

1-1-2011

Estado del arte sobre el emprendimiento y la creación de empresa desde un enfoque multidisciplinar a partir de Joseph Schumpeter, Edward De Bono, Max Weber, Peters y Waterman

Diana Carolina García Rosas
Universidad de La Salle, Bogotá

Liz Ximena Rivera Martínez
Universidad de La Salle, Bogotá

Follow this and additional works at: https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas

Citación recomendada

García Rosas, D. C., & Rivera Martínez, L. X. (2011). Estado del arte sobre el emprendimiento y la creación de empresa desde un enfoque multidisciplinar a partir de Joseph Schumpeter, Edward De Bono, Max Weber, Peters y Waterman. Retrieved from https://ciencia.lasalle.edu.co/administracion_de_empresas/1048

This Trabajo de grado - Pregrado is brought to you for free and open access by the Facultad de Economía, Empresa y Desarrollo Sostenible - FEEDS at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in Administración de Empresas by an authorized administrator of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

**ESTADO DEL ARTE SOBRE EL EMPRENDIMIENTO Y LA CREACIÓN DE
EMPRESA DESDE UN ENFOQUE MULTIDISCIPLINAR A PARTIR DE JOSEPH
SCHUMPETER, EDWARD DE BONO, MAX WEBER, PETERS Y WATERMAN**

**DIANA CAROLINA GARCÍA ROSAS
LIZ XIMENA RIVERA MARTÍNEZ**

**UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ**

**ESTADO DEL ARTE SOBRE EL EMPRENDIMIENTO Y LA CREACIÓN DE
EMPRESA DESDE UN ENFOQUE MULTIDISCIPLINAR A PARTIR DE JOSEPH
SCHUMPETER, EDWARD DE BONO, MAX WEBER, PETERS Y WATERMAN**

**DIANA CAROLINA GARCÍA ROSAS COD 11031283
LIZ XIMENA RIVERA MARTÍNEZ COD 11012396**

**PROYECTO DE GRADO PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
ADMINISTRADORA DE EMPRESAS**

**DIRECTOR
JORGE GAMEZ**

**UNIVERSIDAD DE LA SALLE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ**

Nota de Aceptación

Dr. HUGO LEONARDO PABON PÉREZ
Coordinador Trabajos de Grado
Programa de Administración de Empresas

Dra. CLEMENCIA NAVARRETE JIMENEZ
Jurado

Dr. GUILLERMO AVILA V.
Jurado

Bogotá D.C., Marzo 16 de 2011

DEDICATORIAS

***Liz Rivera:** Deseo expresar mis más sinceras muestras de agradecimiento a Dios por enseñarme el camino de la vida guiándome y fortaleciéndome cada día.*

A mis padres como agradecimiento a su esfuerzo amor y apoyo incondicional durante mi proceso de formación espiritual personal y profesional, a mis hermanas y sobrinas por su amor, creer y confiar siempre en mi.

A mi esposo por su apoyo paciencia, motivación y amor, a su familia y a todas las personas que hicieron parte de este proceso de desarrollo y crecimiento personal.

***Carolina García:** Este trabajo está dedicado a todas las personas que han hecho parte de mis sueños convirtiéndolos en una realidad.*

Mi familia quienes son por los que lucho día a día especialmente a mi mama que me ha apoyado incondicionalmente y han hecho de mí una persona con fortalezas y valores.

Y por supuesto a ese alguien espiritual por que sin el nada de esto hubiera sido realidad.

A nuestro docente Jorge Gámez por su dedicación, por guiarnos y compartir desinteresadamente su sabiduría en el desarrollo de este trabajo y de nuestro proceso profesional.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	9
1 ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN	13
1.1 PROBLEMA	13
1.2 OBJETIVO GENERAL	16
1.2.1 Objetivos Específicos	16
1.3 JUSTIFICACIÓN	17
1.4 METODOLOGÍA.....	18
2 ENFOQUES Y CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDIMIENTO	19
2.1 EMPRENDIMIENTO ES.....	19
3 VIDA, OBRA Y ENFOQUES DE LOS TEÓRICOS DEL EMPRENDIMIENTO	25
3.1 MAXIMILIAN WEBER (1864-1920)	28
3.1.1 El enfoque de la Sociología y la religión.....	29
3.2 JOSEPH ALOIS SCHUMPETER (1883 - 1950).....	31
3.2.1 Los cimientos teóricos de la Economía: el pionero.....	33
3.3 EDWARD DE BONO (1933)	38
3.3.1 Aproximación desde la Psicología: la creatividad.....	39
3.4 TOM PETERS (1942)	42
3.5 ROBERT H. WATERMAN	43
3.5.1 Enfoque Administrativo	44
3.6 COMPARACIÓN DE LOS DIFERENTES ENFOQUES	45
3.7 QUÉ CARACTERIZA AL EMPRENDEDOR.....	48
3.8 TIPOS DE EMPRENDIMIENTO.....	50
3.8.1 Tipos De Emprendedor.....	52
4 EL ROL EMPRESARIAL DEL EMPRENDEDOR.....	55
4.1 CREACIÓN DE EMPRESA.....	55
4.2 EMPRESARIO SEGÚN OTROS AUTORES	60
4.3 EL EMPRENDEDOR Y LA FUNCIÓN EMPRESARIAL	62

4.4	LOS TALENTOS DEL EMPRENDEDOR	66
4.4.1	La creatividad distingue al emprendedor	68
4.4.2	Cómo motiva el emprendedor	74
4.4.3	Innovación, la concreción de la creatividad	78
4.4.4	El emprendedor ejerce el liderazgo	84
4.5	LA PERSPECTIVA SOCIAL DEL EMPRENDIMIENTO	88
4.6	EL ROL DEL EMPRENDEDOR.....	91
5	EL EMPRENDIMIENTO FOMENTO Y DESARROLLO, DEFINICION PARA LAS AUTORAS	95
6	CONCLUSIONES.....	98
	GLOSARIO	101
	BIBLIOGRAFÍA	102
	CIBERGRAFIA	105
	ANEXO 1 Diario Oficial 46.164	107

TABLAS

Tabla 1 Comparación de enfoques	47
Tabla 2 Factores generadores de emprendimiento	49
Tabla 3. Otros factores característicos del emprendedor.....	50
Tabla 4 Función empresarial	65
Tabla 5 El emprendedor ejerce el liderazgo	87

GRÁFICAS

Gráfica 1 Definición emprendedor	24
Gráfica 2 Línea de tiempo	27
Gráfica 3 Tipos de emprendedor	54
Gráfica 4 Creación de empresa.....	58
Gráfica 5 Nuevas Empresas en Colombia en 2009	59
Gráfica 6 Factores que impulsan la creación de empresa.....	61
Gráfica 7 Factores críticos asociados al pensamiento lateral	69
Gráfica 8 Técnicas del pensamiento lateral.....	71
Gráfica 9 Estilos de motivación	77
Gráfica 10 Innovación	81
Gráfica 11 El círculo de la innovación	84
Gráfica 12 Perspectiva social	90
Gráfica 13 El rol del emprendedor	93
Gráfica 14 Emprendimiento, fomento y desarrollo	96

INTRODUCCIÓN

Tratando de entender el comportamiento del emprendedor, los aspectos relevantes que llevan a una persona a crear empresa y dar una definición acertada de la palabra emprendimiento esta monografía se enfoca como una propuesta multidisciplinar donde tiene como objeto de estudio autores muy críticos en el tema como lo son Maximilian Weber (1905) en obras como "Características individuales, origen, empresario tradicionalista y empresario profesional, valores éticos y religiosos", Joseph Alois Schumpeter (1911), en sus obras "Emprendedor en solitario, oportunidades, destrucción creativa, innovación es diferente a invento", Edward De Bono (1994), con "Creatividad, pensamiento vertical y lateral" y Tom Peters y Robert Waterman (1984) en "Creatividad es diferente de innovación, intraemprendimiento". Por medio de estos escritos los autores han aportado material muy valioso que ha permitido que el emprendimiento tenga mayor reconocimiento e importancia a través del tiempo.

Los enfoques que presentan estos autores desde la Sociología, la Economía, la Administración y la Psicología, brindan un amplio aspecto de como se ha comportado el emprendimiento desde el principio de la historia de la humanidad y el comportamiento que hoy en día tiene el emprendimiento en las personas ya sea para superar las dificultades económicas, pasar de ser empleados a ser trabajadores independientes para lograr una estabilidad económica o simplemente para aportar conocimiento y crecer dentro de una empresa.

Igualmente se profundizará en las dificultades económicas que se ven reflejadas en los altos niveles de desempleo, la poca estabilidad laboral y los salarios bajos que padecen hoy en día los países donde la fuerza emprendedora tiene sus orígenes. Los emprendedores en muchos países han crecido, sin embargo mantener una empresa y que esta sea exitosa es muy difícil debido a las complicaciones que se presentan en el medio, la sociedad y el gobierno disminuyendo su posibilidad de estabilidad y bienestar.

Como dato concreto se tiene a “Bogotá donde se crean 56.000 empresas al año, la mayoría dedicadas a las actividades de servicio, pero se liquidan 16.000” (Cámara de comercio de Bogotá, Observatorio del emprendimiento de Bogotá 2006, 2007 pp. 22, 23) (Publicado 01 septiembre de 2007), se debe tener en cuenta que la ciudad de Bogotá es el centro empresarial del país porque tiene el mayor número de empresas, de las empresas que se registran en Bogotá el 87% son microempresas, 12% pequeñas y medianas y solo el 1% son grandes. Se realizan actividades de comercio exterior, se importa y exporta, o solo se importa o exporta, estas empresas están organizadas como sociedades donde sobresalen las microempresas, en el sector de los servicios se encuentran las empresas constituidas como personas naturales. Se liquida un promedio de 16.000, en un 95% sociedades de las constituidas en las cuales se encuentran microempresas que llevan menor tiempo de creación y empresas constituidas como personas naturales, algunas de las causas es el endeudamiento elevado, mal manejo administrativo, pocas ventas, tecnología obsoleta, el consumo de los hogares ha disminuido notoriamente esto genera bajas ventas en los mercados minoristas, se asume que parte de los ingresos salariales de las familias es invertido para el pago de créditos bancarios, lo cual afecta al consumo diario, si se le suma el no incremento de salarios, la tasa de desempleo, los hogares de familia presenta una disminución de compra y un endeudamiento alto.

Se abarcará el valor tan importante de crear empresa no solo por crecimiento personal o la necesidad de ganar un puesto en la sociedad, si no por la importancia que tiene un emprendedor en el crecimiento de un país al poder generar nuevos empleos, ofrecer bienestar y la creación de nuevos productos (Schumpeter, 1950).

Por medio de los autores mencionados se identifican algunas características propias de los emprendedores donde se puede apreciar a hombres y mujeres de características físicas diferentes, en que ni el sexo, ni la apariencia física, la edad, o los estudios cursados determinan el éxito de los emprendedores, sino la actitud diferente hacia el mundo que los rodea, por eso pueden ver oportunidades que otras personas no son capaces de descubrir. Los emprendedores no son aquellos que tienen excelentes ideas, sino que son aquellos individuos que las seleccionan y deciden hacer algo con ellas, son los que cambian la realidad, los que hacen que las cosas sucedan, los emprendedores viven sus sueños, son

apasionados por lo que les gusta y están dispuestos a todo para alcanzar sus sueños. (Cuadros Guerrero Jaime, 2010).

Los emprendedores se involucran activamente en la realización de sus ideas debido a que su principal deseo es tener éxito en su emprendimiento, este deseo va mucho más allá del dinero que puedan ganar con su proyecto. Para la mayoría de los emprendedores, el dinero es sólo una forma de evaluar si los resultados son adecuados o no.

Con este trabajo se intenta avanzar en la identificación de las fortalezas y aptitudes de los emprendedores, la problemática que tienen con los entes gubernamentales y las condiciones económicas que atraviesa hoy en día el país para crear empresa. Igualmente se busca que sirva de conocimiento a todas las personas que de una u otra manera buscan ser empresarios pero que no cuentan con herramientas sencillas y que esperan grandes oportunidades para el desarrollo de un proyecto ya sea el ofrecimiento de un bien o servicio, que sirva de base para el descubrimiento de nuevos líderes éticos con valores y principios diferenciados que a futuro aporten múltiples beneficios a nuestra sociedad y que adicionalmente sean fuente generadora de empleo digno y estable, colaborando con el desarrollo social y económico del país, creando valor agregado.

Una aproximación conceptual de emprendimiento es el arte de crear, construir, inventar algo a partir de nada o a partir de satisfacer una necesidad, dejando de lado lo que ya existe. Las autoras buscan dar una definición propia de emprendimiento a través de los diferentes conceptos de los autores mencionados, porque no hay una definición aceptada por todas las ciencias de emprendimiento, no se ha llegado a un acuerdo entre los estudios y los investigadores, se debe tener en cuenta que la innovación es un elemento determinado de los emprendedores, el medio por el cual ellos aprovechan y exploran el cambio como nuevas oportunidades de negocios y creación de algo diferente, el ser emprendedor es mucho más que ser creativo porque crea su propio estilo, ve las cosas de forma diferente donde todo el mundo ve problemas el ve las soluciones.

Los países necesitan más personas emprendedoras que les guste indagar oportunidades de negocio, personas ambiciosas, creativas, capaces de retar lo desconocido, seres sociales conscientes de sí mismos, con capacidades de asumir riesgos, para obtener ganancias, por lo general esa oportunidad de negocio se convierte en la creación de una empresa, un producto o servicio logrando un beneficio en común y empresarial, porque sienten la necesidad de desarrollar el potencial creativo y la búsqueda de independencia económica.

Se presenta un enfoque del grupo de trabajo que incluye la definición del emprendimiento según las autoras, denominando al emprendedor como una persona capaz de asumir riesgos y oportunidades sin importar el costo económico y social que este conlleve, tomando como base los estudios realizados en esta investigación de los autores mencionados.

Este trabajo da inicio en el primer capítulo con los alcances de la investigación, en el segundo capítulo se da continuación a los enfoques y características del emprendimiento, continuando en el tercer capítulo con vida, obra y enfoque de los teóricos del emprendimiento, en el cuarto capítulo se verá el rol empresarial del emprendedor, en el quinto capítulo el emprendimiento fomento y desarrollo, definición para las autoras y finalmente en el capítulo sexto conclusiones.

1 ALCANCES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 PROBLEMA

El emprendimiento es un término muy utilizado en el mundo y cada vez cobra más importancia gracias al desarrollo que los países han tenido, en tecnología y sostenibilidad. Los autores Max Weber, Josep Schumpeter, Tom Peters, Waterman y Edward De Bono, han contribuido individualmente desde su disciplina y desde la época en la cual hicieron sus estudios y aun que sus aportes han servido para entender y evolucionar el concepto de emprendedor que puede ser el creador de empresa, el inventor, o el que mejora un servicio dentro de la organización. No hay una definición aceptada por la comunidad académica ni el Estado debido a las diferencias culturales, se viven tiempos diferentes y las formas de emprender han evolucionado de muchas maneras, especialmente aprovechando las oportunidades que da el mercado.

Para los emprendedores la creación de empresa es quizá el cumplimiento de una meta que le otorga beneficios tanto económicos como sociales y personales y busca cumplirla a través de ayudas que les confieren el gobierno o programas institucionales. Por ejemplo en Colombia existen programas que de acuerdo con las características específicas del proyecto, brindan ayuda y cooperación para la creación de empresa, en caso de Mipyme: Servicio para el fomento de empresas, Bancoldex, SENA: Servicio de incubadora de empresas y el fondo emprender (Ministerio de Comercio, 2010). Ofrecen una oportunidad a los nuevos profesionales de desarrollar sus proyectos empresariales, pero hay que tener en cuenta que este apoyo es restringido y en muchas ocasiones no cumple con los objetivos del emprendedor por lo que se ve obligado a desertar de la idea de crear empresa.

Actualmente las universidades son consientes de la importancia de fortalecer el emprendimiento expresado en creación de empresa –hay emprendedores sociales, públicos, *intraemprendedores* (Gámez, 2008)- debido al factor positivo en el crecimiento económico que este tiene en los países y casi en su totalidad tienen algún programa de creación de

empresa, sin embargo sus esfuerzos aún se centran en lo teórico mas no en lo práctico, por ejemplo universidades como la Universidad del Valle tiene programas como el programa premio y el programa emprendedores Univalle donde se brinda apoyo y asesoramiento en la planeación de proyectos empresariales. Como esta, hay muchas universidades, que brindan apoyo a sus estudiantes y otras que sus oportunidades son muy limitadas (Univalle, 2010).

El desarrollo de nuevas leyes ha ayudado a fortalecer el emprendimiento en todos los países, en Colombia se encuentra el Diario Oficial 46.164, Ley 1014 del 26 de enero de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento Capítulo I. Artículo 2. El objeto de esta ley es promover a las personas emprendedoras en todas las categorías educativas del país, con el fin de que se trabaje en los principios y valores establecidos en esta ley, innovar un marco interinstitucional para impulsar el emprendimiento y la creación de empresa. (Ver anexo I). Sin embargo, la definición de esta ley no coincide con los académicos por ejemplo para Max Weber (1922) este fenómeno está determinado por acciones sociales que son comprensibles por sus motivos típicos y por el sentido típico mentado por los sujetos de la acción, Tom Peter (1994) se acerca a la descripción que hace Weber en el sentido en que son acciones sociales pero estas se desarrollan dentro de las organizaciones donde las personas cobran gran importancia.

También se encuentra el decreto 1192 del 03 de abril de 2009, en el cual reglamenta la ley 1014 de 2006, sobre el fomento a la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones, el Objetivo según el artículo 7 de las Redes Regionales para el emprendimiento trata de concretar los esfuerzos administrativos, financieros y técnicos para el desarrollo de la cultura y el emprendimiento para que se cumpla lo articulado en el Plan regional y el Plan de Desarrollo.

En Colombia específicamente en Bogotá la tasa de Emprendimiento para el 2009 (GEM, 2009), fue de 700.000 personas que estuvieron vinculadas a actividades de emprendimiento –cifras sujetas a críticas porque la misma Cámara habla de 60.000- (22.8% de la población entre los 18 y 64 años), superando la tasa de Colombia (22%) y la de ciudades

latinoamericanas como Guayaquil y Sao Paulo (16%), Río de Janeiro (14%), Santiago (11%) y Caracas 15%. Según el estudio GEM, el 58% de los emprendedores bogotanos manifiestan la intención de iniciar una empresa en los siguientes tres años y el 30% consideran que el miedo al fracaso no es un factor que les impediría realizar su empresa. Esta cifra cuestionable porque se puede deducir que anualmente se está renovando el tejido empresarial se renovaría cada año (Cámara de Comercio, 2009, 2010).

Una investigación novedosa integra y agrega claridad al trabajo en un tema específico, por tal razón y debido a los alcances de esta investigación la pregunta principal de esta monografía es ¿cómo recapitular y organizar los resultados de esta investigación sobre los emprendedores y creación de empresa desde un enfoque multidisciplinar a partir de Josep Schumpeter, Edward De Bono, Max Weber, Waterman y Peters para el desarrollo del estado del arte sobre emprendimiento y creación de empresa?

De acuerdo a lo anterior otro problema que se observa es que no existe una definición concertada del término emprendimiento puesto que las características de este son muy variadas obedeciendo al entorno social y los impulsos motivacionales de cada persona para llegar a crear empresa o sobresalir dentro de una organización, por lo que es necesario preguntarse ¿qué es el emprendimiento? y ¿cuáles son las características que definen el emprendedor?

Por otro lado existen diferentes obstáculos administrativos y legales en los que se ven envueltos los emprendedores frenando de esta forma el proceso de creación de empresa y aun que en algunos gobiernos tienen proyectos no muchas personas pueden llegar a cumplir sus metas, según esto ¿cuál es la principal inconveniente que encuentra el emprendedor para crear empresa?.

Finalmente, teniendo en cuenta un referente histórico ¿qué procesos evolutivos ha tenido el emprendedor a través de la historia teniendo como base los estudios de Maximilian Weber, Joseph Alois Schumpeter, Edwards de Bono, Tom Peters Y Robert Waterman?

1.2 OBJETIVO GENERAL

Hacer un estado del arte sobre los emprendedores y creación de empresa desde un enfoque multidisciplinar a partir de Josep Schumpeter, Edward De Bono, Max Weber, Waterman y Peters.

1.2.1 Objetivos Específicos

Definir el concepto de emprendedor, las características, aptitudes, cualidades y rasgos que conforman el perfil del emprendedor que crea empresa y la importancia que este tiene socialmente y en la economía de un país, teniendo en cuenta que aporta cada uno de los autores individualmente desde su disciplina y desde la época en la cual hicieron sus estudios.

Identificar en el emprendedor las características y los factores que han sido determinantes para crear empresa, modificar o mejorar un producto desarrollando una visión a futuro.

Definir los enfoques teóricos del emprendimiento basados en la experiencia y el conocimiento de autores como Max Weber, Joseph Schumpeter, Tom Peters, Waterman y Edward de Bono.

Conocer la problemática que hoy en día tienen los emprendedores para crear empresa, sus necesidades y aptitudes desde un nivel educativo y social.

Recopilar información para identificar los procesos evolutivos que ha tenido el emprendimiento, promoviendo de esta forma la creación de empresa.

Dar una definición de que es emprendimiento para el grupo investigador teniendo en cuenta los estudios realizados.

1.3 JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de esta investigación permite a las autoras aplicar los conocimientos teóricos y prácticos que se han aprehendido en el proceso de la carrera administrativa, entendiendo y visualizando al emprendedor desde una perspectiva empresarial hasta una social. Por otro lado permite encontrar las desventajas estructurales, económicas y sociales que los emprendedores han sufrido históricamente no solo en este país si no a nivel mundial, dificultado su desarrollo y que en la actualidad los enfrenta a un mundo globalizado exigiéndoles ser necesariamente creativos e innovadores para hacer la diferencia.

Se busca identificar los emprendedores, por medio de la experiencia y el conocimiento de autores como Max Weber, Joseph Schumpeter, Tom Peters, Waterman y Edward de Bono, que permitan concluir y sacar una definición propia del emprendedor, sus características, estímulos, géneros y destrezas, declaraciones, opiniones y cualidades, impulsando el proceso emprendedor de una idea de negocio a difundir y promover el uso estratégico del conocimiento aplicado en el desarrollo de modelos y proyectos empresariales, entendiendo y visualizando al emprendedor desde una perspectiva empresarial hasta una social. Por otro lado permite encontrar las desventajas estructurales, económicas y sociales que los emprendedores han sufrido históricamente no solo en este país si no a nivel mundial, dificultado su desarrollo y que en la actualidad los enfrenta a un mundo globalizado exigiéndoles ser necesariamente creativos e innovadores para hacer la diferencia.

Se estima justificable la realización de esta investigación, porque permite identificar una persona emprendedora, capaz de mejorar e innovar un producto o servicio, esta investigación servirá de apoyo a las personas que desean crear empresa en cualquier parte del mundo, lograr ser reconocidos y generar empleo describiendo al emprendedor como personas innovadoras, flexibles, dinámicas, creativas y que siempre están en función de crecer y sin embargo estas definiciones no son lo suficientemente precisas para determinar y conocer sus cualidades, los emprendedores son capaces de construir algo a partir de prácticamente nada, tan solo encuentran oportunidades de negocio donde muchos no las ven, y por estas razones se justifica el desarrollo de la presente monografía.

