes de un paquete de acciones. Galbraith (1968, p. 34) señala que han usurpado el poder de una especie en extinción, al señalar: “Al formarse la compañía moderna y construirse la organización requerida por la tecnología y la planificación modernas, el empresario ha dejado de existir como persona individual en la empresa industrial madura; el empresario, como fuerza directora de la empresa, queda sustituido por la gerencia, el *management*”.

Principales teorías del empresario

En la tabla 3 se resumen las principales teorías del empresario. Según las teorías analizadas, el empresario se puede definir como el agente económico que invierte capital propio o ajeno en una empresa y la dirige con la finalidad de obtener un rendimiento sobre el capital invertido y acorde

con el riesgo asumido, conforme a las teorías de los economistas clásicos y de Knight. Asimismo, como características del empresario se tiene la disposición para asumir riesgos, la iniciativa, la visión, la imaginación y el liderazgo.

Conclusiones

Emprendedor y empresario no son lo mismo, aunque muchos utilizan el término como sinónimo; el emprendedor es quien utiliza el ingenio, la audacia, el entusiasmo, la ilusión y la insatisfacción laboral para realizar un cambio a través de la innovación de las ideas, los productos o los procesos, sin que esto implique necesariamente su participación en la creación o dirección de las empresas. Por otra parte, el empresario es quien invierte en la empresa capital propio o ajeno y la dirige con la finalidad de obtener un rendimiento.

Los estudios sobre el emprendedor no llegan a un consenso acerca de la definición del emprendedor, pero convergen en que está impulsado por la necesidad de innovar y tomar riesgos hacia lo desconocido, es decir, es capaz de trabajar con un alto grado de incertidumbre. Por otro lado, hay gran cantidad de estudios acerca de las características del emprendedor, pero ninguno ha logrado validar las características de un emprendedor de éxito.

Por su parte, las diferentes teorías acerca del empresario (capitalista, hombre de negocios, factor de organización, riesgo, innovador, tomador de decisiones, tecnoestructura) nos permiten visualizar que el empresario es un agente que dirige la empresa y la encamina de acuerdo con los factores internos y externos que le son inherentes, intentando alcanzar el éxito a través de ella.

R E F E R E N C I A S

- Artigas, M. (1989). *Filosofía de la ciencia experimental*. Pamplona, España: EUNSA.
- Baumol, W.J. (1968). Entrepreneurship in Economic Theory. *American Economic Review*, 58, 64-71.
- Baumol, W.J. (1993). *The Entrepreneur in Economic Theory*. Boston: MIT Press.
- Braudel, F. (1985). *Les dynamiques du capitalisme*. Paris: Arthaud.
- Bygrave, W. (1989). The Entrepreneurship Paradigm (I): A Philosophical Look at its Research Methodologies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14, 7-26.
- Bygrave, W., & Hofer, C. (1991). Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16, 13-22.
- Casson M. (1982). *The entrepreneurs: an economic theory*. Nueva York: Barnes and Noble.
- Curto, M. (2013). Los emprendedores sociales: innovación al servicio del cambio social. Cuadernos de la catedra “La Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo, No. 13, Enero.
- De Vries, M. (1977). The entrepreneurial personality — a person at the cross-roads. *Journal of Management Studies*, 14, 34-47.
- Drucker, P. (1970). Entrepreneurship in business enterprise. *Journal of Business Policy*, 1.
- Ernst & Young (2011). *¿Nace o se hace? Decodificar el ADN del emprendedor*. México: Mancera, S.C.
- Galbraith, J., (1968). *El nuevo estado industrial*. Barcelona: Ariel.
- García del Junco, J., Álvarez, P., & Reyna, R. (2007). Características del emprendedor de éxito en la creación de pymes españolas. *Estudios de Economía Aplicada*, 25, 951-974.
- Gartner, W. (1985). A conceptual framework for describing the phenomena of venture creation. *Academy of Management Review*, 10, 696-706.
- Guest, D. (1991). *The hunt is on for the Renaissance Man of computing*. The Independent (London), September.
- Johnson, S., & Loveman, G. (1995). *Starting over in Eastern Europe: Entrepreneurship and economic renewal*. Boston: Harvard Business School Press.
- Kirzner, I. (1973). *Competition and entrepreneurship*. Chicago: University Press of Chicago.
- Knight, F. (1942). Profit and entrepreneurial functions. *Journal of Economic History*, 2 (Supplement), 126-132.
- Knight, F.H. (1921). Enterprise and profit. En *Risk, uncertainty and profit* (Cap. IX, pp. 264-290). Chicago: University of Chicago.
- Low, M., & Macmillan, I. (1988). Entrepreneurship: Past research and future challenges. *Journal of Management*, 14, 139-161.
- Marshall, A. (1890). *Principles of economics* (9.ª ed. de 1961). London: MacMillan.
- Marshall, A. (1919). *Industry and trade: A study of industrial technique and business organization* (4.ª ed. de 1932). London: MacMillan.
- Menudo, J., & O’Kean, J. (2005). La recepción de la obra de Jean-Baptiste Say en España: la teoría económica del empresario. *Revista de Historia Económica*, XXIII, 117-142.
- Monge, R., & Rodríguez, J. (2010). *Financiamiento a la inversión de las pymes en Costa Rica*. Santiago de Chile: Naciones Unidas-CEPAL.
- Pereira, F. (2003). Reflexión sobre algunas características del espíritu emprendedor colombiano. *Econ. Gest. Desarrollo*, 1, 9-26.
- Puga, C. (1993). *México: Empresarios y poder*. México: UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Grupo Editorial Miguel Ángel Porrúa.
- Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*, 26, 4-119.
- Say, J. (1852). Première partie. En *Traité d’économie politique* (pp. 90-124). Paris: Guillaumin et Cie.
- Schumpeter, J. (1926/1934). *The theory of economic development: an inquiry into profits, credit, interest and the business cycle* (2.ª ed.). Traducido del alemán por R. Opie. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. (1961). Entrepreneurial profit. En *The theory of economic development* (Cap. 4, pp. 128-156). Cambridge: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. (1965). Economic theory and entrepreneurial history. En Aitken, H.C. (Ed.), *Explorations in enterprise* (pp. 45-64). Cambridge: Harvard University Press.
- Wasserman, N. (2012). *The founder’s dilemmas*. Princeton: Princeton University Press.
- Zaratiegui, J. (2002). *Alfred Marshall y la teoría económica del empresario*. Valladolid: Secretariado de Publicaciones e Intercambio, Editorial Universidad de Valladolid.