1.4 METODOLOGÍA

El método de investigación de la actual monografía es el analítico puesto que la información seleccionada es tomada principalmente de los enfoques y libros de autores reconocidos como Joseph Schumpeter, Edward de Bono, Max Weber, Peters y Waterman, teniendo en cuenta otros autores como Peter Drucker con importantes aportes en el tema, como fuentes secundarias; se tomaron artículos, PDF, revistas, páginas Web especializadas, con las que las autoras propusieron una definición propia del emprendimiento, por medio de un estado del arte sobre los emprendedores y creación de empresa desde un enfoque multidisciplinar, destacando los aportes de los autores mencionados, en cuanto al emprendimiento, motivación e innovación, definiendo los enfoques teóricos del emprendimiento basados en la experiencia y el conocimiento de estos autores.

El proceso que se siguió en la investigación consistió en examinar las características internas y competencias del emprendimiento desde los enfoques administrativo, psicológico, económico y sociológico; identificando la independencia del ser humano desde los conceptos propios de los autores mencionados; e infiriendo los elementos que hacen diferentes a un emprendedor de otros que no lo sean, en esta búsqueda se hizo uso de la creatividad con el propósito de generar ideas y conseguir que nuevos investigadores puedan ver las cosas de forma diferente.

Se elaboraron resúmenes de cada uno de los temas incluidos en la investigación por medio de tablas, gráficas, mapas conceptuales y opinión particular de las autoras, para luego con el cruce de la información se propone una definición de emprendimiento.

2 ENFOQUES Y CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDIMIENTO

2.1 EMPRENDIMIENTO ES

Para entender el tema del emprendimiento es necesario llegar a sus raíces, por esta razón se dice que es un término que proviene del francés *entrepreneur* (pionero) fue introducido por primera vez en la literatura económica a inicios del siglo XVIII por el economista francés Richard Cantillon (1755), quien definió al *entrepreneur* como el “*agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto*” Cantillon (1734: p64)¹. Posteriormente el economista francés Jean Baptiste Say (1852)², hizo un aporte a la definición de Cantillon; Say (1852) afirmó que el “*entrepreneur*” es un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad. También expresa que Say (1852) rescata el hecho de que el éxito emprendedor no sólo es importante para un individuo, sino también para toda la sociedad; y que este autor afirma que un país dotado principalmente de comerciantes, industriales y agricultores será más próspero que uno en el que principalmente halla individuos dedicados al arte o a la ciencia.

En la teoría económica tradicional el emprendimiento es un fenómeno puramente individualista y voluntarista de la misma forma que el consumo aislado, lo que se podría confrontar con lo que dice Max Weber (1922) en el libro *Economía y sociedad* al afirmar que los emprendedores reaccionan de modo muy diverso e independiente según el tipo de intereses extraeconómicos que tengan, sin embargo tradicionalmente siempre tratan de cubrir sus necesidades, disminuirlas y aun que este tradicionalismo perdure no es obstáculo para el incremento de economías lucrativas. Partiendo de este hecho Max Weber observo la economía y al emprendedor desde un carácter tradicional y desde lo racional, donde lo

¹ Cantillon identificó al emprendedor con el granjero, el comerciante, el artesano y con otros propietarios de quien subrayo también la importante función que ejercían al asumir el riesgo empresarial.

² Jean Baptiste Say concebía el desarrollo de la economía a través de la creación de empresas. Cantillon y Say veían al emprendedor sobre todo como un tomador de riesgos.

racional determina la acción directiva³ y lo tradicional está condicionado por hechos y sucesos no económicos extra cotidianos.

Para los economistas clásicos y neoclásicos, el empresario potencial expresa cada vez que la demanda crece y actúa de manera puramente egoísta guiado solo por su interés personal y adopta un comportamiento racional y más o menos previsible que le dicta la información dada por los precios (Juilen, 2005), esta afirmación la desaprueba Joseph Schumpeter (1950) al referir a economistas clásicos como Adam Smith, Ricardo Malthus, Senior y John Stuart Mill alegando que ellos desaprobaban las instituciones sociales de su época y las modalidades de su funcionamiento y combatían los privilegios de los terratenientes y aprobaban las reformas sociales y estaban convencidos de que los intereses personales de los fabricantes y de los comerciantes fomentaban el rendimiento máximo en interés de todos. El emprendedor, a diferencia de otros agentes, no posee un retorno seguro porque se enfrenta a nuevos proyectos y es él, quien asume y soporta los riesgos que dominan el comportamiento del mercado (Thornton, 1999).

El emprendimiento es una aptitud que desde principios de la humanidad ha existido y en todos los tiempos se ha expandido a pesar del sabotaje secular perpetrado por la burguesía dirigente Schumpeter, (1950), sin embargo para Tom Peters y Waterman (2002) el emprendedor no solo ha existido en la forma de creador de empresa si no también dentro de ella es decir como intraemprendedor, Peters (1994) invita a los dirigentes de las organizaciones a no limitar a sus emprendedores por que hay que convertirlos en hombres de empresa para poder formar una compañía formada por empresarios.

El emprendedor busca pasar de ser empleado a ser empleador tratando de tener mejor estatus social, familiar y laboral, para lograr su independencia y estabilidad económica, esta definición se complementa con la de Tom Peters (1994) en Nuevas organizaciones en tiempos de caos al referirse al emprendedor como la persona con talante y dedicación, un

³ Toda acción social económicamente orientada y de proceso asociativo que tenga lugar dentro de un determinado grupo, coordinando los servicios humanos para el fin de la producción de bienes. (economía y sociedad pág. 87)

hombre de negocios que irá dónde sea y enfrentará a quien sea para conseguir que el trabajo se haga pronto y bien hecho ya sea dentro o fuera de la organización para este autor el 100% de los empleados de una empresa pueden llegar a ser hombres de negocios.

El emprendimiento no tiene una definición aceptada por todas las ciencias, porque no se ha llegado a un acuerdo entre los estudios y los investigadores; se debe tener en cuenta que la innovación como causa del desarrollo es un elemento determinado de los emprendedores Schumpeter (1950), al igual que la creatividad y el desarrollo del pensamiento lateral hoy en día estudiada por Edward de Bono (1991) mostrando un método práctico en la enseñanza y que piensa debería constituir una actitud habitual⁴, pero el ser emprendedor es mucho más que ser creativo porque crea su propio estilo, ve las cosas de forma diferente, donde todo el mundo ve problemas él ve las soluciones⁵ (Pereira, 2007).

En Colombia existe la ley 1014 del 2006 –ley de emprendimiento- donde definen al emprendedor como una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva, esta definición no concuerda con los autores estudiados en esta monografía porque Schumpeter (1950) lo define como innovación pero esta de forma destructora, que cambia la economía de los países, Weber (1922) el emprendimiento se desencadena por una necesidad que tenga la persona y el desarrollo que tenga el país en su momento, Peters y Waterman (2002) no ven al emprendedor como un generador si no un desarrollador que mejora los procesos siendo líderes con capacidad de tomar decisiones como si fuera dueño de la organización y De Bono (1991) considera al emprendedor como la persona creativa que ve las cosas de forma ordenada y sencilla. Cada uno, aunque tienen aspectos muy diferentes al definir al emprendedor no lo ven necesariamente como el que genera bienes y servicios si no que también los mejora y facilita.

⁴ Reservar un periodo de tiempo definido para la enseñanza del pensamiento lateral es mucho más eficaz que intentar introducir sus principios en el transcurso de clases que versan acerca de otros temas. (De Bono, 1991, pág. 21).

⁵ Lo que finalmente diferencia al emprendedor es un proceso de desarrollo caracterizado por la innovación constante. Lo que permite caracterizarlo como tal no es el resultado de la acción del emprendedor concretada en la creación de una empresa o en la acumulación de capital el real aspecto diferenciador del emprendedor es la innovación constante (Pereira, 2007).

Hay emprendedores que prefieren buscar una nueva relación que tratar de mejorar las existentes. En este trabajo quiere decir crear bandos dentro de un grupo o cambiar de trabajo frecuentemente. Los que esperan más de su carrera reconocen la importancia de mantener relaciones positivas. Si es necesaria una labor de reparación, los empleados inteligentes se apuran y tratan de hacerla lo antes posible, llevándola a cabo, sean responsables del problema o no. La actitud que toman es que la relación es más importante que el hecho que causó el daño (Programa de Cultura Empresarial,2005).

A lo largo de la historia las sociedades han desarrollado la necesidad de crear empresa, innovar nuevos servicios y productos que han permitido los cambios culturales y económicos que dividen la sociedad en clases sociales, *“se crea empresa por vocación en la cual los individuos tienen el impulso, la ilusión y el sueño de crear empresa; ó por necesidad que es fundar un negocio para mejorar su situación o impulsado por sus circunstancias”* (Gámez,⁶ 2009, pp. 142).

En Colombia se necesitan personas con mucho ánimo que quieran salir adelante económico y social que no se conformen con un buen puesto, si no que se preocupen por ampliar sus conocimientos y crear nuevos productos y servicios para el bien de la sociedad, seres humanos con capacidades, actitudes y aptitudes que quieran esforzarse para lograr una meta, alcanzar nuevos logros como la creación de empresa o mejoras de productos que ya existen, esto es porque Colombia es una sociedad con vocación emprendedora y necesita nuevas generaciones, existen emprendimientos de dos tipos: el de impacto local que genera empleo y que está enfocado en mercados pequeños o medianos y aquel emprendimiento de proyectos innovadores con alto potencial de crecimiento.

El gobierno colombiano ha creado programas de apoyo a emprendedores, si se tiene en cuenta que también se llama emprendedora a las personas que inician la creación de otros tipos de organización o institutos no necesariamente comerciales, por ejemplo cívicas,

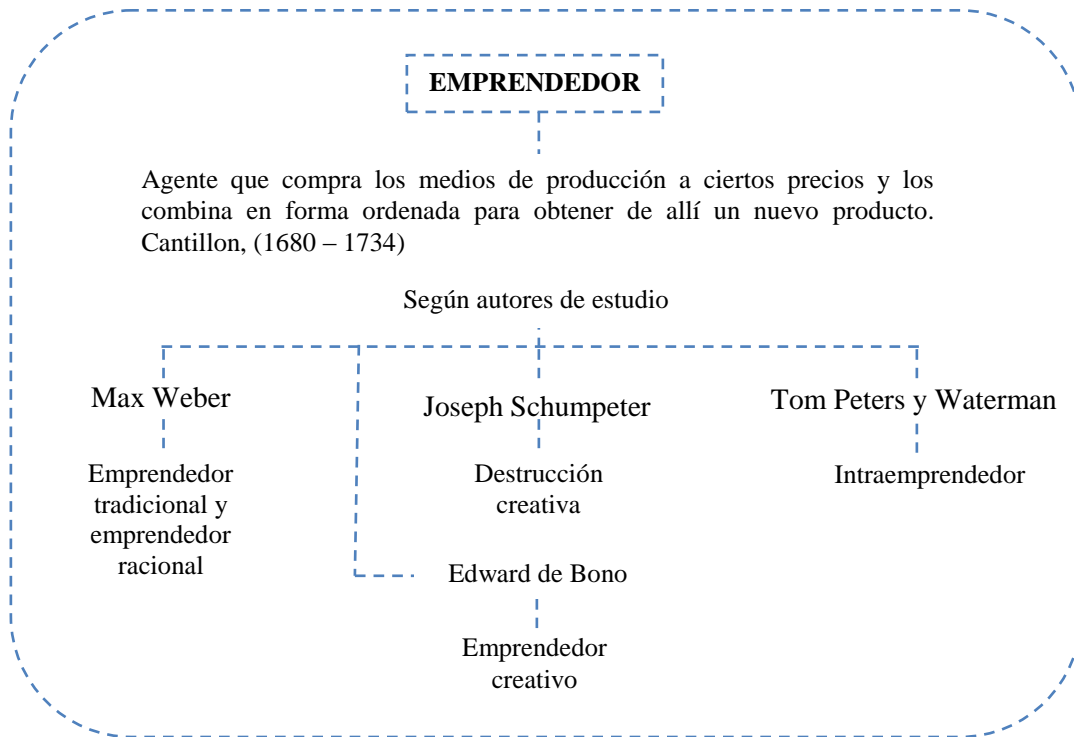
⁶ Economista. Especialista en Formulación y Evaluación de Proyectos. Especialista en Pedagogía y Docencia Universitaria. DEA (Maestría) en Ciencias Empresariales. Candidato a Ph D en Ciencias Empresariales. Profesor con evaluación de excelencia 2006 y 2007 del programa de Administración de Empresas de la Universidad de La Salle

sociales o políticas, lo anterior es debido a que el acto de emprender en sí no sólo es característico del mundo de los negocios o del comercio (autor no relacionado, 2008).

Un caso diferente es el de los emprendimientos sociales por que buscan generar beneficios económicos a la par de tener un enfoque desarrollado en potenciar el bienestar humano que trascienda lo económico, para la creación de un negocio propio, se cuenta con entidades dedicadas a promover la creación de empresas para las personas que tengan la capacidad y el conocimiento suficiente para la creación de empresa, la creación de un producto o servicio, como es de nuestro conocimiento la mano de obra es mucho más alta que lo que crece la economía, por lo que resulta difícil ofrecer empleo a todos los desempleados (Gámez, 2008; Pereira, 2007).

Lo que hay de nuevo en la propuesta es describir y estudiar la definición multidisciplinar, las características, aptitudes, cualidades y rasgos que conforman el perfil del emprendedor que crea empresa y la importancia que este tiene socialmente y en la economía de un país. Se pretende desarrollar dentro del estudio a realizar la mejor forma de suplir las necesidades del emprendedor desde un nivel educativo y social las cuales serán halladas dentro de la investigación a realizar (Gráfica 1).

Gráfica 1 Definición emprendedor



Fuente: Las autoras a partir de Weber (1922), Schumpeter (1950), Peters (1994) y De Bono (1991).

3 VIDA, OBRA Y ENFOQUES DE LOS TEÓRICOS DEL EMPRENDIMIENTO

A continuación se hará una breve reseña biográfica de los autores que son objeto de estudio en la presente monografía y que le dieron vida e influenciaron el término emprendedor desde sus diferentes enfoques y épocas, sus aportes aun siguen vigentes en la actualidad sin embargo han sido modificados y criticados por diferentes autores a través del tiempo.

Se analizará el emprendimiento desde los enfoques administrativo, psicológico, económico y sociológico examinando las características internas y sus competencias. Se busca identificar la independencia del ser humano desde los conceptos propios de los autores e inferencias que permiten observar los elementos que hacen diferentes a un emprendedor de otros que no lo sean.

El emprendimiento es la clave del éxito y se relaciona directamente con energía, espíritu de empresa y crecimiento, destaca que en las empresas triunfadoras el liderazgo se considera una liberación de talento y no un fortalecimiento de las reglas, los mejores empleados son emprendedores y contratistas independientes, trabajan dentro de la empresa porque es allí donde son más efectivos, la riqueza de las empresas no se genera optimizando la parte conocida de la gestión si no explotando lo desconocido que es precisamente lo que el emprendedor debe realizar.

El emprendedor debe pensar en sí mismo como una marca (Peters, 1997)⁷, una compañía de una sola persona haciendo su propio camino partiendo de cualidades que lo hacen diferente, debe ser capaz de reinventar la mentalidad de las organizaciones y de las sociedades por medio de imaginación que es la fuente principal del valor en las compañías modernas. Debe tener en cuenta que innovar y hacer cosas nuevas supone en muchos casos intentos fallidos,

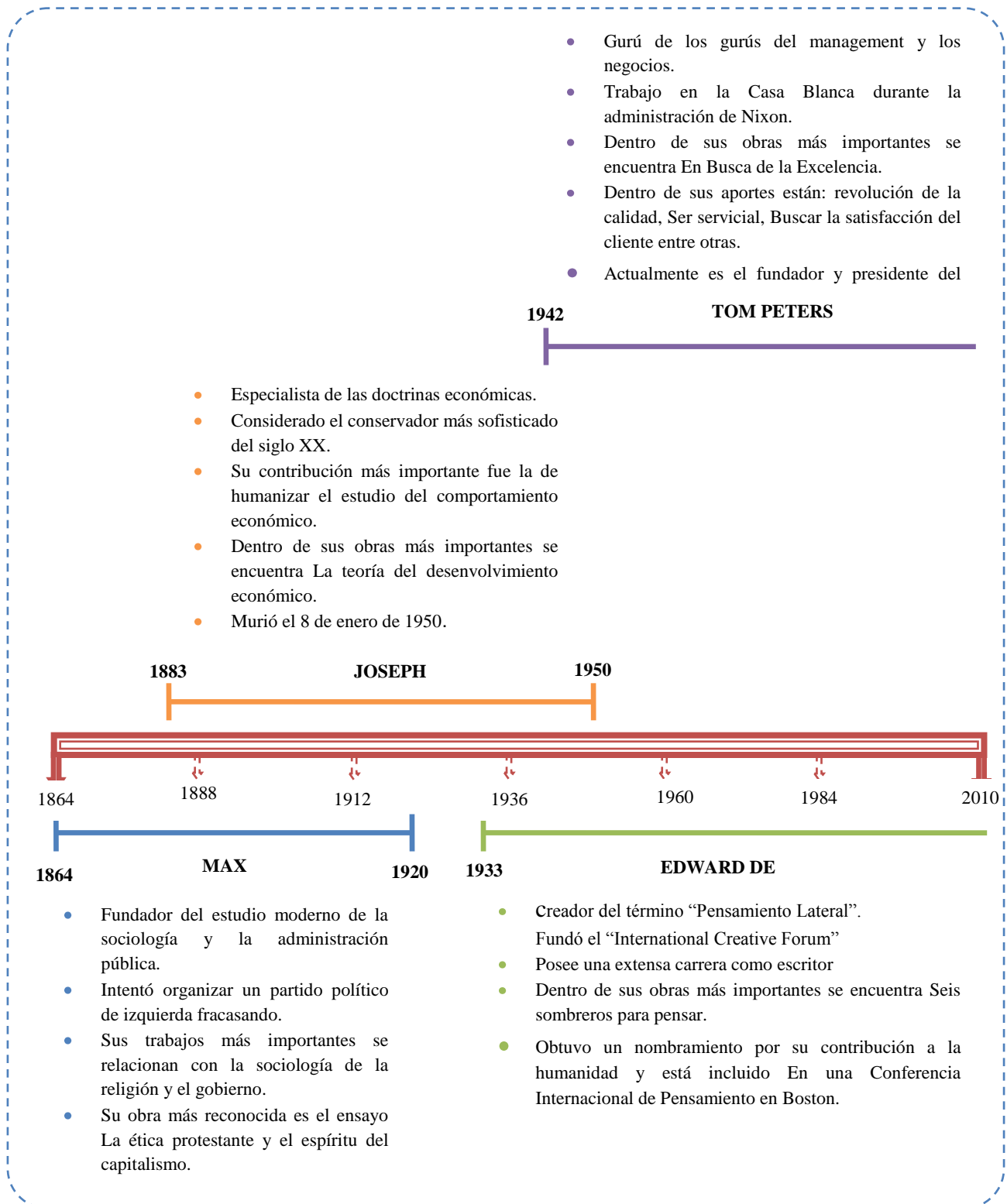
⁷ Tom Peters en un artículo para *Fast Company* en 1997: “ Independientemente de la edad la posición o el negocio en el que trabajamos, todo el mundo debe comprender la importancia de hacerse un nombre, somos directores de nuestras propias compañías: Yo S.A. para participar en los negocios hoy en día nuestra labor más importante es ser vendedores de la marca yo”.

pérdida de tiempo y dinero, el miedo a perder, fracasar o cometer errores no deben ser barreras que frenen al emprendedor a crear empresa⁸.

Los emprendedores encuentran una satisfacción cuando resuelven problemas, mejoran un producto o servicio, por ellos son idealistas, imaginativos, arriesgados y no toman mucho tiempo en pensar que fracasaran por que sacan satisfacción en lo que hacen, pero como todo tiene un límite deben encontrar un enfoque que los lleve al éxito (Gráfica 2).

⁸Tom Peters en un artículo para *Fast Company* en 1997.

Gráfica 2 Línea de tiempo



Fuente: Las autoras a partir de Peters (1942), De Bono (1933), Schumpeter (1942) y Weber (1984).

3.1 MAXIMILIAN WEBER (1864-1920)

Abogado, filósofo, economista, jurista, historiador, politólogo y sociólogo alemán, nació en Érfurt el 21 de abril de 1864 y murió en Múnich el 14 de junio 1920, fue el mayor de siete hermanos, sus padres Max Weber un prominente político y funcionario protestante y Helene Fallenstein, una calvinista moderada (universia, España, 2009).

Hacia los trece años hizo un par de ensayos históricos titulados "*Sobre la maldición de la historia alemana, con referencias especiales a la posición del emperador y el papa*" y "*Sobre el período del Imperio romano desde Constantino a la migración de las naciones*".

Fue considerado uno de los fundadores del estudio moderno, antipositivista⁹, de la Sociología y la administración pública.

En 1882, Weber ingresó en la Universidad de Heidelberg como estudiante de leyes. Se incorporó a la fraternidad de su padre y escogió el campo de las leyes al igual que él. Aparte de estos estudios, tomó clases de economía y estudió historia medieval. Adicionalmente, Weber realizó extensas lecturas sobre temas teológicos, 1886 Weber aprobó los exámenes de "*Referendar*", en 1889 obtuvo un doctorado en leyes escribiendo una tesis doctoral sobre historia legal titulada "*La historia de las organizaciones medievales de negocios*", en 1888 se unió a la "*Verein für Socialpolitik*",¹⁰ en 1904 visitó los Estados Unidos y participó en el Congreso de las Artes y las Ciencias, que se realizó junto a la Exposición Universal de San Luis, en 1905 se publica su ensayo *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, el cual se convirtió en su trabajo más popular.

En 1912 Weber intentó organizar un partido político de izquierda que combinase socialdemócratas y liberales, pero su intento fracasó debido al miedo que muchos liberales

⁹ Es el punto de vista de la sociología que las ciencias sociales tienen que crear y utilizar diferentes métodos científicos que son utilizados en el campo de las ciencias naturales -. Antipositivismo Evolución del concepto de ser.

¹⁰ Asociación Profesional de Economistas Alemanes, consideraba que el aporte principal de la economía era la solución de los problemas sociales de mayor impacto durante la época, y fue pionera en el uso de estudios estadísticos a gran escala en el análisis económico.

sentían hacia los ideales revolucionarios de los social-demócratas, en 1918, fue miembro del consejo de obreros y soldados de Heidelberg. El mismo año se convirtió en consultor de la Comisión del Armisticio Alemán para el Tratado de Versalles.

Sus trabajos más importantes se relacionan con la Sociología de la religión y el gobierno, pero también escribió mucho en el campo de la economía. Dentro de estos se encuentran: Metodología de las ciencias sociales, Teoría de la burocracia, La ética protestante y el espíritu del capitalismo, Sociología de las políticas y gobierno, Economía, La religión en la india, La sociología del hinduismo y budismo, judaísmo antiguo, Sociología de la religión, La religión de China (confucianismo y taoísmo) entre otros, donde las ideas principales eran:

- El efecto de las ideas religiosas en las actividades económicas
- La relación entre estratificación social e ideas religiosas y
- Las características singulares de la civilización occidental (Recuperado de ética parlamentaria en marzo de 2007; Ramírez, 2007 Pág. 83)

Su obra más reconocida es el ensayo *La ética protestante y el espíritu del capitalismo* (edición de 2003), que fue el inicio de un trabajo sobre la Sociología de la religión¹¹. Max Weber murió de neumonía en Munich el 14 de junio de 1920. Muchos de los trabajos que son famosos ahora, fueron reunidos, revisados y publicados póstumamente.

3.1.1 *El enfoque de la Sociología y la religión*

Maximilian Carl Emil Weber fue un filósofo, economista, jurista, historiador, politólogo y sociólogo alemán, considerado uno de los fundadores del estudio moderno, anti positivista, de la sociología y la administración pública. Sus trabajos más importantes se relacionan con la sociología de la religión y el gobierno, pero también escribió mucho en el campo de la

¹¹ Weber: la religión es uno de los aspectos más importantes que influyeron en el desarrollo de las culturas occidental y oriental.

economía. Su libro más reconocido es el ensayo *La ética protestante y el espíritu del capitalismo* (1998), que fue el inicio de un trabajo sobre la sociología de la religión. Weber (edición 2001) argumentó que la religión fue uno de los aspectos más importantes que influyeron en el desarrollo de las culturas occidental y oriental. En otro de sus libros famosos, *La ciencia como vocación, la política como vocación*, Weber (1998) definió el Estado como una entidad que posee un monopolio en el uso legítimo de la fuerza, una definición que fue fundamental en el estudio de la ciencia política moderna en Occidente. Su teoría fue ampliamente conocida a posteriori como la Tesis de Weber.

Este sociólogo alemán identifica dos tipos de emprendimiento, el primero es el tradicionalista, que surge en la época mercantilista, condicionado a una forma capitalista de producción en la que no se observan rasgos necesarios de mentalidad empresarial para desarrollar su actividad de manera acumulada, este tipo de emprendimiento está condicionado al principio de costumbres es decir que el emprendimiento es hereditario, por otro lado la autoridad es legal-racional donde se asegura que la legitimidad de las normas se conceden en el ejercicio del poder, este tipo de emprendedor no siente goce de su trabajo y simplemente lo hace para mantener capital y vivir dignamente. El segundo tipo de emprendimiento del que habla este autor es el capitalista moderno impulsado por la fuerte ética laboral del movimiento protestante, que desarrolla una mentalidad empresarial, una personalidad diferente que lo impulsa a la multiplicación de su riqueza, Weber (1984) habla de trabajo duro, ahorro y reinversión en negocios transformando su actividad en un proyecto de vida, siempre tendiente a captar dinero, nuevos clientes y seguir creciendo todo esto orientado por la moral puritana y afirma que estos nuevos emprendedores no son especuladores sin escrúpulos si no que son partícipes de una serie de cualidades éticas muy acusadas¹².

¹² Max Weber en su libro "The Protestant Ethic and the Spirit Of Capitalism" el capitalismo es idéntico a la búsqueda de una utilidad siempre renovada por medio de emprendimiento capitalista, racional y continuo. Una acción económica capitalista descansa en la expectativa de obtener una utilidad haciendo uso de las oportunidades de intercambio, es decir que descansa formalmente en las posibilidades pacíficas para obtener utilidades.

Weber (1984), prevé que la acción del empresario no es pacífica ni tranquila, por el contrario, las desconfianzas, la competencia, el individualismo, son manifestaciones que se presentan en el empresario innovador, este emprendimiento se basa en la total dedicación al trabajo con conocimiento de los clientes para ofrecer mayor calidad en los productos y mejor servicio cubriendo sus necesidades.

La tarea del emprendedor capitalista, es asumida por un sujeto, una ética, una mentalidad, un código de conducta diferente que le impulsa a la frugalidad en busca de la multiplicación de su riqueza transformando así su actividad en una profesión de vida, guiada por una moral puritana (Weber, 1984).

El grupo investigador considera que el emprendimiento también puede ser ejercitado porque se incorporan diversas habilidades y actitudes del pensamiento, también destrezas, que permiten pasar de una idea a un negocio viable, que es indispensable para el progreso, así como mejorar las relaciones con las personas alrededor, permite que la capacidad de liderazgo sea mayor para llegar a un logro personal y profesional, pero este también puede ser afectado positiva o negativamente por el medio social, cultural y gubernamental.

Entre estas cualidades sobresale el liderazgo, la capacidad de trabajar en equipo, la motivación a las demás personas, la forma adecuada de comunicarse con los empleados y demás gente, la expresión oral y escrita, en general la relación con los demás. A lo anterior se puede agregar sobre todo la capacidad de innovación, todo es necesario para manejar las relaciones con las demás personas, en especial el núcleo laboral, porque permiten conocer el estilo empresarial y las situaciones que se presentan para el mejoramiento continuo del ambiente laboral (Adaptado de Blanchard, 1996).

3.2 JOSEPH ALOIS SCHUMPETER (1883 - 1950)

Joseph Schumpeter (1883), especialista de las doctrinas económicas y uno de los más destacados de su época, nació en Austria, fue huérfano de padre desde su niñez, su madre tuvo gran influencia en su desarrollo. Hablaba seis idiomas y en 1906 estudió derecho en la

universidad de Viena, Fue profesor y en 1919 asumió el cargo de secretario de Estado de Finanzas en la nueva república austriaca. Más tarde en 1920 a 1924 se hizo cargo de la presidencia de un banco austriaco que la gran inflación de la década de los 20 llevó a la quiebra (Robert, 1995).

En 1924 fue un profesor “*estrella*” del departamento de Economía de la Universidad de Harvard, fundador de la Sociedad de Econometría, Presidente de la Asociación Norteamericana de Economía y de la Asociación Internacional de Economía. Dentro de sus influencias intelectuales está León Walras economista francés de la escuela Lausana, Ronald Fisher científico, matemático, estadístico, biólogo evolutivo y genetista inglés, Böhm Bawerk quien retoma nociones de productividad pero difiere en otras como beneficio, acumulación suave y continua (Robert, 1995).

Considerado por Keynes (1883-1946) y John Kenneth Galbraith (1908-2006), como “*el conservador más sofisticado del siglo XX*” (Guillermo S, pp. 1), la contribución más importante de Schumpeter fue humanizar el estudio del comportamiento económico, por otra parte llegó a conclusión que la certeza matemática no siempre podía prevalecer cuando implicaba un comportamiento humano indeterminado, Elaboró una teoría de los ciclos económicos basada en tres períodos de tiempo diferentes, a cada uno de los cuales atribuía diferentes causas, confrontándola con datos empíricos muy numerosos de más de cuarenta años (Guillermo S, 2010).

Desarrolló una teoría del crecimiento económico y de las fluctuaciones, en que se le asignaba un rol preponderante a las contribuciones de las innovaciones técnicas y económicas, tales como introducción de nuevos productos o nuevos métodos de producción, apertura de nuevos mercados, utilización de nuevas materias primas, o aplicación de nuevos inventos a la industria (Sepúlveda, 2004, pp. 166).

Schumpeter “*fue para el capitalismo lo que Freud para la mente*” (John Maynard)¹³: alguien cuyas ideas han llegado a ser tan ubicuas y tan profundamente establecidas que no podemos separar sus pensamientos fundacionales de los nuestros McCraw, (2007). Schumpeter tuvo una vida difícil especialmente transcurrida en Europa desde la declinación del Imperio Austro-Húngaro hasta el surgimiento del nazismo¹⁴ (Edelberg, 2009).

Dentro de sus principales obras se encuentran: La teoría del desenvolvimiento económico (1912), Sociología de los imperialismos (1919), Ciclos de negocio (1939), Capitalismo, socialismo y democracia (1942), Historia del análisis económico (1954). De estas se extraen los aportes a la teoría del emprendimiento como el humanizar el estudio del comportamiento económico determinando que la innovación es el motor y el progreso del capitalismo y la existencia del desequilibrio económico causado por el emprendedor Referenciado por Formichella¹⁵ (2005).

3.2.1 Los cimientos teóricos de la Economía: el pionero

El emprendedor es el agente que trata de descubrir nuevas oportunidades a través de la innovación y la creatividad (Schumpeter, 1934). Históricamente el concepto emprendedor se constituyó en una ciencia económica que influyó en su desarrollo. La escuela económica se caracteriza por estudiar al emprendedor a través de sus acciones según VonMises (1949) (citado por Pereira 2007).

La acción del hombre es entendida como una manifestación de su deseo por sustituir la situación actual por otra más satisfactoria, su comportamiento se caracteriza por impulsos racionalizados.

¹³ McCraw: profesor de Harvard Business School y escritor de la biografía titulada "Prophet of Innovation: Joseph Schumpeter and Creative Destruction".

¹⁴ Una Nueva Biografía De Joseph Schumpeter, Guillermo S. Edelberg DBA, Profesor Emérito. guillermo.edelberg@incae.edu. www.guillermoedelberg.com.ar

¹⁵ Monografía realizada en el marco de la Beca de iniciación de INTA: Gestión del emprendimiento y la innovación.

Schumpeter (1950) fue el primero en utilizar la palabra emprendimiento desde un concepto totalmente económico. El emprendimiento para este autor está comprendido como la forma de alterar o revolucionar la producción al explotar un invento o la posibilidad de reformar uno ya existente, pues este tipo de actividades son responsables primarias de la prosperidad que revoluciona un organismo económico, esto no consiste esencialmente en inventar algo si no en conseguir que las cosas se desarrollen, además de las capacidades técnicas y experiencia, la intuición y estrategia son de particular importancia para el proceso de desarrollo (Robert, 1995).

Schumpeter (1995) se destaca por sus investigaciones sobre el ciclo económico y por sus teorías sobre la importancia vital del empresario en los negocios, recalcando su papel para estimular la inversión y la innovación que determinan el aumento y la disminución de la prosperidad. Difundió el concepto de destrucción creativa como forma de describir el proceso de transformación que acompaña a las innovaciones. Predijo la desintegración sociopolítica del capitalismo, que, según él, se destruiría debido a su propio éxito. Sus principales obras son: Teoría del desenvolvimiento económico (1912), Los ciclos económicos (1939), Capitalismo, socialismo y democracia (1942) y La historia del análisis económico (Póstuma, 1954). Después de ser Ministro de Economía de Austria tras la Primera Guerra Mundial, cesado y de dirigir el Banco Biederman, pasó a ocupar varias cátedras universitarias, entre las que está Harvard. En este último período de docencia completó tres libros más: *Business Cycles* (1939), *Capitalismo, Socialismo y Democracia* (1950) donde predijo la caída del capitalismo en manos de los intelectuales y su *History of Economic Analysis* (1954). En los dos primeros se centró en su teoría del “espíritu emprendedor”, desarrollándola en un ámbito más global e integrándola en una teoría cíclica de los negocios y otra sobre la evolución socioeconómica. La principal aportación de Schumpeter es la concepción cíclica e irregular del crecimiento económico, desarrollada en (1911) en su *Theory of Economic Development* ('Teoría del crecimiento económico') mientras daba clases en Czernowitz (actual Chernivtsi, en Ucrania). En ella recoge su teoría del “espíritu emprendedor” (*entrepreneurship*), derivada de los empresarios, que crean innovaciones técnicas y financieras en un medio competitivo en el que deben asumir constantes riesgos y beneficios que no siempre se mantienen. Todos estos elementos

intervienen en el crecimiento económico irregular recuperado de la Historia del Análisis Económico (Schumpeter, 1995, pp. 816).

Este autor expresa que el emprendedor actúa para distorsionar una situación de equilibrio existente, se ubica como iniciador del cambio y generador de nuevas oportunidades y se muestra como una fuerza desequilibradora, aunque cada actividad emprendedora genere una nueva situación de equilibrio, también afirma que la actividad emprendedora rompe con el círculo continuo de mejoramiento, (Schumpeter, 1951).

La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria. Denominó la actividad del emprendedor como la “*destrucción creativa*”, pues los emprendedores destruyen los mercados existentes cuando cambian los términos básicos de compra-venta del bien o del servicio al saber reconocer y encontrar fallas de mercado con potencialidad de ser explotadas. El emprendedor es por ende y en esencia, un individuo con gran creatividad que provoca serios desequilibrios de oferta y demanda, y son estos cambios los que, al crear nuevas fuentes de trabajo y de riqueza, impulsan el crecimiento y desarrollo de la economía (Schumpeter, 1942).

En la económica emprendimiento es como el proceso para adquirir nuevas mezclas en productos, rompiendo el equilibrio existente en el mercado y con un retorno incierto (Cantillon, 1734).

El emprendimiento en los clásicos: La economía tuvo sus orígenes a comienzos del siglo XVIII en Francia con los fisiócratas, destacándose Cantillon, quien da a conocer el concepto del *entrepreneur*, el cual define al individuo, que asume los riesgos en condiciones de incertidumbre, este autor divide a los productores de la economía de mercado en dos clases los contratados, que son los que reciben salarios o utilidades fijas y los emprendedores, que reciben ganancias no fijas e inciertas (Cantillon, 1734).

El *emprenderismo* y los neoclásicos: Sigue evolucionando junto a las teorías que conforman esta disciplina. Max Weber (1905), en su estudio *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, diferencia dos ejemplos de empresarios: Se encuentra el empresario tradicionalista, nacido de la época mercantilista y el empresario capitalista a cierta forma de organización una persona con una mentalidad, ética y conducta diferente, buscando siempre la riqueza.

La esencia del emprendimiento es la innovación, donde las oportunidades emergen, en un proceso de “*destrucción creativa*” (Schumpeter, 1950), de la disposición interna del emprendedor para iniciar cambios en la economía y en la sociedad. La innovación es la herramienta específica de los emprendedores por medio de la cual ellos explotan el cambio como una oportunidad para crear un negocio o un servicio diferente, con potencial de crecimiento (Formichela, 2005).

Dentro de los autores que critican este enfoque se encuentra Moore (1986) quien dice que durante la fase de innovación son las características personales del emprendedor y su combinación con el entorno las que dan lugar a nuevas ideas de negocio, siendo un acontecimiento aislado una carrera profesional estancada o el despido, es decir que el emprendedor indaga en pos de la obtención de sus recursos donde adquieren un papel clave la familia y los socios¹⁶.

Peter Drucker (1984) es otro autor que coincide con la teoría de Schumpeter pues dice que “*no es necesario inventar, pudiendo innovar constantemente. Esa preocupación por el proceso de innovación que es derivado de la rapidez en que se procesan las innovaciones tecnológicas y sociales. En este sentido, considerando las tendencias, el emprendedor es un sujeto que sabe viabilizar las innovaciones en un tiempo útil; condición que se sume como una regla básica para mantenerse competitivo en el mercado*” (autor no relacionado, 2010).

¹⁶ Fuente: Las autoras a partir de la lectura características personales de cinco empresarios de la ciudad de Medellín que crearon empresa en los últimos quince años y su relación existente con éxito empresarial y asertividad, Medellín 2007.

Cuando el emprendedor hace este tipo de estudio se aumenta el conocimiento disminuyendo el nivel de incertidumbre y este modo de emprendimiento se fortalece con la enseñanza de los conceptos básicos de gestión. La innovación es necesaria para el adelanto y es una estrategia vincular la iniciativa emprendedora a la innovación, la innovación y la generación de conocimiento tiene lugar en todas las actividades económicas en tipo de empresas. Las personas que son verdaderamente emprendedoras y que triunfan tienen la capacidad de aprender de sus fracasos y errores, de obtener y desarrollar el valor para seguir adelante, volviendo a retomar una y otra vez el proyecto hasta sacarlo adelante, siendo oportunos en su labor. Dejar de vivir en el pasado ayuda considerablemente a ser felices, dejar a un lado las excusas y justificaciones que no dejan progresar, por que se vuelven ciegos a las oportunidades. Es por esto que cada vez que se tenga una idea o un sueño se debe realizar siempre pensando positivo, buscando un nuevo comienzo sin permitir los límites. La decisión de ser emprendedor está en cada persona, que quiera tener un destino diferente, que quiera dejar de ser del montón, se puede lograr las metas siempre y cuando se esté direccionado hacia ellas, sin miedo, con ánimo, con ganas de ser diferente pensando no solo en el dinero que se pueda llegar a ganar, sino en lo que conlleva el proceso de ser continuamente una persona emprendedora, con el trabajo, dedicación y empeño, manteniendo un equilibrio de vida con la sociedad, sin violar los derechos, de manera que cuando exista un fracaso, se enfrente y se aprenda de los errores continuarlos hasta lograrlos de lo contrario se dejaría de ser emprendedor (Meza y Obando, 2007).

Para las autoras el enfoque de Joseph Schumpeter es uno de los más importantes que se identificó en esta investigación porque entendió al emprendedor como el que revoluciona todo lo existente a través de la innovación y la creación de nuevas ideas obteniendo la capacidad de levantarse y aprendiendo de sus errores.

3.3 EDWARD DE BONO (1933)

Médico y psicólogo Británico nacido en Malta en el año 1933, graduado de la universidad de Malta, fue Becario de Rhodes a Oxford dónde obtuvo el título de Médico y dos Doctorados, Ha sido profesor en la Universidad de Oxford, Cambridge, Londres y Harvard.

Es el creador del término “*Pensamiento Lateral*” y líder mundial en el campo del pensamiento creativo y conceptual, en 1972 Edward de Bono estableció el *Cognitive Research Trust* como una organización benéfica consagrada a la enseñanza del pensamiento en escuelas, En 1991 fundó el “*International Creative Forum*” cuyo principal objetivo es proporcionar las herramientas necesarias para liberar y guiar la creatividad dentro de las organizaciones garantizando la duración del éxito. Posee una extensa carrera como escritor de cerca de 60 libros traducidos a 35 idiomas acerca del tema del pensamiento dentro de los cuales se encuentran: Seis pares de zapatos para la acción (1996), Seis sombreros para pensar (1999), El pensamiento creativo (1994), Pensamiento Lateral (2002), el factor positivo (2007), creatividad: 62 ejercicios para desarrollar la mente (2008), seis marcos laterales (2009), simplicidad (2009) entre otros.

También hizo dos series de TV: la primera para la BBC llamada “*De Bono's Thinking Course*” y el segundo para la WDR en Alemania llamado “*The Greatest Thinkers*”, en 1988 se le otorgó el primer premio Capire¹⁷ en Madrid por una contribución significativa a la humanidad, en 1994 se le otorgó el Pioneer Prize¹⁸ en el campo del Pensamiento en la Conferencia Internacional sobre el Pensamiento en el M.I.T. en Boston. 1995 el Gobierno de Malta otorgó su 'Orden de Mérito' que es el premio más alto disponible y se limita a sólo veinte personas vivas, sus clientes corporativos incluyen IBM, *Du Pont*, *Prudencial*, *AT&T*, *British Airways*, *British Coal*, *NTT* (Japón), Ericsson (Suecia), Total (Francia), etc.

¹⁷ Concedido a personalidades de gran prestigio internacional que promueven esfuerzos en el campo de la educación para la creatividad.

¹⁸ SIAM: El premio conmemora el espíritu y el impacto de los pioneros norteamericanos.

Obtuvo un nombramiento, por parte de la Unión Astronómica Internacional de un planeta en reconocimiento por su contribución a la humanidad y está incluido en una Conferencia Internacional de Pensamiento en Boston.

3.3.1 Aproximación desde la Psicología: la creatividad

En Psicología se analizan las motivaciones de quien emprende: Las características personales, control personal, necesidad de éxito, reconocimiento, dinero y las diferencias existentes entre los emprendedores, son instantes en los cuales se debe dar un aprovechamiento en cada una de las capacidades y habilidades personales de asumir riesgos, la práctica y contactos adquiridos, para programar la posibilidad de ser creador de su propio trabajo.

Para De Bono (1994), el emprendimiento está determinado por la parte creativa que es según este autor un ingrediente clave que tiene lugar donde los recursos son escasos y es un comportamiento necesario en un sistema de información, la creatividad es capaz de diseñar el futuro y esta puede ser aprendida como una habilidad deliberada para generar nuevas ideas, esta es una herramienta del pensamiento lateral para aprender a pensar de una manera diferente que permite a los emprendedores encontrar y aprovechar enfoques totalmente inesperados, el emprendedor no puede tener un pensamiento tradicional pues es una limitación para los tiempos de cambio donde no caben las soluciones estandarizadas, el emprendedor debe estar motivado para fomentar la creatividad el emprendedor debe buscar hacer las cosas de una manera simple como una forma de mejorar lo que se está haciendo brindándole mayor valor al cliente que se ve reflejado en la modificación de un producto o servicio o creando uno nuevo, debe ser capaz de abordar un problema desde diferentes puntos de vista (De Bono, 1994).

Este autor también dice que el emprendedor debe ser capaz de pensar, pues es el recurso máximo del ser humano, no se puede limitar el poder del pensamiento aun que su principal dificultad sea la confusión al intentar hacer demasiadas cosas al mismo tiempo, el

emprendedor debe separar la lógica de la emoción, la creatividad de la información para poder conducir y definir al pensamiento satisfactoriamente, debe generar alternativas para obtener mejores soluciones, desafiar los planteamientos, tratar de ver las cosas de modo diferente para obtener varios enfoques, debe defender una idea incluso si no resulta atractiva en apariencia (De bono, 1994).

Su aporte son las técnicas de creatividad, como los seis sombreros para pensar, es utilizada para poder tomar una decisión si se tiene varias alternativas, lo cual cambia la forma de pensar y permite evitar las confrontaciones de las personas cuando discuten la misma situación. Las personas creativas piensan de una forma positiva y racional, pero también pueden cometer errores cuando se presente un inconveniente desde una perspectiva emocional, intuitiva, creativa o negativa. Lo cual es ocasionado por qué no se tiene los planes de contingencia.

Los seis sombreros para pensar ofrecen una forma de traducir la intención en desempeño efectivo (De Bono, 2005 pp. 24). Si se maneja un problema utilizando la técnica de los “Seis Sombreros para Pensar”, se puede solucionar el problema teniendo en cuenta todos los enfoques.

Cada Sombrero es un estilo diferente de pensamiento: Sombrero Blanco: Este pensamiento se enfoca en los datos disponibles. Tener en cuenta la información que se tiene y observar qué se puede aprender de ella. Caer en cuenta de las falencias del conocimiento sobre la situación y tomar cuenta de ellos.

Sombrero Rojo: Con este sombrero se puede ver los problemas utilizando el conocimiento, la reacción interior y la impresión. Permite tratar de entender como es la reacción emocional y la respuesta de otras personas.

Sombrero Negro: Permite observar lo malo de una decisión, estar a la defensiva del por que no podría funcionar, da a conocer las debilidades de un plan, lo cual conlleva a buscar un plan de contingencia mucho más fuerte, identificando los riesgos.

Sombrero Amarillo: Este sombrero ayuda a pensar positivamente, permite ver los beneficios de una decisión cuando todo se encuentra difícil.

Sombrero Verde: Pertenece a la creatividad, porque permite desarrollar soluciones ideas nuevas creativas para un problema.

Sombrero Azul: Establece el control de procesos, es utilizado para dirigir una reunión, en la cual no fluyen las ideas.

Por otro lado y a diferencia de De Bono, Carlant (1988, pp.157) quien pertenece a la Escuela Psicológica plantea que *“el emprendedor es un individuo con necesidades de cumplimiento, dependencia, gusto por el riesgo y sentimiento por controlar su destino”*, lo cual es una visión más cognitiva y más personalista basada en las representaciones o pensamientos que el individuo hace de sus comportamientos.

En la misma línea de la Escuela Psicológica se encuentran (Shaver y Scott 1991), quienes definen al emprendedor como *“una persona con un cierto número de atributos psicológicos descritos tanto por la personalidad como por los procesos cognitivos activados por las circunstancias”*. (Marulanda, Correa y Mejía, 2009). Miner J, afirma que el emprendedor *“es una persona cuya cabeza o mente integra todas las posibilidades, es alguien que cree que la innovación es posible, y tiene la motivación para persistir hasta que el trabajo se haga”* (Miner, J., 1997, pp. 16). McClelland (1987) estudia determinados ambientes y culturas que inducen a las personas a una *“necesidad de realización”*, generando motivación extra en el trabajo y una especie de auto confianza tácita que acaba haciendo el papel del emprendedor y compartiendo conocimientos tácitos.

Para las autoras la vigencia de las ideas de Edward de Bono está dada por la práctica con que se puede implementar en cualquier empresa, su mejoramiento y evolución. La creatividad mantiene a las organizaciones en la cima o simplemente las desaparece, este autor facilita y da herramientas que permiten a las personas mejorar y desarrollar nuevas ideas para su mejor desenvolvimiento en el ámbito laboral o personal.

3.4 TOM PETERS (1942)

Thomas J. Peters llamado por la revista *Fortune* el gurú de los gurús del *management* y los negocios y autodenominado el príncipe del desorden, nació el 7 de noviembre del 1942 en Baltimore. Estudió ingeniería civil en *Cornell University* y después economía en *Stanford University*. En 2004 recibió un doctorado honorario de la Universidad Nacional de Management de Moscú (Eumed, 2010). Entre 1966-1970 sirvió en la marina de los Estados Unidos, entre 1973-1974 trabajó en la Casa Blanca durante la administración de Nixon, durante 1974-1981 trabajó como consejero en *management en McKinsey & Company*, convirtiéndose en uno de los miembros y líderes. Saltó a la fama tras la publicación del libro "*En Busca de la Excelencia (1982)*" escrito con Robert H. Waterman, Jr, donde estimulaba a los dirigentes a enfocar los negocios de un modo radicalmente distinto, escrito que recientemente fue denominado como uno de los tres mejores libros de negocios del siglo. Este autor a firmado cientos de artículos en periódicos y revistas populares y profesionales, entre ellos en *Business Week, The Economist, the Financial Times, The Wall Street Journal, The New York Times, Inc., Fast Company, The Washington Monthly, California Management Review, The Academy of Management Review, Forbes SAP y The Harvard Business Review* entre otros.¹⁹

Dentro de sus escritos se encuentran: *En busca de la excelencia (1982)* escrito con Robert H. Waterman, Jr. *Pasión por la excelencia (1985)* escrito con Nancy Austin, *El Seminario de Tom Peters: Las organizaciones en tiempos de cambios (1994)*, *El proyecto 50 - 50 formas para transformar cada tarea en un proyecto relevante (1999)*, *El arte de la innovación: Lecciones de creatividad de Ideo, la firma norteamericana líder en diseño (2001)*, *Manifiesto (2002)*, *Re-imagine! Excelencia en los negocios, en una época disruptiva (2003)*.

Dentro de sus aportes estableció 45 preceptos que incluyen: revolución de la calidad, ser servicial, buscar la satisfacción del cliente, hacer organizaciones internacionales, escuchar las demandas de consumidores, proveedores, convertir a la manufactura en la primera

¹⁹ The Tom Peters Seminar: Crazy times for crazy organizations, P 1.

herramienta de comercialización, desarrollar estrategias innovadoras, dar reconocimiento a los ganadores etc.

Actualmente Peters es el fundador y presidente del "*Grupo Tom Peters*", con oficinas en Cincinnati, Boston y Londres, sus conferencias y seminarios, se han convertido actualmente en algunos de los más apreciados del mundo. vive con su familia y un montón de animales en una granja en Vermont (EE.UU.), participa en casi 100 seminarios cada año y ha hablado recientemente en España, Alemania, Ecuador, Argentina, Chile, Brasil, Nueva Zelanda, Australia, Malasia, Reino Unido, Holanda, Suecia, Turquía, Arabia Saudita, India, Dubai, Suráfrica, Zimbabwe, Corea del Sur, Singapur y Tailandia (Recuperado el 10 de enero de 2010 de www.slideshare.net/ADON189/tom-peters-diseo-triunfar-en-un-mundo-sin-reglas).

3.5 ROBERT H. WATERMAN

Robert H. Waterman es el coautor conjuntamente con Tom Peters de *En busca de la excelencia* (1982) y autor de *El factor de renovación, Adhocracia: El poder de cambiar, y lo hace bien América*. También era socio de *McKinsey and Company* en la Costa Oeste, en Japón, en Australia, y en Europa. Dejó *McKinsey* como director principal en 1985. Estaba orientado a identificar aquellas variables que participan en el “proceso de organización” en el proceso diario dentro de la empresa, que hace de la organización una empresa realmente innovadora. La orientación principal de este trabajo de investigación estaba relacionada con lo que hacía la dirección superior como desafío dentro de la empresa con el propósito de garantizar el éxito teniendo siempre en cuenta la importancia de lidiar con un contexto turbulento que era superable como consecuencia de fuerzas innovadoras.

Formó el Grupo de Waterman, Inc. Además de la investigación y la escritura, Waterman es miembro del Fondo Mundial para la Naturaleza, *Esclerodermia Research Foundation*, EE.UU. *Ski Team*, el Grupo de ASK, *Boise Cascade*, la *AES Corporation*, y *McKesson*. Otra de las pasiones de Waterman son las pinturas en acuarela y óleos.

En conclusión estos autores son reconocidos en el medio académico y empresarial por sus estudios y aportes realizados, involucrando al ser humano con la actividad económica de los países, dándole la importancia social, cultural y empresarial desde la perspectiva económica, social, administrativa y psicológica.

3.5.1 *Enfoque Administrativo*

Peters y Waterman plantean que los emprendedores y las empresas deben ser capaces de abandonar sus enfoques tradicionales y convencionales para poder competir en mercados globales de manera constante y en los niveles más altos posibles, imaginativos, dotados de una alta capacidad de respuesta²⁰.

Para otro de los autores importantes del enfoque administrativo como lo es Drucker (1986), el emprendedor es aquel empresario innovador que se desenvuelve ya sea en una compañía existente o en una nueva empresa, para este autor la innovación es el medio por el cual el empresario crea nuevos recursos generadores de riqueza o incrementa los recursos existentes con un potencial mejorado para producir riqueza.

Unos de los autores que hace controversia al significado que da Tom Peters de Emprendimiento es (Bennis 2002), dijo a un reportero, "*Si Peter inventó la administración moderna, Tom le dio vida*". La razón: fue por que movió a los directivos a pensar la forma de administrar las empresas de una forma radicalmente distinta, al punto de convertirse en un verdadero *best-seller* y uno de los textos de negocios más consultados de la historia, durante años, ha sido uno de los críticos que claman por un profundo cambio en la forma en que las empresas administran sus recursos y últimamente, sobre cómo las personas se

²⁰ "Calidad al nivel excepcional", para lograr esto hay que amar lo que se hace, sentir pasión y ser un fanático del servicio excepcional, el emprendedor debe inculcar a sus trabajadores los ideales y proyectos que ha identificado como necesarios para conducir a la empresa al éxito, igualmente este debe tener claridad acerca de la dirección en la que quiere llevar a la empresa y a sus miembros un papel importante del emprendedor consiste en alentar, iniciar, facilitar y enseñar. Su función consiste en estimular la moral, abrir perspectivas, propiciar la creatividad, respaldar, crear una atmosfera de respeto confianza y apadrinar campeones quien señala Peters como las personas que a pesar de la derrota tienen actitud emprendedora (Recuperado de Revista Cubana de Psicología, Casales F.; 1999).

gestionan a sí mismas. Comenzó solicitando a los líderes a dejar las oficinas y "*dirigir mediante andar de acá para allá*", se ha convertido en un auténtico revolucionario de la gerencia exhortando a los managers a pensar de modo inusual.

El marco en el que fue escrita esta publicación, cuando se veía la amenaza del éxito japonés en su forma de administrar, se buscaba identificar y verificar que en Estados Unidos todavía había excelencia. Perfilando 43 compañías, "*En busca de la excelencia*" describe ocho principios básicos que permitieron el éxito en estas empresas. Aunque varias de las empresas analizadas ya no existen o han perdido su ventaja competitiva, los ocho principios se han sostenido válidos con el paso del tiempo. (Noviembre 7 de 1942, Baltimore, Estados Unidos).

Peters, Waterman y Drucker tienen en común que los emprendedores deben ser innovadores, dar lo mejor de sí mismos, Tom Peters (1982) expresa que se debe disfrutar lo que se hace, Drucker, que el emprendedor debe estar innovando, creando recursos y buscar el perfeccionamiento permanente. Waterman, se debe buscar la excelencia, innovación, productividad, competitividad, cultura del cliente (el cliente paga las nóminas).

Las autoras comparten con los autores que los emprendedores deben ser innovadores y deben aprovechar sus actitudes y aptitudes desarrollándolas constantemente, satisfaciendo las necesidades del cliente y las propias, obteniendo cambios positivos, sin embargo esto no solo se debe desarrollar dentro de las organizaciones sino en la vida diaria.

3.6 COMPARACIÓN DE LOS DIFERENTES ENFOQUES

El grupo investigador identifica que los autores de estudio observan de manera diferente e independiente al emprendedor y poco coinciden el uno con el otro en su definición, por un lado Tom Peters y Robert Waterman (1984) ven al emprendedor dentro de la empresa, no

lo visualizan fuera de ella, lo que se observa es que estos autores plantean enfoques que están relacionados directamente al mejoramiento y el crecimiento de los empleados dentro de la empresa, a liderar y ser emprendedores productivos dentro de las instituciones. Edward de Bono (1991) se basa en un enfoque simple donde la creatividad es la protagonista, este estilo simple de hacer las cosas diferencia al emprendedor porque puede ver al entorno de una manera muy sencilla y del mismo modo el entorno lo entiende y hay mayor comunicación y facilidad para entender los interrogantes y las necesidades de los demás.

El grupo investigador se da cuenta que Robert H. Waterman, Thomas Peters y Edward de Bono, tienen en común que la creatividad es la clave para el emprendimiento, de acuerdo con lo expresado por los anteriores autores se puede concluir que es la clave porque alcanza al éxito y para llegar al éxito hay que ser líder, una persona que lo hace diferente de los demás, porque es capaz de lograrlo todo por medio de la imaginación, una persona arriesgada, que no le da miedo perder, una persona innovadora, con la creatividad se es capaz de plantear el futuro generando nuevas ideas, haciendo uso del pensamiento lateral, aprender a pensar, motivar al emprendedor a no limitarse para hacer uso del pensamiento separando la lógica de la emoción.

Se puede decir que el enfoque de Schumpeter (1950) se relaciona con el de De Bono al buscar la transformación y la evolución por un proceso de destrucción creativa, donde busca reemplazar las producciones obsoletas por unas muchas más dinámicas y con más facilidades de interacción y de la misma manera se considera que el enfoque de Max Weber discrepa con el de los otros autores al ver al emprendedor como algo que viene de tradición o que puede llegar a ser exitoso únicamente con trabajo fuerte y reinversión pero con el menor sentido de creatividad o innovación porque para él la creatividad se hereda.

Se concluye que Max Weber (1984) en sus dos tipos de emprendimiento, uno el tradicionalista, que según este autor está limitado al principio de costumbres, que es hereditario y no disfruta su trabajo. Hoy en día se puede observar que aunque tiene razón la realidad es otra, no todas las personas trabajan porque les toca, si no por satisfacción

propia, son comprometidas con lo que hacen, adicionalmente el pensamiento de muchos es poder tener su propio negocio o ser independiente con el fin de vivir dignamente, el segundo tipo de emprendimiento del que habla este autor es el capitalista que solo le importa hacer crecer su riqueza, aunque hoy en día la calidad de vida ha disminuido y los salarios no son como los de antes por que exigen ciertos niveles de educación, es difícil lograr un ahorro y reinversión por qué se necesita cubrir las necesidades básicas, estar bien económicamente, sobre vivir, lo anterior a las personas, en cuanto a las empresas para mantenerse en la cima se tiene que ofrecer mayor calidad en los productos y mejor servicio cubriendo las necesidades de los clientes (Tabla 1).

Tabla 1 Comparación de enfoques

Enfoque psicológico	Analiza al emprendedor desde una perspectiva individual, analizando rasgos, características o atributos personales. Sugiere que los emprendedores tienden a poseer características innatas que los predisponen a involucrarse en el proceso de creación de una empresa
Enfoque administrativo	El emprendimiento es impulsado por recursos controlados basados en sistemas de medición de desempleo, existe la necesidad de una autoridad y responsabilidad claramente definida
Enfoque económico	El emprendedor no se adapta a los cambios provocados desde afuera, sino aquel que, desde adentro, a partir de la innovación, desata el Proceso de destrucción creativa.
Enfoque sociológico	La motivación emprendedora está influenciada por la familia, la educación, y la carrera, surge de la socialización con otras personas, los valores y la cultura,

Fuente: Las autoras a partir de Peters (1942), De Bono (1933), Schumpeter (1942) y Weber (1984).

3.7 QUÉ CARACTERIZA AL EMPRENDEDOR

Los autores mencionados han contribuido al tema del emprendimiento, el cual es importante porque es la evolución de una innovación en una empresa sustentable que genera valor, un emprendedor provee un producto o servicio nuevo, o desarrolla y usa un método nuevo para producir o entregar, a un precio menor, cosas que existían, los emprendedores crean nuevas maneras de manipular la naturaleza y nuevas formas de articular y coordinar personas. El innovador muestra que un producto, un proceso, o un modo de organización pueden ser eficientes y rentables y que mejoran la economía en su conjunto. El Emprendedor toma el riesgo de desarrollar sustentablemente una nueva empresa que beneficia a la sociedad con esa innovación (Vilaseca I Requena, Jordi y Castells Oliván, Manuel. 2007).

Las características de los emprendedores dependen de la ubicación geográfica, la historia familiar y expectativa personales²¹, están divididas en dos grupos, los factores generadores entendidos como las condiciones que impulsan a un ser humano a solucionar problemas, crear empresa y los factores potenciadores²². Los Factores Generadores²³ contienen las características esenciales en el espíritu emprendedor (Tabla 2).

²¹ Según estudios realizados hay mas empresas en Estados Unidos que en Europa, y más emprendedores en los países desarrollados, para el caso latinoamericano, el emprendimiento dependen de las condiciones familiares y del entorno: predominan los proyectos de creación de empresa individual o con pocos socios, e influyen en el desarrollo del espíritu emprendedor individual la existencia de los padres independientes o la tradición familiar de creación de empresa. (Kantis, 2002; Moriano, 2005; Veciana, 2001, GEM, 2006).

²² Según estudios realizados hay mas empresas en Estados Unidos que en Europa, y más emprendedores en los países desarrollados, para el caso latinoamericano, el emprendimiento dependen de las condiciones familiares y del entorno: predominan los proyectos de creación de empresa individual o con pocos socios, e influyen en el desarrollo del espíritu emprendedor individual la existencia de los padres independientes o la tradición familiar de creación de empresa. (Kantis, 2002; Moriano, 2005; Veciana, 2001, GEM, 2006).

²³ Entendidos como las condiciones que impulsan a un ser humano a solucionar problemas–crear empresa

Tabla 2 Factores generadores de emprendimiento

Creatividad	Esta característica es necesaria para sobrevivir en esta sociedad, brindando ventajas con ideas originales y nuevas no convencionales que se ven proyectadas en empresas o productos exitosos. Para Tom Peters no es algo obvio ni fácil, si no exclusivo y raro que añade valor y es inesperado. La creatividad surge en la mayoría de veces ante situaciones problemáticas, ´presiones y exigencias (Edward de Bono, 2000)
Fuerte Voluntad	Es la disposición que tiene el emprendedor para desarrollar algún proyecto, dedicarle el tiempo necesario para hacerlo efectivo y que este tenga buenos resultados, para Edward de Bono esta es una característica determinante para que haya un cambio en la manera de pensar y un inicio al cambio de ideas convencionales, sin embargo Tom Peters Y Robert Waterman 1982, afirman que esta es una característica que no serviría de nada a menos que se apliquen los principios de calidad y buen servicio.
Vanidad	Se destaca por que el emprendedor no se lamentan de nada de lo realizado, y por el contrario busca una ventaja de todo lo realizado generando seguridad en sí mismo, para Shumpeter es la característica necesaria para realizar innovaciones y cambiar las circunstancias del mundo exterior.
Confianza	Mucha confianza en las personas cuando se inicia un proyecto. Mas que tener confianza es generarla con servicio excepcional en atención al cliente permitiendo ser más directos y eficientes (Tom Peters, 1982).
Nivel alto de profesionalizad	Liderazgo para una buena gestión es un proceso de mutuo descubrimiento pues este no “ <i>tomar el poder</i> ” si no es un proceso de encuentro entre el líder y sus subordinados. (Tom Peters, 2002).
Selección	Seleccionar bien a las personas que trabajan en la empresa mediante una adecuada política de personal.
Buen Carácter	Esta característica proporciona coherencia y uniformidad en las decisiones que tome el emprendedor e intervienen funciones psíquicas y la acción del ambiente haciéndolo amable y extrovertido. No hay lapsos pequeños de integridad, los pequeños lapsos de carácter no existen, tenemos o no tenemos integridad (Tom Peters, 2002).

Fuente: Las autoras a partir de De Bono (2000), Peters (2002), Schumpeter (1934), Weber (1976) y Gámez (2009).

Para el grupo investigador, estas características no determinan necesariamente a un emprendedor, tampoco los delimita, y no todas se aplican a los emprendedores porque cada emprendedor busca un beneficio diferente ya sea económico, social o personal y son mucho los factores que influyen en la personalidad de las personas, sin embargo autores como De Bono (1991), Peters y Waterman (1982) coinciden en que la creatividad es el principal motor de las empresas, pero para el grupo esta característica no necesariamente hace que las personas se lancen a crear una empresa, tan solo hace que la empresa se mantenga y pueda crecer ya sea como emprendedor o como intraemprendedor (Tabla 3).

Tabla 3. Otros factores característicos del emprendedor

Independencia	Es la capacidad que tiene el emprendedor para elegir y actuar con libertad. Schumpeter, la independencia solo funciona cuando sus movimientos individuales están orientados hacia objetos particulares determinados por la táctica y la estrategia, para Max Weber (1976) el pensamiento e independiente eran actitudes necesarias para la creación y el desarrollo del pensamiento capitalista.
Ambición	Existe el deseo de conseguir algo que es muy difícil de lograr, el emprendedor sabe que existen obstáculos y está dispuesto a enfrentarlos buscar personas adecuadas para su equipo, Schumpeter (1934) asegura que la ambición es un punto importante en la persona emprendedora, sin embargo siente temor por que la figura del emprendedor se va perdiendo hasta ser sustituido por el ejecutivo o gerente perdiendo de esta forma la fuerza emprendedora hasta convertirse en una empresa capitalista.
Insatisfacción laboral	Este puede ser un emprendedor por empuje (push), no se siente conforme con el trabajo o el desarrollo laboral que ha experimentado y desea tener nuevos o mejores oportunidades laborales. (Jorge Gámez, 2009).
Necesidad	Deseo de poseer cosas tanto materiales como inmateriales que una persona precisa para una serie de fines. Necesidad de tener ideas (Edward de Bono).
Entusiasmo	O emprendedor por atracción (pull), es la persona fascinada con los negocios, que emprende (Jorge Gámez, 2009). Es algo que no se desea o necesita, es algo externo al emprendedor, es una fuerza externa y extraña que es superior y dominante desarrollando sentido a todo lo que realiza.
Ilusión	O emprendedor por vocación, que es la persona que es la persona que tiene el impulso, el sueño de crear empresa (Jorge Gámez, 2009), es el deseo que tiene el emprendedor de que un proyecto se realice y sea exitoso.

Fuente: Las autoras a partir de De Bono (2000), Peters (2002), Schumpeter (1934), Weber (1976) y Gámez (2009).

El grupo investigador coincide en que lo principal que debe tener el emprendedor es mantener una mentalidad de progreso y riqueza, porque aun que hay personas que cumplen con muchas de las características anteriormente mencionadas no todas pueden ser empresarios y además exitosos, por otro lado es necesario que el emprendedor observe su futuro, tener objetivos muy claros y saber a dónde quiere llegar.

3.8 TIPOS DE EMPRENDIMIENTO

Según los estudios sobre creación de empresa y emprendimiento realizados por Moriano (2005)²⁴, el objetivo principal es describir y analizar aquellas variables psicosociales que

²⁴ Juan Antonio Moriano León Ces, Colección Estudios Madrid, 2005, págs. 243, 244. Licenciado (1999) y Doctor en Psicología (2004) por la UNED. Su tesis doctoral sobre el Estudio del Perfil Psicosocial del

permiten explicar y predecir la intención de emprender. Se podría predecir que sólo el 4,11 por ciento de los 2000 estudiantes que han participado en la investigación crearán efectivamente su propia empresa. Sin embargo, a pesar de que la intención emprendedora sigue siendo todavía muy baja en comparación con la intención de trabajar como empleado, durante los últimos años parece observarse una tendencia positiva en la intención de los jóvenes de desarrollar su carrera a través del autoempleo. Se tomó como estudio el salario, logro profesional, independencia laboral, innovación en el trabajo, cambio con riesgo e iniciativa en el trabajo, actitud general o las funciones actitudinales del autoempleo, se encuentran diferencias significativas entre los grupos de baja y alta intención emprendedora y todos los factores correlacionan con la intención emprendedora. La norma subjetiva (presiones sociales que conllevan si una persona debe o no realizar una acción) refleja la influencia de las personas importantes para el sujeto en su decisión de desarrollar su carrera profesional a través del autoempleo. De esta forma, la conducta emprendedora no se explica sólo a través de factores personales, sino que la teoría de la acción planificada resalta la presión que ejercen las personas que nos rodean sobre el desarrollo de la conducta. Los resultados de este estudio muestran que las personas que conforman el núcleo familiar son quienes ejercen mayor influencia sobre la intención de emprender (Moriano 2005).

Por otra parte, el control conductual (Creencia personal que se es capaz de influir en aspectos aversivos) muestra la importancia que tienen las creencias de la persona sobre sus propias capacidades para crear y gestionar una nueva empresa como predictor de la intención de emprender. Así mismo, los resultados obtenidos con la investigación muestran que las personas con alta intención emprendedora se caracterizan por un perfil de valores de tipo individualista y además, se establece una relación positiva entre este tipo de valores y la intención emprendedora. Diferentes estudios han señalado, que contar con algún familiar directo empresario influye positivamente en la conducta emprendedora, así como que la

Emprendedor fue premiada y publicada (2005) por el Consejo Económico y Social (CES). Sus intereses como investigador se centran en el desarrollo de la carrera profesional a lo largo de la vida, desde la inserción en el mercado laboral hasta la jubilación, así como en diferentes procesos psicosociales que se dan en el trabajo y las organizaciones (cultura, liderazgo, identificación con la organización y otros). Es miembro fundador de la red INPERE (International Network for Psychology of Entrepreneurship Research and Education) y ha coordinado el Programa Intensivo Erasmus "Psychology of Entrepreneurship: Research and Education".

experiencia laboral es un aspecto importante en la elección de desarrollar la carrera profesional como auto empleado (Moriano, 2005).

Weber (1976) consideró a la burocracia como un tipo de poder y no como un sistema social. Un tipo de poder ejercido desde el Estado por medio de la “clase dominante”. Los tipos de autoridad sugeridos por este autor son:

Autoridad tradicional: Donde dominan características propias del patriarcado y son naturalmente hereditarias y que se constituyen en el seno del clan, luego la familia y finalmente la sociedad medieval.

Autoridad Carismática: Donde dominan las características “místicas”, arbitrarias y personalistas, como los ídolos históricos, los héroes, los grupos revolucionarios, los partidos políticos, las naciones revolucionarias, etc.

Y la Autoridad legal, racionalista y burocráticas: Que domina son las normas estándar o impersonales, no los individuos ni los símbolos; domina también la vocación racional de escoger entre los medios y los fines, lo cual es propio de las grandes empresas, los Estados modernos, los ejércitos, incluso la Iglesia.

3.8.1 Tipos De Emprendedor

Schumpeter (1928) define cuatro tipos de emprendedor: El primero el Propietario de la firma, quien se considera el dueño absoluto de la empresa, el segundo el Capitán de la industria quien toma una posición estratégica en la toma de decisiones, el tercero el Manager; soporta la función empresarial en su totalidad y el cuarto el fundador que lo denomina como el más puro de los emprendedores (Garrido, año).

Peters y Waterman (2000) no hablan en ninguno de sus escritos del tipo de emprendedor, sin embargo estos se desarrollan dentro de la organización por lo que se podría hablar de un

tipo de emprendedor *intrapreneur* o intraemprendedor que se caracterizan por estar inconformes con el entorno en el que trabajan y buscan su mejoramiento continuo dentro del sobresaliendo y liderando. Los *intrapreneurs*, según Pinchot, (1985) son esos soñadores que hacen realidad lo que imaginan, aquellos que asumen la responsabilidad de innovar y de obtener resultados.²⁵

Para De Bono (1994) el emprendedor es una persona pensante con capacidad de tomar decisiones creativas que ayuden a la evolución de las organizaciones y creación de nuevas formas de desarrollar las cosas.

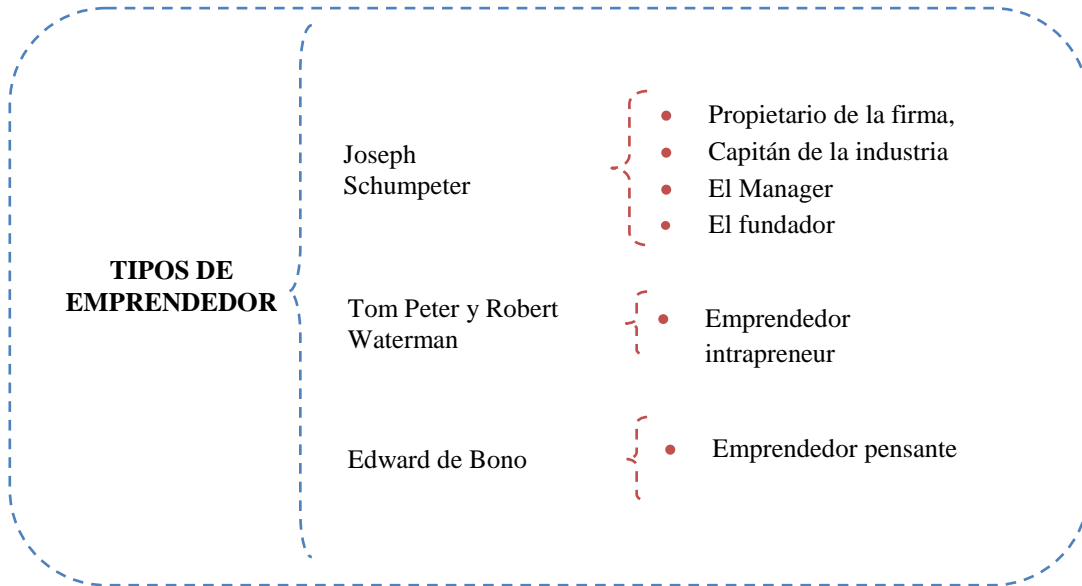
Para extender el tema del emprendimiento se distinguen dos características: Una, donde el emprendedor es tomador de riesgo y persona demasiado inteligente (Cantillon, Thunen y Baudeau); y otra, en la cual el emprendedor toma decisiones con riesgo innovador y como trabajador innovador que hace la diferencia (Bentham y Smith).

Jackson *et al* (2001). No hace falta hacer empresa para ser emprendedor, en la actualidad el hecho de crear una empresa, se ve acompañado de un alto grado de incertidumbre, en función de las características que presenta el mundo económico actual y más específicamente la gran competencia existente en cada uno de los sectores de actividad. No basta con formalizar una empresa, sino que se trata de asegurar su viabilidad y su futuro, para lograr que los recursos invertidos no se mal utilicen.

Ettinger (1983), permite una clasificación de los tipos de emprendedores, el primero se diferencia de los profesionales independientes por que da valor no solo al contenido de lo que hace sino también al proceso organizativo, crea una estructura, que para él es terreno de creación, el segundo es el poseedor del poder, imperial y socializado, es el creador verdadero de organizaciones por que la ambición es de hacer crecer la empresa y no de hacer un negocio como sería el primer caso (Gráfica 4).

²⁵ El término *intrapreneur* fue acuñado por Gifford Pinchot, consultor en administración en Bainbridge Island, Washington, quien lo hizo popular en 1985 en su libro *Intrapreneuring*, editado por Harper & Row.

Gráfica 3 Tipos de emprendedor



Fuente: Las autoras a partir de Schumpeter, (1942) Peters y Waterman (1942) y De Bono (1933).

4 EL ROL EMPRESARIAL DEL EMPRENDEDOR

4.1 CREACIÓN DE EMPRESA

Intentando profundizar en el tema del emprendimiento es necesario conocer el concepto de empresa, definido por la Real Academia de la Lengua como la acción o tarea que entraña dificultad y cuya ejecución requiere decisión y esfuerzo, una unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos, el lugar en que se realizan estas actividades (Recuperado el 13 de mayo de 2010 www.rae.es).

Sin embargo con esta definición no está de acuerdo Max Weber (1922) puesto que él ve a la empresa como una forma típica de acción social económicamente orientada y de proceso asociativo, de carácter económico que tiene lugar dentro de un determinado grupo, lo que quiere decir que es una manera particular de distribuir y coordinar los servicios humanos para el fin de producir bienes.

Weber (1922) vio a la empresa desde un factor sociocultural, desde este punto estableció un nuevo enfoque para explicar hechos económicos desde factores no económicos, este autor dividió su investigación en tres partes; la acción social, el análisis de la burocracia y la sociología de la religión. En su libro *La Ética Protestante y el Espíritu del Capitalismo* explica características propias de diferentes creencias religiosas ya que afirma que las religiones tienen una influencia en los hombres para orientar sus actividades económicas. Este autor dice que la ideología capitalista tiene una relación muy fuerte con las creencias religiosas y más directamente con la ética protestante, para él lo que definitivamente creó el capitalismo fue la empresa duradera y racional, la contabilidad racional, el derecho racional, la ideología racional, la racionalización de la vida y la ética racional en la economía (Weber, 1974).

Weber (1915) en su libro *El Burgués* profundizó en los aspectos esenciales y motores de la sociedad y la economía capitalista, para él todo empresario capitalista escondía un burgués que poseía una gran cantidad de virtudes como lo eran el espíritu de empresa, el afán de lucro, la mentalidad calculadora y especulativa, afirma que la actividad empresarial está influenciada por la vocación del hombre para lograr su cometido de la mejor manera posible, la noción calvinista²⁶ de la predestinación, la tendencia al ahorro y el castigo del consumo por el consumo. Según Weber en *Historia económica general*, fue la comenda la primera forma de compañía y su difusión dio lugar a la creación de empresas permanentes de explotación, dice que la familia fue la entidad más antigua de explotación mercantil ya que los hijos eran los empleados y asociados del padre existiendo préstamos únicamente dentro del núcleo familiar (Weber, 1923, pp.182).

Por otro lado Joseph Schumpeter (1950) reconoció la relevancia de la empresa al considerarla como el motor principal del crecimiento económico, y la definió como la suma de todas las mercancías y servicios producidos en una unidad de tiempo, llama empresa a la realización de nuevas combinaciones que se dan con la innovación teniendo como fin inmediato producir más con menos ofreciendo mejores bienes y servicios, elevando la valoración de los consumidores para que estén dispuestos a pagar a un mayor precio. Se muestra a favor de la libre competencia asegurando que cuando un empresario logra una innovación durante un tiempo, este se convierte en monopolio hasta que otras empresas impulsadas por su éxito comienzan a innovar.

Schumpeter (1997), sugiere que las empresas u organizaciones están articuladas dentro de un orden institucional en general compuesto por el Estado y las regulaciones a favor y en contra de la competencia perfecta, la presión socialista y el progreso técnico. Anota que muchas empresas no asumen la tecnología más avanzada porque en algunos casos el empleo de tecnología obsoleta se presenta como económicamente más viable. Para Schumpeter en capitalismo, socialismo y democracia toda inversión entraña como complemento necesario de la actividad del empresario, la empresa es por naturaleza una

²⁶ La noción calvinista es un sistema teológico cristiano y una actitud hacia la vida cristiana que pone el énfasis en la autoridad de Dios sobre todas las cosas.

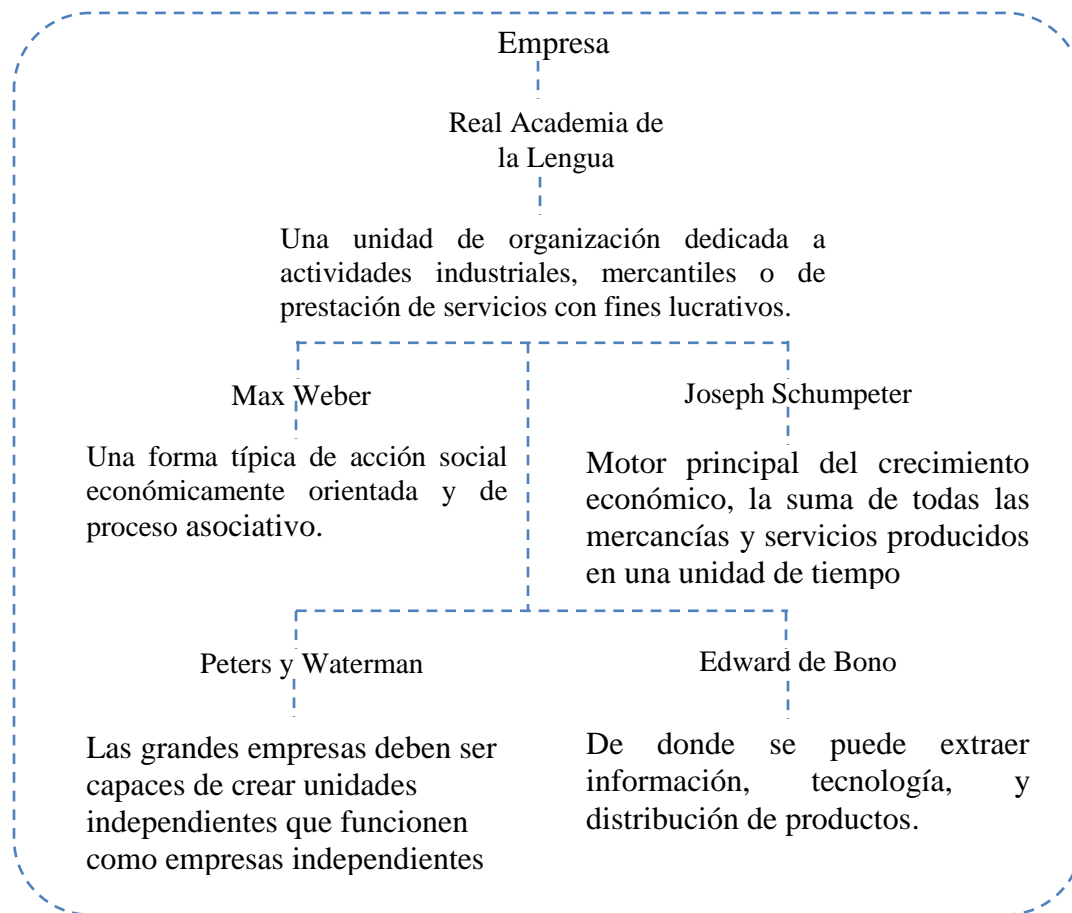
forma o método de transformación económica, este carácter evolutivo del proceso capitalista no se debe al hecho de que la vida económica transcurre en un medio social y natural que se transforma incesantemente si no por que condicionan a menudo el cambio industrial (Schumpeter,1950, pp. 126).

Tom Peters y Robert Waterman (1994) muestran la empresa desde el interior, es decir como intraemprendedor, afirman que las grandes empresas deben ser capaces de crear unidades independientes que funcionen como empresas independientes porque esta estructura les permite responder con intelecto e imaginación ante cualquier oportunidad inesperada, las pequeñas unidades deben ser capaces de administrarse a sí mismas y asumir completa responsabilidad por sus propios destinos, deben formar habilidades centrales y al desarrollo de servicios agregados excepcionales. Es decir, concentrarse en sus fortalezas y eliminar todos los elementos que no sean esenciales. La verdadera independencia de las pequeñas unidades permite que las grandes organizaciones lidien con lo desconocido, funcionando como un intermediario entre la corporación y el ambiente de negocios. También desata una energía creadora tremenda, ya que estas unidades pueden atacar al mercado desde varios ángulos.

Por otra parte Edward de Bono desarrolló la clave de la creación de una empresa en el valor que se pueda extraer información, tecnología, y distribución de productos. Afirmando que el pensamiento tradicional no está preparado para esta transformación que deben llevar a cabo las empresas para afrontar el futuro. Este autor sugiere que para que las empresas sobrevivan es necesario que sean competentes, con acceso a la información y crear valor por medio de tecnología²⁷ (Gráfica 5).

²⁷ Desarrollo de la investigación; Creatividad de pensamiento lateral y vertical.1994.

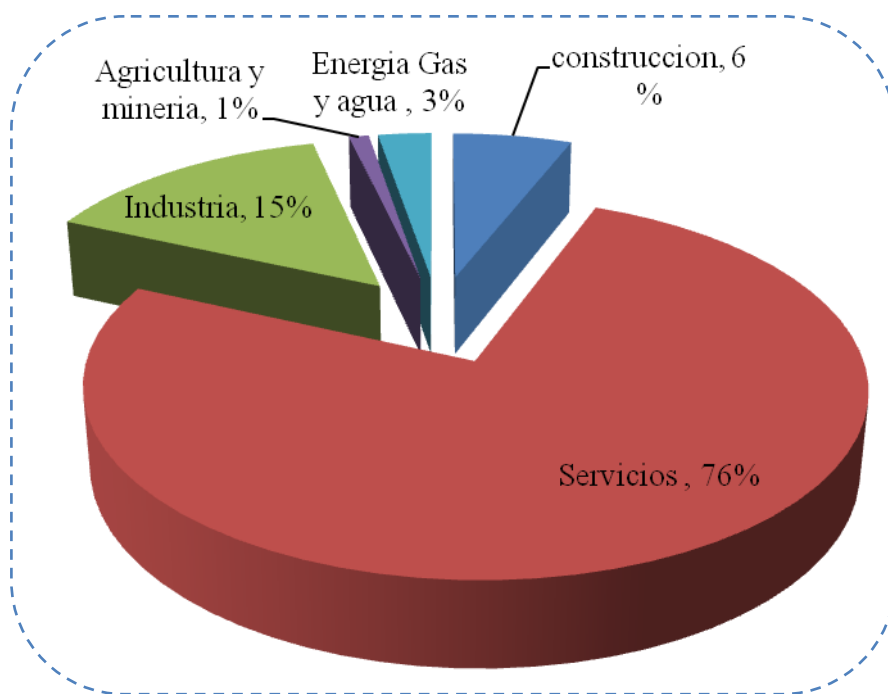
Gráfica 4 Creación de empresa



Fuente: Las autoras a partir de Weber (1922), Schumpeter (1950), Peters y Waterman (1994) y De Bono

En un informe GEM de la Cámara de Comercio (2009-2010) registra que en el 2009 hubo un avance positivo en creación de nuevas empresas, registrando 49.000 divididas en industria, agricultura, minería y construcción, se redujo la cantidad de empresas canceladas o liquidadas en comparación con el 2008 a 1.700 con el 2009 a 1.600. Por otro lado aumento la inversión extranjera con una cifra de 1080 empresas (Gráfica 6).

Gráfica 5 Nuevas Empresas en Colombia en 2009



Fuente: Secretaria de Hacienda Distrital
Cálculos: Cámara y Comercio de Bogotá

Para el grupo investigador los emprendedores solucionan problemas, son apasionados y continuamente están pensando en mejorar su entorno, por esta razón una de las facetas del emprendedor es crear empresa y esta se convierte en un triunfo a pesar del riesgo que enfrenta y las circunstancias que ponen a prueba su firmeza, la empresa en el mundo constituye un favorecimiento a la implementación de innovaciones tecnológicas en la sociedad y es considerada como un factor clave en el sentido de dar bienestar y promover el progreso de los países, la actividad emprendedora implica el descubrimiento y explotación de oportunidades para introducir nuevos productos y servicios. De esta manera se convierte en uno de los motivos más importantes de la creación de empresa; la generación de empleo, también son una fuente de trasmisión de conocimiento, producen retornos económicos, provocan diversos cambios culturales, e incrementan la interacción entre en emprendedor y su entorno.

4.2 EMPRESARIO SEGÚN OTROS AUTORES

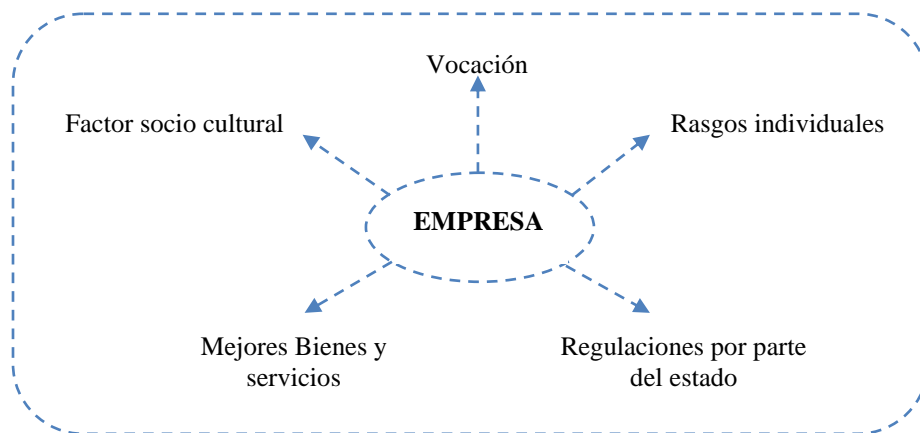
En este apartado se reúnen algunos términos de empresario para autores que no son el objeto de estudio de esta monografía pero que fueron de importante aporte a los estudios que se han realizado de emprendimiento.

- Jean Baptiste Say (1803), economista francés, afirmó que el “*Empresario es el agente que reúne y combina los medios de producción (recursos naturales, humanos y financieros), para constituir un ente productivo, y encuentra en el valor recibido de los productos, la recuperación del capital invertido, de los gastos que incurrió y de la utilidad que busca*”.
- David Mc Clelland (1961), indicó que el Empresario es “*Alguien que ejerce el control sobre los medios de producción y produce más de los que consume, con el fin de venderlo o intercambiarlo, y así lograr un Beneficio propio*”.
- Peter Drucker (1964), dijo que el trabajo del Empresario es la maximización de las Oportunidades y que, por lo tanto, su función básica es determinar qué actividades deben ser realizadas con eficacia, para concentrar los escasos recursos existentes en esas oportunidades empresariales.
- Asimismo, Peter Drucker (1974) afirmó que la función del Empresario es lograr que el negocio de hoy, permanezca exitoso hoy y en el futuro. Señaló que “El Empresario tiene que reorientar los recursos de unidades con resultados bajos o en decrecimiento, a unidades con potencialidades de resultados altos o crecientes. Y agrega, tiene que abandonar el pasado y crear el mañana”.
- “El *Global Entrepreneurship Monitor*” (1999), definió al Empresario como: “Es la persona o grupo de personas capaces de percibir oportunidades y tomar riesgos existentes para abrir nuevos mercados, diseñar nuevos productos y desarrollar procesos innovadores”.

- Stevenson, Roberts y Bhider, en su libro “The Entrepreneurial Ventures” (1999), indicó que: “El Empresario identifica oportunidades, reúne los recursos requeridos, implementa un plan de acción práctico y cosecha las recompensas en una forma flexible y oportuna” (Silveira, 2008).

Las autoras identifican que el empresario es una persona con la capacidad de reconocer, identificar una oportunidad de negocio ya sea de producción o de servicios, en la cual se pueden utilizar los recursos naturales, tecnológicos, financieros, informativos, humanos, los necesarios para dar inicio a la empresa que crea un valor a la economía con el fin de generar empleo y ganancias personales y sociales (Gráfica 7).

Gráfica 6 Factores que impulsan la creación de empresa



Fuente: Las autoras a partir de Weber (1922), Schumpeter (1950), Peters y Waterman (1994) y De Bono

4.3 EL EMPRENDEDOR Y LA FUNCIÓN EMPRESARIAL

Tom Peters y Waterman (1984) en su libro en Busca de la Excelencia, aportan un enfoque racional de la gestión y la organización empresarial, dejando claro que las personas no encajan en un método totalmente científico teniendo en cuenta que actúan por medio de sentimientos y acciones dando lugar a los pensamientos, este tipo de pensamiento tiene sentido al identificar al hombre como una persona naturalmente egocéntrica, independiente, racional y auto motivada, para estos autores la función empresarial es un compromiso vital donde los directivos de las empresas deben tener conocimiento y contacto continuo con su gente y sus clientes, estándose informando directamente y de forma tangible de las inquietudes generadas por los mismos.

El enfoque primario de la función empresarial es la participación directa, mirar con los propios ojos, oír con los propios oídos, esto es lo único que conduce a impresiones detalladas y ricas, las cuales son fundamentales para la comunicación con el otro y este es el sinónimo de hacer vivo el negocio, por otra parte habla de los valores compartidos así como de la cultura corporativa y el reflejo que tiene en la parte material, social e ideológica, esta cultura premia a los empleados por ser activos, les da sentido de pertenencia y refuerzan las virtudes comunitarias (Peters y Waterman, 1984).

Mientras que De Bono (2009), habla de que la función empresarial a menudo se opone a los cambios y eso suele ser causa de conflicto por lo que propone tener un CIO (Chief Ideas Officer) es decir alguien que escuche las nuevas ideas, que promueva el desarrollo del nuevo pensamiento y lo gestione, "*hay que poner las ideas al mismo nivel que el marketing o las finanzas*". Este autor considera que las empresas tienen un cambio real nombrando a un "campeón" cuya tarea es ver que la creatividad se convierte en parte activa de la cultura corporativa (De Bono, 2009, p. 19).

Por otro lado Schumpeter (1950) quien ha sido considerado el científico social porque ha estudiado profundamente la relación de la función empresarial y la sociedad. Argumenta que la función empresarial hay que estudiarla como un fenómeno histórico, esta tiene lugar en la diferenciación de una actividad económica diferente separadas de otras actividades y en la época de capitalismo se genera como una consecuencia del liderazgo de la burguesía. (Schumpeter, 1954).

Schumpeter (1975), examina la función empresarial y la implicación que tiene esta en la dinámica económica estudiando las características sociales y psicológicas, examinando las resistencias sociales a la innovación, el tipo de conducta y de motivación que la caracterizan teniendo en cuenta que el empresario denota un tipo especial de comportamiento y de persona caracterizado por rasgos y actitudes deferentes no solo en su actuación económica racional si no en cualidades, el emprendedor es un generador de nueva oportunidades. El análisis sociológico que hizo este autor le permitió abordar la acción empresarial desde una perspectiva universal e históricamente contingente definiéndola como el proceso de creciente especialización de los roles sociales que en el comportamiento de los líderes de épocas precedentes se encontraba fundido con otros.

Schumpeter (1934) en su libro *La teoría del desenvolvimiento teórico*, refuta la definición de Marshall (1890), de la función empresarial afirmando que corre el riesgo de dispersar el carácter esencial de la innovación en el trabajo de rutina pues Marshall no aclara el elemento esencial que caracteriza dicha función y se pierde en el conjunto de las tareas administrativas concretas.

Weber (1905), en su obra; *La ética protestante y espíritu del Capitalismo*, describe que la función empresarial viene influenciada por factores como vocación del hombre por cumplir su prometido de la mejor manera posible, la noción calvinista de la predestinación y la tendencia al ahorro y castigo del consumo por consumo. La acción y la función económica y empresarial estriban en no prescindir nunca del cálculo relativo al valor monetario invertido y la ganancia final ya sea efectuada o no de manera más primitiva.

Max Weber (1984), define la función empresarial como organizaciones de carácter burocrático, que están dirigidas por personas de espíritu tradicionalista que han sido educadas por la vida misma, prudentes y arriesgados a la vez, entregados de lleno y con devoción a lo suyo, con concepciones y principios rígidamente burgueses.

La función empresarial está formalizada mediante registros escritos, despersonalizando de este modo los cargos siendo el funcionario reemplazado en cualquier momento sin que esto afecte las funciones que se deben cumplir. Weber (1984) sugiere que la entrada del empresario a un nuevo proyecto no es por lo general pacífica o tranquila, las desconfianzas, en ocasiones de odio, sobre todo de mayor indignación, con regularidad opuesta a sí misma, se presenta con el primer innovador.

En La función empresarial se reflejan tres niveles de comportamiento organizacional, la primera es la toma de riesgos en relación a decisiones de inversión, la segunda son acciones estratégicas en situaciones de incertidumbre y la tercera es la pro actividad competitiva frente a los rivales dentro de la industria (Covín y Slevin, 1991). (Tabla 4)

Tabla 4 Función empresarial

Max Weber 1984	Joseph Schumpeter 1954	Edward de Bono (2009)	Tom Peters y Waterman (1984)
<ul style="list-style-type: none"> • La función empresarial está influenciada por factores como vocación del hombre por cumplir su cometido de la mejor manera posible. • Organizaciones de carácter burocrático, que están dirigida por personas de espíritu tradicionalista. • La función empresarial esta formalizada mediante registros escritos. • La entrada del empresario a un nuevo proyecto no es por lo general pacífica o tranquila. 	<ul style="list-style-type: none"> • La función empresarial hay que estudiarla como un fenómeno histórico. • actividad económica diferente, separada de otras actividades. • Decadencia progresiva de la función empresarial debido a la pérdida de control de la propiedad privada. • Proceso de creciente especialización de los roles sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Función empresarial a menudo con alguien que escuche las nuevas ideas y que promueva el desarrollo del nuevo pensamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las personas no encajan en un método totalmente científico teniendo en cuenta que actúan por medio de sentimientos y acciones dando lugar a los pensamientos. • El enfoque de la función empresarial es la participación directa. • Valores compartidos y cultura corporativa.

Fuente: Las autoras a partir de: Weber (1984), Schumpeter (1954), De Bono (2009) y Peters (1984).

4.4 LOS TALENTOS DEL EMPRENDEDOR

Peter Drucker (2005) detectó los puntos rupturistas que se avecinaban. Ahora toma sentido en el argumento de la Teoría de los Talentos Múltiples que diferencia y clasifica las principales áreas de resultados organizacionales. Esta Teoría posibilita un nuevo modelo empresarial de referencia, que permite retribuir a los empleados para aumentar la motivación la productividad y satisfacción. Peter Drucker en el año 2008 publico “*El libro del talento*” el cual hace referencia a cuatro grupos principales del entorno organizacional con o sin ánimo de lucro, estos son:

1. Conceptuales: Proporcionan resultados extraordinarios en visión, Peter Drucker sobre sale del siglo 20 como el intelectual o gurú empresarial, también aquellos que crearon los conceptos de tarjeta de crédito, supermercado o consultoría.
2. Los Talentos emprendedores: Peter Druker destacó a los fundadores de Google, cuyo éxito inicial estaba relacionado con el mercado y el negocio, más que en talentos conceptuales. Los talentos emprendedores surgen como resultado de conceptos empresariales o sociales de otras personas. No es frecuente tener ambos talentos, de hecho la mayoría de los emprendedores más conocidos son imitadores aunque creamos que utilizan conceptos propios.
3. Los organizativos: Son los que dirigen una organización, la misión consiste en mantener su posicionamiento y operación. Jack Welch, ex CEO de General Electric, fue nombrado el ejecutivo más importante del siglo 20, porque se destacó por sus talentos organizativos.
4. Los técnicos: Las personas con talentos técnicos suelen ser poco conocidas fuera de su entorno, sus resultados se refieren a las distintas funciones organizacionales como: finanzas, investigación, marketing, producción, operación, recursos humanos o sistemas de información (Javier Marzal, 2009).

Las políticas de I+D+i²⁸ no diferencian entre los talentos técnicos más relacionados con la Investigación, los talentos emprendedores con el Desarrollo y los talentos conceptuales y emprendedores con la innovación, por eso producen bajos resultados. (Los talentos múltiples y su modelo empresarial, (Recuperado el 27 de julio de 2010, de www.euosuna.org/imasd/proyectos/congresos/noticias/Ponencia).

En las organizaciones las personas con talento son los agentes del cambio porque no soportan la rutina. Las personas con rangos de directivos no suelen tener talento, por eso no quieren cambios, Peter Drucker propone que cada organización se divida en tres esferas: cúpula, negocio heredado y proyectos de cambio. Las personas profesionales con una mayor inquietud y creatividad, realizan proyectos de cambio (incluso estratégicos), individualmente o en equipos de trabajo con un nivel de ganancia muy alto dando resultados mayores a los esperados. La organización propuesta permite que cada talento crezca a su ritmo y también un camino alternativo para llegar a la cúpula empresarial sin ser directivo. (Recuperado el 27 de julio de 2010 de www.directivoscede.com/media).

Peter Drucker (1985) le interesa la iniciativa empresarial, hacen uso de las oportunidades en vez de perder el tiempo en los problemas, busca identificar como y que hay que hacer aplicando la iniciativa.

Las autoras comparten la anterior definición porque un emprendedor es capaz de realizar cambios a un servicio o producto ya existente, con el fin de mejorarlo, el emprendedor tiene en cuenta las necesidades de los clientes, para solucionar sus problemas, por lo tanto siempre está en la búsqueda continua de cubrirlas, un emprendedor está dispuesto a innovar hasta convertirlo en realidad y verlo en el mercado.

Un emprendedor promueve un servicio o mejora un producto, desarrollando métodos nuevos para producir rentabilidad que permita mejorar la economía.

²⁸ La Política de I+D+i está orientada a fomentar y potenciar las actividades de I+D+i como factor diferencial de competitividad en los sectores en los que la empresa actúa.

4.4.1 *La creatividad distingue al emprendedor*

La creatividad es una facultad latente en todas las personas, pero la cual no todas desarrollan, permite llevar a cabo ideas y mejorar proyectos existentes, se debe tener en cuenta que la creatividad no es un sustituto de la competencia porque si la calidad de un producto o servicio es pobre y este no funciona, la creatividad no podría hacer nada por él, pero si en caso contrario la calidad está siempre presente y le sumamos creatividad a este se haría la diferencia. Así, *"las sociedades que tendrán éxito en el futuro son aquellas que han entrado en el proceso de cambiar su manera de pensar. La creatividad es imprescindible para liberar el auténtico potencial de la gente y las organizaciones"* (Edward de Bono, 1985).

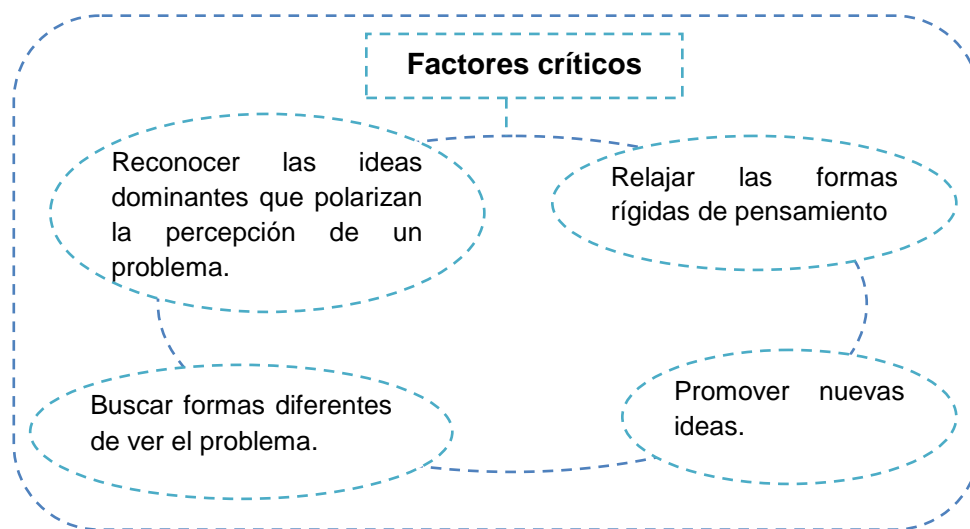
De Bono (2005) asegura que el cerebro está diseñado para no ser creativo, por el contrario dice que está diseñado es para formar patrones estables con los que tratar con un universo estable, y hay que librarse de la inhibición para poder desarrollar la creatividad. Para esto es necesario ver el cerebro humano como un sistema de información auto organizado puesto que un sistema auto organizado forma patrones y son asimétricos siendo así la base del humor y la creatividad.

Edward De Bono (2005), reconocido por sus planteamientos sobre la mente y la creatividad, en su libro seis sombreros para pensar, enseña de una forma clara y con un lenguaje práctico, cómo impresionar a la gente con fórmulas sencillas pero capaces de revolucionar la vida. En este libro desarrolla el pensamiento del sombrero amarillo y la relación que este tiene con la creatividad alegando que existe cierta confusión en el significado de la palabra creativo en el sentido en que se refieren a él como el que "origina algo" y a la "novedad" y que igualmente existe dos clases de novedad; la primera que es nuevo, refiriéndose a algo diferente a lo que había anteriormente, y la segunda es la novedad absoluta como una invención anteriormente inexistente.

Sin embargo, no habla directamente de creatividad sino de *"pensamiento lateral"* que es una habilidad operacional para desarrollar nuevas ideas, se basa en romper la linealidad de

la lógica normal y explorar las zonas laterales de la misma, tiene que ver con el cambio en los conceptos y las percepciones basada en la comprensión de cómo funciona el cerebro es decir un sistema de información auto organizado, afirma que la mayor parte de nuestro pensamiento se centra en reconocer las situaciones estándar y dar respuestas estándar pero eso no es suficiente pues se necesita un tipo de pensamiento que intervenga en el diseño y la creatividad, este tipo de pensamiento puede ser empleado por cualquier persona (De Bono, 2008) (Gráfica 8).

Gráfica 7 Factores críticos asociados al pensamiento lateral



Fuente: las autoras a partir de De Bono (1985).

El pensamiento lateral es un proceso que permite reestructurar los patrones del cerebro, abrir la mente y evitar pensar de maneras establecidas²⁹.

(De Bono, 1991) indica que para que el cerebro funcione creativamente se debe considerar lo siguiente:

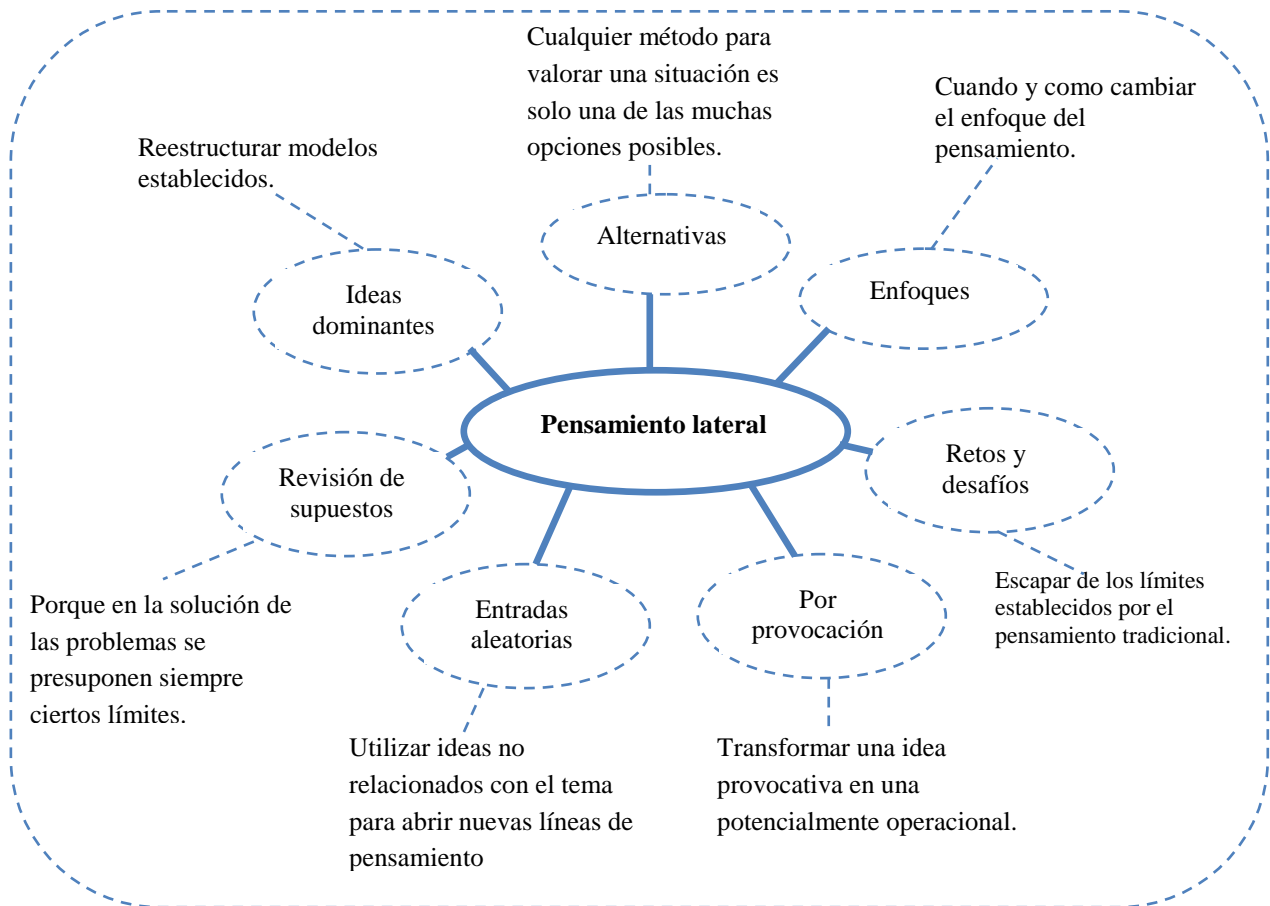
²⁹ Edward de Bono en su libro seis sombreros para pensar "el pensamiento creativo se halla en general, en una posición débil por qué no parece parte esencial del pensamiento".

1. El desafío: Si no se arriesga no se gana.
2. La provocación: Implica plantear una posibilidad que está fuera de la experiencia, por lo que a primera vista puede parecer imposible.
3. El movimiento: No interesa si la idea está bien o mal sino simplemente saber a dónde conduce. Un elemento aparentemente aleatorio en una mente bien dispuesta ha desencadenado grandes ideas. No se pueden planificar estos momentos. Para ser creativos no se puede elegir lo que se hace, sino que se debe dejar librado al azar (Hernández, 2008)

Este autor considera la creatividad como un enfoque sistemático y estructurado que se puede aprender como cualquier otra habilidad, que elimina las inhibiciones de la persona, la considera como un mecanismo psicológico en grupo donde los participantes expresan ideas múltiples de forma espontánea, En su libro "*El Pensamiento Lateral*" se concibe como un Pensamiento Creativo, una forma de escapar a las ideas fijas. Es una habilidad mental adquirida que busca una solución mediante métodos no ortodoxos, que normalmente serían ignorados por el pensamiento lógico. (De Bono, 1991)

De Bono (2009) en el libro "Simplicidad" afirma que cualquier idea creativa valiosa siempre será lógica y se puede apreciar su valor, sin embargo para los ojos de los demás será una idea loca hasta que no se cambie el paradigma. (Gráfica 9).

Gráfica 8 Técnicas del pensamiento lateral



Fuente: Las autoras a partir De Bono (1985).

Para De Bono, 1969, quien se define como el hombre que mostró que la creatividad era una conducta necesaria en un sistema de información auto organizado, hay dos principales usos de la creatividad utilizados para hacer las cosas de manera más simple. El primer tipo de creatividad hace referencia a mirar lo que se está haciendo y preguntarse si hay una forma mejor de hacerlo buscando alternativas simples. El segundo tipo de creatividad es cómo se brinda más valor al cliente pues este significara nuevos productos, la modificación de un producto existente o una forma diferente de vender el producto.

De Bono (2001) en el Ideas para los profesionales que piensan, afirma que una idea creativa resulta ser siempre lógica, sin embargo las personas son incapaces de reconocer y apreciarlas por que el reconocimiento del valor lógico es limitado, es decir las personas están dispuestas a aceptar la creatividad cuando el valor final tiene una apreciación estética, en cambio se encuentran parcos a aceptar la creatividad cuando su valor final se provoca lógicamente.³⁰ De esta forma De Bono (2004), enseñó el lenguaje práctico con fórmulas sencillas.

Por otro lado Tom Peters, (1982), dice que la creatividad sirve para generar y extender los mensajes, y es necesario que los grupos creativos surjan de abajo hacia arriba puesto que esta es la única forma de que puedan aparecer ideas innovadoras que no conduzcan a pequeñas victorias, las industrias están evolucionando para convertirse en un grupo de personas que hacen sus propias jugadas, se contratan unas a otras y trabajan juntas en red con el único propósito de alcanzar sus fines, sin embargo la única manera de sobrevivir es mediante la creatividad y la imaginación. Y abate el sistema de educación actual la cual dice que es una conspiración y que apenas está disfrazada para anular la creatividad.

Schumpeter (1964) para acercase al término de creatividad usa el concepto de revolución tecnológica, el modificó la relación causal para que los cambios tecnológicos fueran el determinante fundamental del movimiento cíclico del capitalismo, esto orientado por la teoría de Kondratiev.³¹ De esta forma introduce el termino de destrucción creativa, dice el que este es el motor que mantiene en marcha el capitalismo y el conductor de la maquina es el empresario, la creatividad se convierte en un motivo que puede traducirse en ganancias monetarias ampliando su número de posibilidades.

Max Weber (1920), plantea y defiende la creatividad ética y política frente a un desespero originado por la carencia de valores imperativos, en este sentido rescata la existencia social

³⁰ Edward de Bono en su libro seis sombreros para pensar "el pensamiento creativo se halla en general, en una posición débil por qué no parece parte esencial del pensamiento".

³¹ Kondrátiev para determinar la existencia de los ciclos de economía largos analizó datos como los precios de mercancías al mayoreo, la tasa de interés, el salario nominal de obreros agrícolas y textiles, el comercio exterior, la producción de carbón, de hierro, y de plomo.

y la tradición cultural de un pueblo, esta última pudiéndola usar a favor del proceso económico de un país o en contra, siendo capaz de enfrentar a la burocratización, postula la vocación política y científica como caminos creativos capaces de contrarrestar en alguna medida el desencanto del mundo provocado por el avance del conocimiento científico.

Para Max Weber (1920), la creatividad no está fuera de la esfera de la sociedad, de las relaciones, ni las actividades sociales, al contrario, las relaciones sociales y las estructuras organizativas constituían el material mediante el que se expresa la creatividad y el principal ámbito dentro del cual se pueden manifestar la creatividad y la responsabilidad.³² Sin embargo, la creatividad tiene sus limitaciones al crear la posibilidad de enajenación, no solo en lo económico si no en las relaciones sociales. De esta manera el interés general de Max Weber son los procesos de creación de instituciones y de creatividad cultural con posibilidad de transformar los antiguos complejos culturales.

El grupo investigador considera que la creatividad es importante hoy en día para las empresas teniendo en cuenta que la competencia es cada vez más grande. Por este motivo se debe tratar siempre de aplicar la creatividad para competir cuando hay amplia variedad de productos y países con gran capacidad de producción. La creatividad se necesita para hacer cosas de una manera más sencilla y sirve para brindar valor agregado al cliente. Su propósito es generar ideas, romper la rutina, lo principal es conseguir que las personas puedan ver las cosas de forma diferente. La creatividad es mirar lo que se hace y preguntarse si hay una mejor forma de hacerlo, simplemente si es tomada en cuenta la idea se procede a colocarla en práctica. Para obtener más rentabilidad en una empresa se debe utilizar más la creatividad, teniendo en cuenta que las buenas ideas generan buenos y nuevos productos.

³² El Carisma, La Creación De Instituciones Y La Transformación Social,

4.4.2 *Cómo motiva el emprendedor*

Otras de las virtudes que debe tener el emprendedor es la motivación, que se utiliza para describir la actuación de fuerzas desde dentro del propio organismo o sobre este desde el exterior, que tiene como consecuencia el iniciar y dirigir el comportamiento. El concepto de motivación también se utiliza para explicar las diferencias en la intensidad de comportamiento. Los comportamientos más intensos son considerados como el resultado de niveles más altos de motivación y viceversa.

En el libro *En busca de la excelencia*, Thomas Peters y Robert Waterman Jr. (2002), plantean unas características que clasifican a las compañías excelentes e innovadoras, las cuales son:

1. La Predisposición para la acción es una de las actitudes empresariales que rompe lo rutinario, con capacidad de producir propuestas innovadoras en los procesos, la experimentación significa "*entrada rápida*" (pruébelo ahora mismo) y "*salida rápida*" (conocimiento inmediato de los resultados), lo que puede llevar el proceso de la toma de decisiones a un nivel en el cual toda la organización se encuentra en estado de experimentación. La experimentación se facilita y más todavía si se lleva a cabo en estrecha relación con el cliente, que debe estar interesado en la creación del nuevo producto, en probarlo, criticarlo y mejorarlo.

Esta característica coincide también con el autor De Bono, la acción es un aspecto importante, el propósito del pensamiento es elegir un curso de acción, otras veces el pensamiento y la acción están ligados de manera que el pensamiento no tiene lugar durante la acción, la acción está destinada para llegar alguna parte (De Bono, 1991, pp. 21).

2. Autonomía y espíritu empresarial, el fomento interno de la innovación, es una clave empresarial y del crecimiento, para que el personal mejore su trabajo y su producción, una organización busca la excelencia en el innovador que saca adelante

su idea, debe estar dispuesto a superar fracasos, las compañías excelentes se caracterizan porque sus campeones son motivados y estimulados para que desarrollen proyectos importantes, se encuentra el campeón del producto que está obsesionado con el producto que tiene en mente y manifiesta un comportamiento ajeno al perfil administrativo, el campeón ejecutivo que tiene éxito es, un ex campeón de producto, que ha pasado por un proceso de maduración y se ha dado cuenta lo que cuesta proteger una nueva idea potencial, de las tendencias negativas de la organización, el padrino, es típicamente, un líder que sirve de modelo de referencia en la organización, que puede utilizar su autoridad y ascendiente para adoptar y proteger al campeón y al campeón ejecutivo, de las tendencias conservadoras de la compañía.

Schumpeter (1950) define al empresario (que crea empresa) a la persona cuya acción rompía el equilibrio estático de lo económico y del mercado aportando nuevos bienes, nuevos métodos de producción, nuevos mercados, nuevas formas de organización.

3. Movilización alrededor de un valor clave, consiste en diseñar un sistema de valores que representa su empresa, que hace que la constituya el mayor motivo de orgullo para todo su personal, brindando atención a los valores es así como prácticamente todas las empresas excelentes tienen un conjunto bien definido de creencias que utilizan como pautas. Pero no solamente se debe prestar atención al planteamiento de los valores sino a su contenido y a la forma de expresarlos, de manera que cumplan el papel de inspirar a las personas que se hallan en los niveles más bajos de la organización, a fin de obtener lo mejor que pueda dar cada persona.

Los valores son creados por decisiones humanas mediante las cuales el espíritu aprehende lo real y elabora la verdad. Una diferencia fundamental entre el orden de la ciencia es la sumisión de la conciencia a los hechos, a las pruebas y el orden de los valores, es la libre decisión. Nadie puede ser obligado mediante una demostración a reconocer un valor al que no adhiere (Weber, 1996).

4. Estructura simple y poco personal, actualmente las empresas: el tamaño creciente de la organización crea cierta complejidad natural en la gestión, y es perfectamente razonable que esto haga surgir sistemas o estructuras complejos. Por otra parte, para que una organización funcione es preciso asegurar que las cosas sean comprensibles para las decenas o centenares de miles de personas que laboran allí. Todo esto significa que es necesario mantener la sencillez (Peters, Waterman, 2002).
5. Flexibilidad y rigor simultáneos, en las compañías excelentes se presenta una autonomía individual, pero al mismo tiempo se exige espíritu emprendedor e innovación en todos los niveles, en una cultura organizacional propia, hay personas entusiastas que recalca lo positivo, hacia la emoción de ensayar cosas de una manera ligeramente desordenada, la rigidez es una serie de cualidades rigurosas, controladas culturalmente que constituye el medio para ejercer la auto-disciplina (Peters, Waterman, 2002).
6. También que la motivación en las empresas es una forma de ver a los empleados ganadores, en algunas empresas, los empleados logran los objetivos y las cuotas, porque ellos mismos son quienes la fijan de modo que puedan alcanzarlas, por este motivo la mayoría de los empleados se sienten satisfechos, pero los que no logran se sienten insatisfechos provocando actitudes anormales, cuando a una persona se le reconoce con palabras estimulantes es muy seguro que tenga un resultado alto, porque está motivada hacerlo, está segura de sí misma y lo logra perfectamente, si se compara con una persona que no esté motivada hacer las cosas, entonces simplemente no las hace bien (Peters, Waterman, 2002).

De Bono (2005) en su libro *Seis sombreros para pensar*, dice que muy a menudo las personas creativas solo son personas que pasan mucho tiempo intentando serlo porque la creatividad los motiva. En *Seis sombreros para pensar*, define que tiene un camino efectivo para mejorar su manera de pensar separa el pensamiento en seis modos distintos que identifica y el sombrero verde permite una especie de motivación artificial, es difícil motivar a alguien para que sea creativo pero si se coloca el sombrero verde dará un aporte fácilmente por que genera verdaderas ideas, nuevas propuestas y más alternativas es

motivado a llevar un pensamiento más creativo, enfocar y en marcar con claridad el pensamiento y mejorar la comunicación para la toma de decisiones (Gráfica 10).

Gráfica 9 Estilos de motivación



Fuente: Las autoras a partir de: Weber (1996), Schumpeter (1950), De Bono (1991) y Peters (2002).

La formación en Motivación de lo que hace que algunas personas asuman riesgos, por ello un emprendedor no corre riesgos si no percibe la probabilidad de éxito. El pago al empresarios la remuneración para reducir la incertidumbre tomar decisiones y asumir la responsabilidad de sus aciertos cuando se obtiene resultados y errores al momento de registrar pérdidas (Gámez, 2008).

4.4.3 Innovación, la concreción de la creatividad

La innovación presenta su manifestación por el aprendizaje interactivo, esta permite identificar y desarrollar las ideas estables en la empresa, es el resultado de pequeños cambios de ideas de todos los lados, es una buena forma de competir por que llama la atención de los competidores generando cambios en un producto, lo cual se necesita que se trabaje mucho.

La innovación responde a una demanda del mercado, porque puede venir de las ideas de los usuarios, productores o de los investigadores, con capacidad de crear nuevos productos o servicios, también las innovaciones pueden ser llevadas a cabo por pioneros individuales tomadas por empresarios para entregar al cliente, esta difusión depende de las capacidades y de los métodos para convencer el mercado, se tiene que tener en cuenta el elemento comercial para la rentabilidad de la innovación para no llegar al fracaso.

Este talento es el corazón del emprendedor, es la aplicación de nuevas ideas, productos servicios y prácticas, para Schumpeter (1934) la combinación renovada de ideas o de elementos existentes que permite a la organización distinguirse en el mercado creando nuevas rutinas que serán de nuevo transformadas si la renovación se renueva. este proceso de revolución incesante³³ la define Schumpeter como destrucción creadora (Choo, 1998)³⁴, plantea que la innovación es una nueva creación del saber, debido a la conservación de informaciones.

³³ Schumpeter (1934) estas revoluciones no son incesantes en un sentido estricto, tienen lugar en acometidas discontinuas, separadas unas por otras de relativa calma.

³⁴ Profesor de la universidad de Toronto, sus áreas de interés científico son: gestión de la información, la búsqueda de información, análisis del entorno de la organización y gestión de tecnologías de la información.

Schumpeter (1910) en un artículo para la revista de la Universidad de Viena introdujo la idea de que el cambio económico se originaba en las innovaciones, es decir en la introducción de nuevos productos y procesos de la economía, según Schumpeter el empresario existe para llevar a cabo la introducción de innovaciones, este no posee, dirige, financia, organiza, promueve, se arriesga ni hace otra cosa más que introducir nuevas confinaciones, nuevos bienes y nuevos métodos en la estructura productiva y con ello altera la cantidad y la composición del consumo de la economía. Schumpeter (1950) atribuyó un rasgo central a las innovaciones y esta fue su aparición discontinúa en el tiempo, sentando con esta las bases de las revoluciones tecnológicas.³⁵

Una aproximación a la innovación es la de Peter Druker, (1985), donde la define como la función específica del emprendimiento ya sea en un negocio existente, en una institución de servicios públicos o en una nueva empresa iniciada por un solo individuo, y el medio por el cual el emprendedor puede crear nuevos recursos que producen riqueza o dotan a los recursos existentes de un mayor potencial para generar riqueza, *“La única ventaja competitiva permanente surge de ganar en innovación a la competencia”* y *“En el nuevo régimen, la riqueza proviene directamente de la innovación y no de la optimización”* (Tom Peters, 1982).

Sin embargo Max Weber (1922) dice que el cambio o innovación puede extenderse a todo lo que estando de alguna manera en el poder de disposición del otro puede ser transferido, es decir que solo se da siempre que alguien esté dispuesto a la retribución correspondiente no solo en bienes o servicios si no probabilidades económicas de toda especie y se puede dar por disposición propia de fuerza de costumbre o situaciones de interés.

Schumpeter (1950) asegura que la mayoría de las personas nunca han innovado, mientras otras pocas lo pueden hacer una sola vez en su vida pero solo brevemente, antes y después de la innovación el empresario puede haber sido director, propietario de una empresa,

³⁵ Llamada por Schumpeter (1950) como revolución industrial, la construcción de nuevas industrias como resultado de la difusión de la nueva tecnología

negociante, obrero, capitalista todos los cuales tienen funciones completamente distintas y duradera en la economía, este autor contribuyó a la ciencia económica llamando empresario al innovador tomándolo como un nuevo miembro de la compañía con un talento único, provocando un cambio permanente en el orden económico, una nueva estructura, reemplazando o suplementando las anteriores relaciones de producción.

La innovación empieza por un pensamiento humano y después se convierte en un acto económico predeterminadamente nuevo y diferente.

La innovación surge de mecanismos cognitivos (mentales) individuales y organizacionales Lipsey, (1996), los cuales permiten la búsqueda de la mejor solución para una empresa, porque no se debe forzar la empresa a crecer cualesquiera que sean las oportunidades del mercado, las pequeñas empresas tienen ventajas sobre las grandes porque tienen nuevas ideas para crecer, las grandes empresas se bloquean en un portafolio pobre en innovaciones, porque permite disminuir el riesgo.

Por otro lado Tom Peters (2009), comenta la innovación constante como única vía para sobrevivir en un mercado altamente competitivo y sobre todo, globalizado. Los innovadores buscan soluciones novedosas e innovadoras. Para Edward de Bono (1991) la innovación exige procesos progresivos que se puedan aplicar a nuevas ideas, el pensamiento progresivo tiene como efecto la creación de ideas que busca nuevos enfoques y alternativas y hace uso de la valoración y el criterio aplazado, en este proceso se buscan nuevos enfoques y múltiples alternativas.

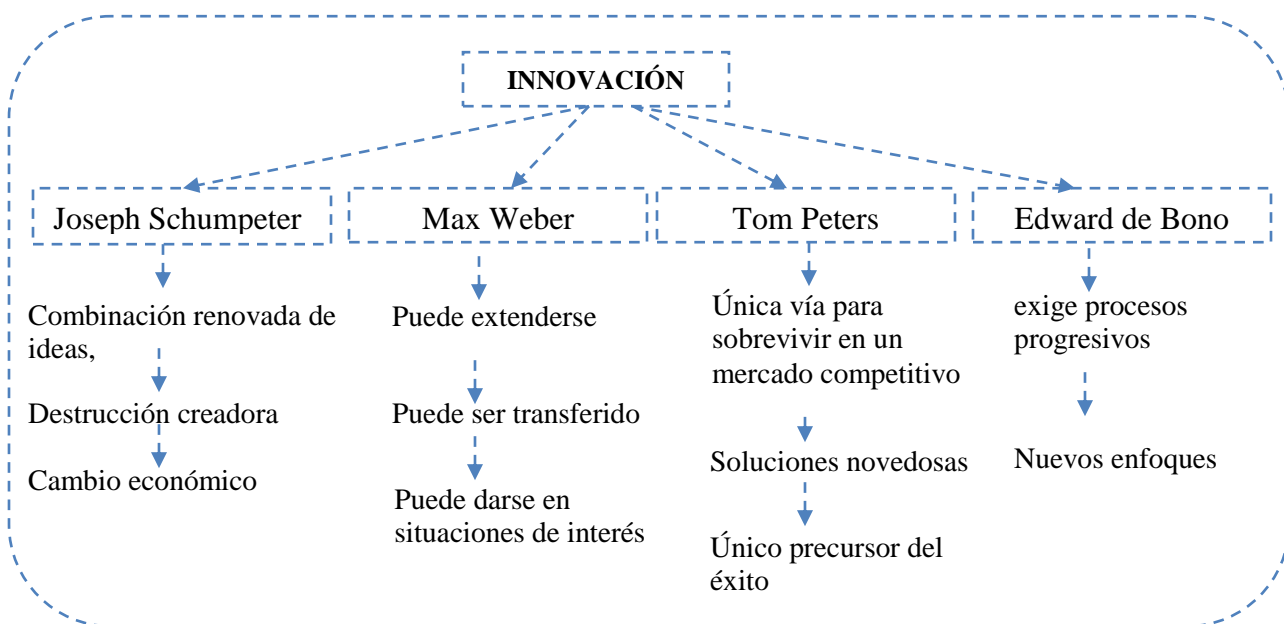
Schumpeter (1941) argumenta que las empresas desarrollan tres tipos de actividades innovadoras:

- La de inventar: es el arte de crear o desarrollar un nuevo producto o proceso.
- La de innovar: que es el proceso de elaboración de un producto comercial a partir de un invento, la innovación empieza después de que ha elegido un invento para desarrollarlo.
- La de imitar: se produce cuando empresas similares adoptan una innovación.

De otra manera e interpretando los escritos de Tom Peters (2009) se puede decir que existen muchos factores que ayudan a conseguir que una empresa sea realmente competitiva y uno de los más importantes afirma, es la innovación, el secreto para innovar es probar una y otra vez y equivocarse tomando riesgos. Y es la única forma de sobrevivir en un mundo globalizado que oprime ideas. De igual manera dice que todas las innovaciones son insensatas y todas las personas desearían ser innovadoras e invita a ser insensato que es el núcleo de la innovación

La innovación también se presenta solo si se olvidan los fracasos puesto que es el único precursor del éxito, hay que levantarse e intentarlo de nuevo, hay que olvidar las reglas por que las personas listas y visionarias no hacen caso a las reglas (Peters, 2009) (Gráfica 11).

Gráfica 10 Innovación



Fuente: las autoras a partir de: Schumpeter (1934), Weber (1922), De Bono (1991), y Peters (2009).

Para el grupo investigador el conocimiento, las habilidades adquiridas y las capacidades de un individuo hacen parte del desarrollo de la innovación, de igual manera genera y transmite conocimiento siendo esta parte fundamental para el logro de los objetivos, por la

innovación muchas empresas a nivel mundial han sobrevivido a la globalización generando nuevos bienes o servicios, la innovación es la forma ágil de hacer las cosas y de tomar decisiones en ambientes de incertidumbre, convirtiéndose está en una característica por la cual debe sobresalir de una persona emprendedora.

4.4.3.1 La organización de la innovación

La empresa permite el desarrollo de las nuevas ideas las cuales conducen al cambio, multiplicando las redes inteligentes, mejorando las competencias, haciendo uso de la tecnología de inversión, para que faciliten la transformación y romper rutinas.

Para Schumpeter (1996) la innovación dentro de la organización, está promovida activamente dentro del sistema capitalista, el empresario no es cualquier persona que monta una empresa ni es el dueño del dinero, es aquella persona que tiene capacidad e iniciativa para proponer y realizar nuevas combinaciones, capaz de generar y gestionar innovaciones radicales dentro o fuera de las organizaciones.

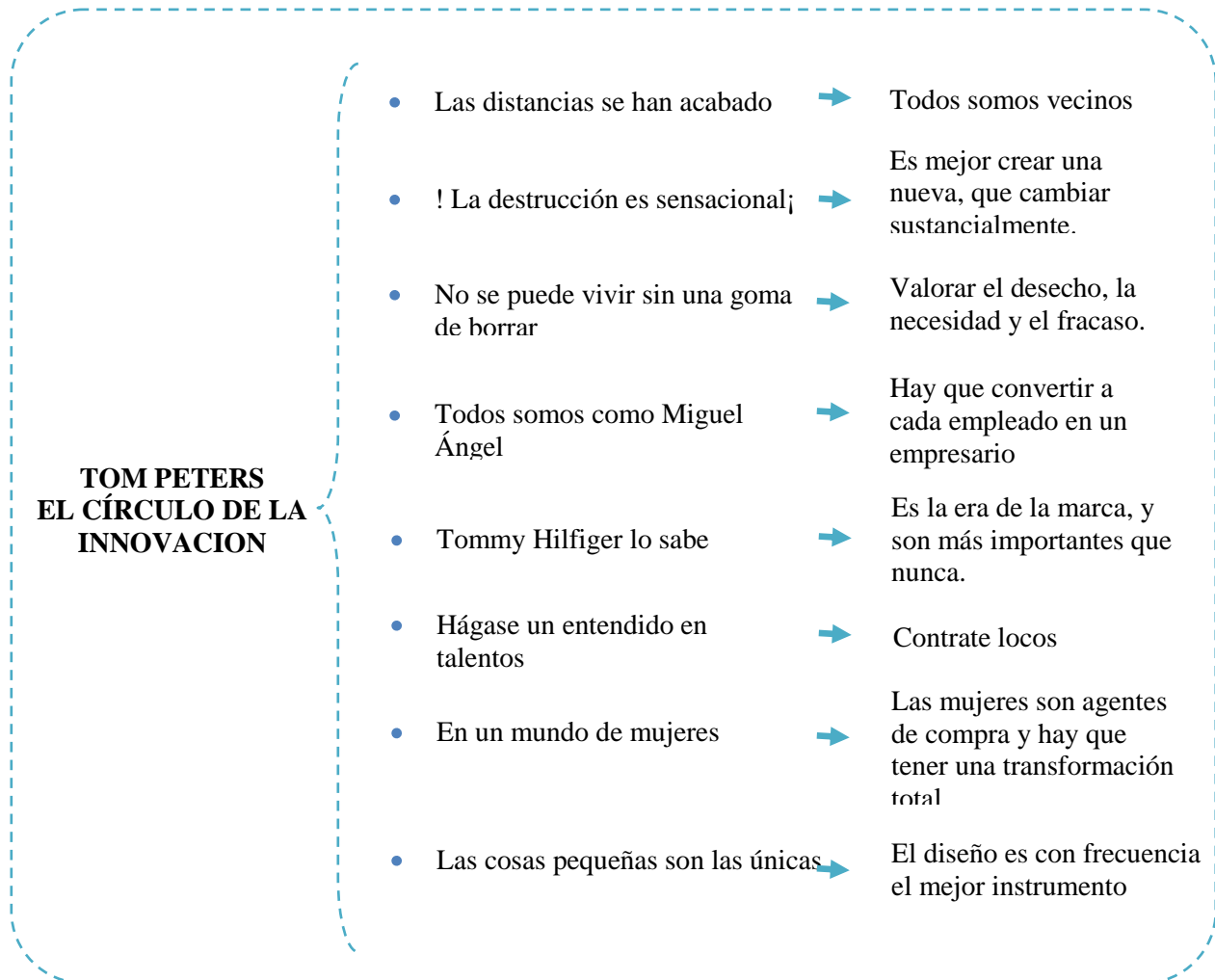
Schumpeter (1996) en el libro Teoría de desenvolvimiento económico, estudia cómo se transforma el sistema económico y las organizaciones por medio de la innovación. Promoviendo cambios, transformaciones y fenómenos que aparecen a consecuencia de ello, las innovaciones tecnológicas que se introducen en una empresa rompen los ciclos existentes en el sistema modificando periódicamente la estructura, presentando una eliminación de elementos viejos.

Max Weber (1923), en su libro Historia Económica general, habla de economía lucrativa, dice que esta implica una orientación en el sentido de probabilidades de ganancia pero esta ganancia es promovida mediante el cambio y la innovación, la empresa significa una unidad económica lucrativa que se orienta por las probabilidades del mercado para obtener ganancias con el cambio.

Edward de Bono (1999) dice que para poder innovar dentro de la organización es necesario analizar y considerar la situación actual y la deseada por la empresa, entender la competencia y la tecnología con la que se cuenta. Igual que Tom Peters (2005) concuerda en que la innovación equivale a caminar sin rumbo y que se puede encontrar con costosas y desagradables sorpresas provocando frustración y en algunos casos un rechazo a seguir innovando.

Por otro lado Tom Peters (2005) en el libro el Círculo de la Innovación destaca algunas ideas que componen y hacen exitosa e innovadora a una organización, presentadas en la siguiente gráfica (Gráfica 12).

Gráfica 11 El círculo de la innovación



Fuente: Las autoras a partir de Peters (2005).

4.4.4 El emprendedor ejerce el liderazgo

El liderazgo se puede definir como la capacidad para imaginar algo nuevo, de intuir aquello que más tarde se demostrará correcto, de actuar con decisión, el líder actúa más por voluntad que por entendimiento, más por autoridad personal que por ideas originales,³⁶ el liderazgo tiene sus orígenes en pequeñas comunidades de sectas religiosas, con una

³⁶ Análisis económico y análisis sociológico en el sistema teórico de Schumpeter. p. 45.

personalidad única e irreversible que moviliza masas hacia nuevas y metas y caminos de salvación religiosa a través de figuras proféticas, convirtiéndose en un prototipo de liderazgo (Seligman, 1975).³⁷

Schumpeter (1982), en su libro *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*, hizo un análisis del flujo circular de dos corrientes que se mueven en direcciones opuestas, determina que los bienes van hacia los consumidores y el dinero hacia los productores, quienes lo vuelven a emplear en la producción, pero esto no ocurre sin que se dé un crecimiento dinámico que va alterando y desplazando el equilibrio precedente, acá es donde el empresario asume la función de líder, en su libro “*The Theory*” el empresario es líder en una civilización racionalista anti heroica donde la bolsa es un pobre sucedáneo del santo grial.

El fenómeno del liderazgo, entendido como capacidad de pensar y guiar el comportamiento del proceso innovador que aparece en los diferentes campos de la actividad humana, se manifiesta en cualquier tipo de sociedad pero en cada situación histórica el liderazgo asume una esfera privilegiada de aplicación que se conecta a la función fundamental de la supervivencia y el desarrollo de la sociedad (Schumpeter, 1952).

Schumpeter (1952) asegura que el perfil del empresario es menos heroico y carismático que el del líder religioso de las sociedades pasadas sin embargo este debe vivir y sostenerse con fórmulas ancestrales, y debe seguir siendo un líder dentro de una sociedad donde ha desaparecido el entusiasmo y con los que disfruta de menor estatus en la sociedad, menores privilegios y poder limitado.

Por otro lado Weber (1992), desarrolló el concepto de liderazgo carismático, el carisma para dar a entender cualquier cualidad de la personalidad del individuo por virtud de la cual lo coloca aparte de los hombres ordinarios, dotado con poderes o cualidades específicamente excepcionales y resultado principalmente de la situación o clima social que enfrenta el líder.

³⁷ psicólogo y escritor norteamericano, conocido principalmente por su influencia en el campo de la Psicología positiva.

Para Weber (1974), este liderazgo está dado por los puestos y no por las personas, de este modo todas las relaciones que se fijan entre las personas son puramente formales transformando el concepto de autoridad de forma legal, sin embargo Weber afirmó que el liderazgo carismático con el tiempo tiende a convertirse en autoridad tradicional. Este autor considera que los grandes líderes aparecen en las épocas de mayor político causando un gran impacto sobre los eventos sociales.

Para Peters (1985), los verdaderos líderes son los que andan su camino, son entrenadores entusiastas vagabundos y juglares. El liderazgo significa visión, estímulo para los demás, entusiasmo, amor, confianza vigor, pasión y este debe estar presente en todos los niveles de la organización, depende de un millón de cosas pequeñas hechas con obsesión, persistencia y cuidado, pero la suma de todo ese millón de cosas pequeñas no es nada si no existe la confianza, la visión y la creencia básica.

Según Peters (2006), hay líderes visionarios que inspiran a la gente a través de discursos y hay líderes que buscan el desarrollo del talento de otros, este tipo de líder promueve la actividad individual de cada miembro o integrante del equipo, dice el autor *“los líderes más eficaces que conozco no le tienen miedo al cambio, ni a los problemas, al contrario se morirían de aburrimiento si el mundo no les ofreciera un desafío tras otro”*.

Peters (2006), afirma que un líder que no esté apasionadamente comprometido con la causa no inspira ni obtiene mucho compromiso de los demás, el líder prefiere un encuentro cara a cara, desea tener tiempo para sentarse a escuchar otorgando minutos de calidad, lo importante no son los reglamentos ni manuales si no la acción, ponerse en marcha hacia la obtención de objetivos y resultados.

Para Edward de Bono (2000), el liderazgo debe ser motivado para poder fomentar la creatividad, de lo contrario esta no tendría lugar, lastimosamente muchos líderes de empresa son bastante complacientes cuando se trata de explorar formas nuevas y mejores de ejercer el liderazgo, para este autor el liderazgo no se trata de dejar de hacer lo que uno

hace, se trata de hacer lo que uno sabe hacer mejor y a continuación añadir otras habilidades.

El liderazgo es algo muy distinto de lo que hoy se nos presenta bajo este rótulo. Tiene poco que ver con las cualidades del líder y mucho menos con carisma. Es una cosa ordinaria, prosaica y aburridora. Su esencia es el desempeño (Drucker, 1993) (Tabla 5).

Tabla 5 El emprendedor ejerce el liderazgo

Schumpeter (1952)	Weber (1992)	Peters (1985)	De Bono (2000)
El empresario es líder en una civilización racionalista anti heroica donde la bolsa es un pobre sucedáneo del santoral. Capacidad de pensar y guiar el comportamiento del proceso innovador	Desarrolló el concepto de liderazgo carismático, para dar a entender cualquier cualidad de la personalidad. Este líder tiende a convertirse en autoridad tradicional	Los verdaderos líderes son los que andan su camino. El liderazgo significa visión, estímulo para los demás y este debe estar presente en todos los niveles de la organización. Líderes visionarios que inspiran a la gente a través de discursos. Líderes que buscan el desarrollo del talento de otros.	Liderazgo debe ser motivado para poder fomentar la creatividad. Líderes complacientes cuando se trata de explorar formas nuevas y mejores de ejercer el liderazgo. Liderazgo no se trata de dejar de hacer lo que uno hace, se trata de hacer lo que uno sabe hacer mejor.

Fuente: Las autoras a partir de los autores: Schumpeter (1952), Weber (1992), Peters (1985), De Bono (2000).

4.5 LA PERSPECTIVA SOCIAL DEL EMPRENDIMIENTO

La sociología intenta identificar pautas generales en la experiencia social de las personas, aunque se reconoce y se tiene en cuenta el carácter único de cada individuo, para la sociología esto es fundamental las experiencias vitales de los individuos en una sociedad van a ser de un tipo dependiendo del grupo social a la que pertenezcan. Se reconoce que las categorías con las que una sociedad clasifica a los miembros que la componen van a influenciar los comportamientos de esas personas, y a su vez, el comportamiento individual de cada persona refleja el conjunto de experiencias sociales que definen un tipo de sociedad.

Schumpeter (1950) entiende el entorno social como fundamental para el emprendedor, pues este se convierte en un estímulo importante en su carrera y lo motiva en su actividad, el beneficio económico es solo la expresión del éxito. Este autor como economista habla de las instituciones capitalistas y empresariales que son convenciones sociales que configuran el capital social de cualquier economía. Schumpeter entendió la complejidad del sistema capitalista y defendió la necesidad de utilizar la sociología reconociendo la importancia de las instituciones.

Schumpeter (1950) destaca algunas circunstancias del desarrollo económico y de las organizaciones organizando las distintas variables sociales de esta manera determinó que los efectos de los procesos sociales solo son comprensibles cuando se les mira en períodos de tiempo muy largos, por otro lado las fisuras analíticas anulan la validez de una conclusión y por último que las características organizacionales responden a un sistema político, condiciones históricas, lógica social y racionalidad económica particulares. Joseph Schumpeter fue muy crítico de la intervención pública para redistribuir el ingreso y se convirtió en defensor del *laissez-faire*³⁸. Esta postura crítica tenía sus raíces en su visión de

³⁸ Término francés que da nombre a una doctrina económica que propugna para que los gobiernos se limiten a mantener la paz y a proteger la propiedad; todo lo demás es derecho y responsabilidad del individuo.

la naturaleza humana y en la importancia que tenían para él los incentivos económicos. Para Schumpeter, el éxito del capitalismo depende de su habilidad para recompensar la iniciativa y el ingenio de los individuos y las empresas, y de penalizar a quienes son socialmente improductivos.

Desde otro punto de vista Max Weber (1921) ve el punto de partida desde la acción social donde afectamos y somos afectados por la misma sociedad y la muestra en cuatro tipos ideales de modelos mentales, Weber examinó el emprendimiento desde la perspectiva teórica de trabajo improductivo, es decir el trabajo que no produce valor, vio la importancia sociológica desde el trabajo dividido de un modo burocrático donde asumen un papel importante en las sociedades contemporáneas.

Weber (1921) destaca los hechos sociales en las relaciones del hombre en los acontecimientos históricos de la humanidad, y entiende que es imposible establecer axiomas que puedan explicar en forma homogénea y universal el comportamiento humano. Dice que la historia de la humanidad no es precisamente racional y previsible por lo que no ha de investigársela como un todo, el objeto de estudio de la sociología es la acción social, y a ésta la define como una conducta humana con sentido y dirigida a la acción de otro.

Weber (1921) establece cuatro tipos de acciones sociales básicas:

- La acción racional de acuerdo a fines.
- La acción racional de acuerdo con valores.
- La acción afectiva.
- La acción tradicional.

Tom Peters y Robert Waterman (1982) en el libro en Busca de la Excelencia popularizaron el concepto antropológico de cultura empresarial y social, encontraron que el verdadero motivo de logros extraordinarios son el entusiasmo y energía para triunfar que despliegan sus empleados motivados por el desarrollo psicológico, social y económico que pueden conseguir en empresas exitosas que reconocen el logro de su personal. Tom Peters (2005) en El Circulo de la Innovación, dice que aun que se vive en la era de la internet y las

empresas virtuales hay una falta del 95% en sociología, aunque la tecnología de la información debería ser un facilitador, pero sin embargo no deja de ser un juego de personas.

De Bono (1997) en Revolución Positiva aporta elementos básicos como lo son en respeto que abarca aspectos de comportamiento adecuado entre sí en la sociedad y por supuesto en un entorno laboral, para este autor el respeto funciona en tres niveles.

- Es la protección de los derechos humanos básicos
- Es un principio fundamental de la revolución positiva
- Es la forma como se muestra a los demás su valor en la sociedad

Por otro lado De Bono afirma que las personas deben lograr una revolución positiva a través de superación y educación triunfando en los negocios y dentro de la sociedad (Gráfica 13).

Gráfica 12 Perspectiva social



Fuente: Las autoras a partir de los autores: Schumpeter (1950), Weber (1921), Peters (1982), De Bono (1997).

4.6 EL ROL DEL EMPRENDEDOR

El emprendedor debe desarrollar varias tareas dentro de las que implica diseñar y poner en marcha un nuevo proyecto empresa o negocio, estas funciones también puede desempeñarse en una organización ya existente, lo que se conoce como actividad de *intraemprendedores*, las motivaciones de los emprendedores cambian de acuerdo con el nivel de desarrollo de la economía y de los interés particulares de cada uno o entorno donde se desenvuelven.

El rol del emprendedor consistía en informar al mercado sobre las novedades que ahí se presentan Hayec (1948), es descubrir, evaluar y explotar las oportunidades emprendedoras, nuevos productos y servicios, estrategias y formas de organización, nuevos mercados, procesos, provee insumos que antes no existían (Shane y Venkataraman, 2000).

Para Tom Peters (2005) dice que el rol del emprendedor debe estar cargado de un fuerte contenido y valor intelectual impreso en los productos, aclara que los artículos pueden tener piezas muy económicas pero lo que realmente cuesta es el valor intelectual que se le añade.

Peters (2005) afirma que debe aportar imaginación a la organización ya que es el recurso de mayor valor en la nueva economía, dice que la riqueza ya no está creada por la concentración de material y capital, si no es generada por organizaciones que proporcionan productos nuevos y creativos.

Por otro lado Edward de Bono (1996) en Seis sombreros para pensar propone varios aspectos del rol del emprendedor, uno de ellos es el de representar un papel liberando las defensas del ego, que son responsables de los errores prácticos del pensar. También habla de que el emprendedor debe dirigir la atención de forma consciente hacia una forma de pensar, lo cual da a cualquier asunto seis aspectos diferentes, del mismo modo crear flexibilidad pidiendo y automotivándose a cambiar de modo de pensar, dejar de ser negativo, el emprendedor debe establecer reglas del juego.

Schumpeter (1981), asume que el papel del emprendedor reside en la capacidad de hacer las cosas diferentemente de este modo la aparición de emprendedores en el mercado se produce porque la capacidad para emprender fluye, como un bien económico más, el emprendedor desaparece para reaparecer en otro mercado con otra innovación que le permita nuevas ganancias en el futuro.

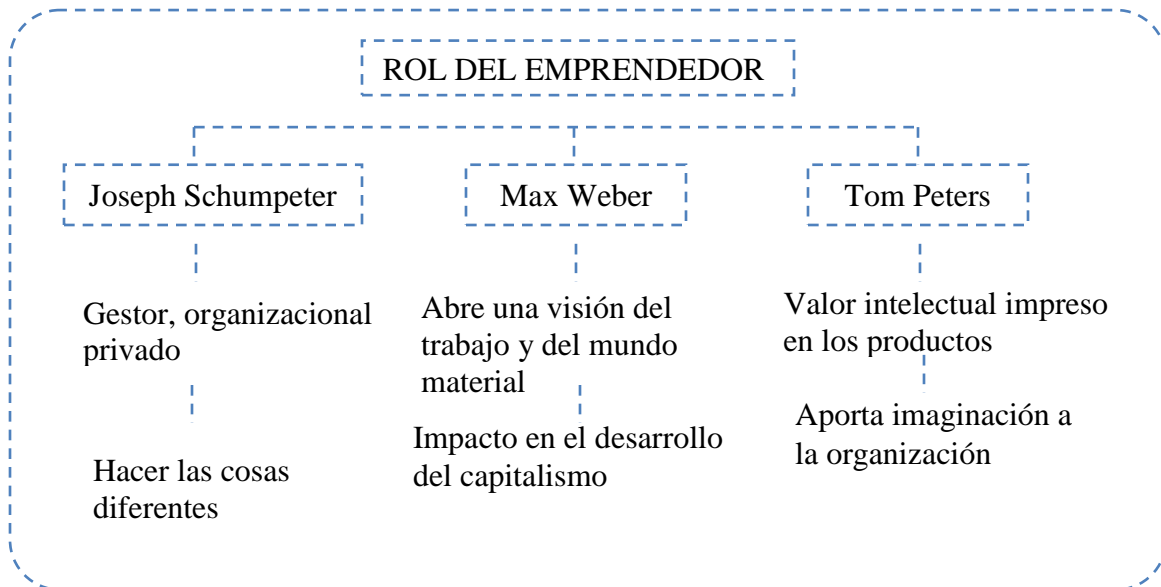
Schumpeter (1950), realza ese papel del empresario - gestor, organizacional privado y expresa sus temores por la falta de disciplina de los administradores públicos representados por los políticos que conducen las entidades estatales (Drucker, 1986).³⁹

Weber (1996) plantea que el emprendedor ha jugado un rol central en el desarrollo del capitalismo al abrir una visión del trabajo y del mundo material radicalmente diferente a la predominante hasta la edad media, de igual manera distingue diferencias importantes entre tres tipos de cristianismo: el católico, el luteranismo y el calvinismo⁴⁰ y el impacto que este tuvo en el desarrollo del capitalismo. Para lo católico no había una valoración ética posible para el mundo material y el trabajo humano el cual era tomado indiferentemente, para el luterano la asignación del trabajo era otorgado por Dios haciendo una valoración ética del mismo, y para el calvinista el trabajo era no solamente digno si no que constituía una prueba de Dios, dándole a esta última mayor importancia (Gráfica 14.)

³⁹ Abordaje de Conceptos Sobre la Organización, Carlos Tello Castellón, P 74.

⁴⁰ Movimientos religiosos llamados protestantes en Europa en el siglo XVI.

Gráfica 13 El rol del emprendedor



Fuente: Las autoras a partir de los autores: Schumpeter (1985), Weber (1996), Peters (2005)

Este proceso emprendedor nace del aprovechamiento de una oportunidad, a través de la cual se obtienen utilidades, estimulando la creación de nuevas empresas. Este autor dice que el emprendedor debe tomar un rol dinámico, innovador, fuera de lo común, soñador, visionario, que actúa como destructor del equilibrio de mercado, iniciador del cambio y creador de nuevas oportunidades, uno de los descubrimientos del Reporte 2008 de *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*⁴¹ es que el rol también puede medir el nivel de la cultura emprendedora, la financiación, los fondos personales, la ayuda de la familia, amigos, este medio también ofrece recursos inmateriales representados en la información, estimula, restringe los negocios.

El capital social es otro de los recursos como el financiero, se puede decir que es la base de la cultura emprendedora por que suministra al empresario el apoyo moral, es importante especialmente para las empresas de tecnología de punta, por que facilitan el acceso a los recursos materiales e inmateriales, demanda un retorno sobre las inversiones, el empresario

⁴¹ El programa de investigación GEM es un evaluador anual a nivel nacional de la actividad de emprendimiento y comenzó como una asociación entre London Business School y Babson College. El año 2008, 43 países participaron del proyecto de GEM.

y la empresa que se benefician del aporte no mercantil del medio, debe establecer unas relaciones de reciprocidad entre el medio y ellos.

El capital social es una reserva de saberes por ofrecer oportunidades de crear empresa como para producir de manera competitiva, el emprendedor puede lograr maravillas con poco recursos pero su perseverancia y su capacidad de adaptarse rápidamente deberán estar apoyadas por el capital social y por una cultura emprendedora eficaz.

Rogers (1995), plantea cinco condiciones complementarias, para que la penetración y la difusión de una innovación sean relativamente rápidas:

1. Las ventas relativas de la innovación, con respecto a lo antiguo, deben ser importantes, o al menos vistas como tales, por los compradores potenciales.
2. La novedad debe respetar los valores y las normas de los usuarios o ser complementaria con otras tecnologías y equipos conectados en la empresa o en el hogar.
3. Si apunta al gran público, la innovación debe, en la medida de lo posible, tener un carácter amigable y no requerir aprendizaje elaborado para adoptarse rápidamente. Si apunta hacia las empresas, la innovación será adoptada tan velozmente, como sea compatible con el nivel de formación del personal. Además, si requiere menos esfuerzo y aporta elementos de tranquilidad, su difusión será aun más fácil.
4. El cliente debe poder experimentar la innovación antes de comprar.
5. La innovación debe poder ser observada en algunos pioneros satisfechos, una persona o una empresa feliz, constituyen el mejor instrumento de venta.

El grupo investigador a partir de la lectura anterior, denomina emprendedor a las personas que son capaces de asumir un riesgo económico, identificando una oportunidad y organizando los recursos necesarios para ponerla en marcha, capaz de crear una empresa, mejorar un servicio o producto encontrando oportunidades de negocio, o empezar un proyecto por su propia iniciativa. El emprendedor es una persona innovadora, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento.

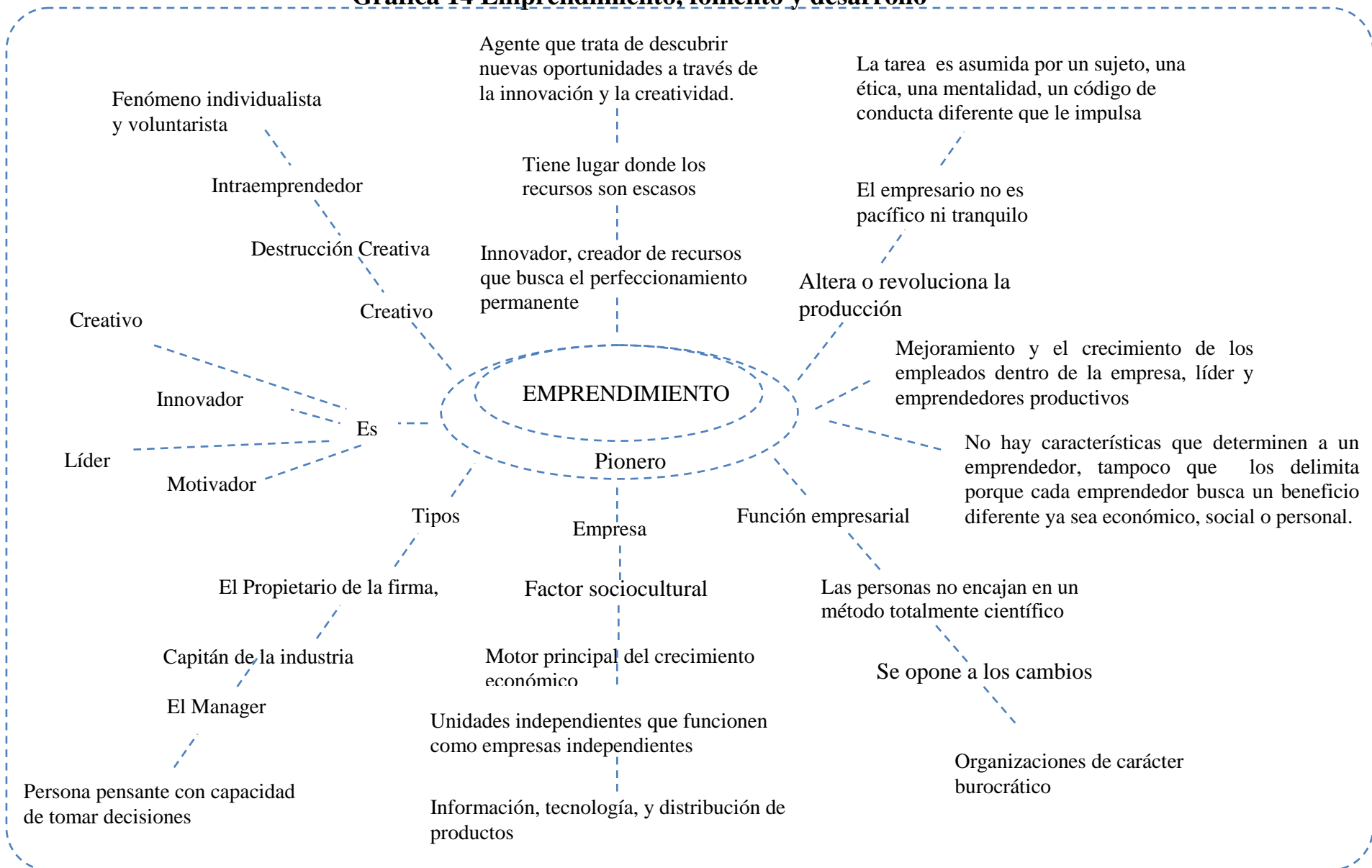
5 EL EMPRENDIMIENTO FOMENTO Y DESARROLLO, DEFINICION PARA LAS AUTORAS

El emprendimiento es una fuerza que ha movido el mundo desde sus inicios, la personas siempre han buscado sobresalir y tener mejor estatus laboral y social por tal razón hace referencia al esfuerzo del hombre para iniciar una empresa, o ser destacado dentro de una organización, actualmente es muy utilizado por la sociedad, porque se busca innovar o hay quienes buscan mejorar un producto o servicio, pero sobre todo superar los problemas económicos.

Para el grupo de investigación las personas emprendedoras son quienes “tienen la capacidad de crear empresa de forma individual o grupal, aprovechan las oportunidades y deciden lanzarse y tomar riesgos económicos o sociales estas personas necesariamente no deben tener estudios académicos avanzados, sin embargo deben prepararse para los cambios económicos que el entorno desarrolla”.

Las autoras no coinciden con el emprendedor que define Peters y Waterman puesto que no consideran que el emprendedor deba desarrollarse dentro de una organización teniendo en cuenta que no hay un aprovechamiento del cien por ciento de las capacidades del emprendedor porque lo limitan las políticas de la empresa (Gráfica 15).

Gráfica 14 Emprendimiento, fomento y desarrollo



Estos emprendedores no cuentan necesariamente con una característica clara sin embargo todos buscan crecimiento personal y social y sacan a flote la creatividad para ahondar en nuevos productos o servicios que faciliten la vida diaria y mejoren los recursos de sus clientes, la innovación siempre debe estar presente si se quiere sobrevivir.

En lo personal el emprendedor debe facilitar la comunicación y ser accesible un solucionador de problemas capaz de afrontar problemas y tomar decisiones importantes para el mejoramiento continuo.

6 CONCLUSIONES

Se recopiló la información de los autores Josep Schumpeter, Edward De Bono, Max Weber, Waterman y Tom Peters, para contrastarla e identificar los procesos evolutivos que ha tenido el emprendimiento, promoviendo de esta forma la creación de empresa.

Por medio de la propuesta de definición multidisciplinar se describieron las características, aptitudes, cualidades y rasgos que conforman el perfil del emprendedor que crea empresa y la importancia que este tiene socialmente y en la economía de un país. Se probó la mejor forma de suplir las necesidades del emprendedor desde un nivel educativo y social las cuales fueron halladas dentro de la investigación realizada.

Se identificaron las características de los emprendedores por parte de las autoras teniendo en cuenta los aportes de los autores mencionados, los factores que han sido determinados para crear empresa desarrollando una visión a futuro, impulsando a un ser humano a solucionar problemas; una característica es crear empresa, las características físicas diferentes permiten tener una actitud diferente por eso pueden ver oportunidades que otras personas no son capaces de descubrir, pero lo más importante es que ellos hacen cosas que otros no se animan a hacer.

Los emprendedores no son aquellos que tienen excelentes ideas, sino que son aquellos individuos que las seleccionan y deciden hacer algo con ellas, son los que cambian la realidad, los emprendedores viven sus sueños, son apasionados por lo que les gusta y están dispuestos a todo para alcanzar sus sueños, pero sobre todo deben tener una ilusión que los motive el espíritu de la independencia a lanzarse a tomar decisiones, a tener confianza en sí mismo, en sus propias capacidades y cualidades no desfallecer ni siquiera en los malos momentos, deben mantener el optimismo, de lo malo sacar lo bueno ver siempre las cosas positivas, tener en cuenta que siempre hay un riesgo de pérdida tener siempre la actitud de actuar y ser inquieto en seguir aprendiendo cosas nuevas para generar cambios y esto les obliga a ser pacientes para llegar a los resultados pactados.

Las autoras llegaron a la conclusión que tener una buena aptitud es un buen complemento para que un emprendedor culmine su propósito, si se encuentra en una empresa debe mantener un excelente trabajo en equipo, capacidad de planificación, si es independiente, debe mantener el pensamiento de crecimiento y autodesarrollo, serenidad, compromiso y autocontrol para enfrentar cualquier dificultad que se les presente y terminar la tarea.

Se definió el concepto de emprendedor y sus virtudes teniendo en cuenta que este ha sido modificado a través del tiempo, integrando atributos que permiten identificar al emprendedor, porque no tiene un significado exacto, el grupo investigador denomina emprendedor a las personas que son capaces de asumir un riesgo económico, identificando una oportunidad y organizando los recursos necesarios para ponerla en marcha, capaz de crear una empresa, mejorar un servicio o producto encontrando oportunidades de negocio, o empezar un proyecto por su propia iniciativa. El emprendedor es una persona innovadora que siempre está en busca de constantes oportunidades, flexible, dinámico, capaz de asumir riesgos, creativo y orientado al crecimiento motivado por sus propios logros.

Se identificó que otras de las virtudes que debe tener el emprendedor es la motivación, porque se utiliza para describir la actuación de fuerzas dentro del propio organismo o sobre este desde el exterior, la motivación se utiliza para explicar las diferencias en la intensidad de comportamiento.

Se identificó al emprendedor empresario, como aquella persona o personas con la capacidad de reconocer, identificar una oportunidad de negocio ya sea de producción o de servicios, en la cual se pueden utilizar los recursos naturales, tecnológicos, financieros, informativos, humanos, los necesarios para dar inicio a la empresa que crea un valor a la economía con el fin de generar empleo y ganancias personales y sociales.

Se llegó a la conclusión de que la creatividad es importante para las empresas teniendo en cuenta que la competencia es cada vez más grande. Por este motivo se debe tratar siempre

de aplicar la creatividad para competir cuando hay amplia variedad de productos y países con gran capacidad de producción.

Se identificó que la creatividad se necesita para hacer cosas de una manera más sencilla y sirve para brindar valor agregado al cliente. Su propósito es generar ideas, romper la rutina, lo principal es conseguir que las personas puedan ver las cosas de forma diferente. Para obtener más rentabilidad en una empresa se debe utilizar más la creatividad, teniendo en cuenta que las buenas ideas generan buenos y nuevos productos.

Se concluyó que la innovación es la forma ágil de hacer las cosas y de tomar decisiones en ambientes de incertidumbre, convirtiéndose está en una característica por la cual debe sobresalir de una persona emprendedora. El conocimiento, las habilidades adquiridas y las capacidades de un individuo hacen parte del desarrollo de la innovación, de igual manera genera y transmite conocimiento siendo esta parte fundamental para el logro de los objetivos.

Se identificó que para el año 2010, según el informe GEM de la cámara de comercio (2009-2010) registra que en el 2009 hubo un crecimiento positivo en creación de nuevas empresas, registrando 49.000, se redujo la cantidad de empresas canceladas o liquidadas en comparación con el 2008 a 1.700 con el 2009 a 1.600. Por otro lado aumento la inversión extranjera con una cifra de 1080 empresas.

Los aportes que las autoras hicieron a esta investigación son los análisis en cada uno de los temas propuestos, dando como resultado el estado del arte sobre los emprendedores y creación de empresa, a partir de los autores; Josep Schumpeter, Edward De Bono, Max Weber, Waterman y Tom Peters.

GLOSARIO

- **Comenda:** Negocio de cofinancia dirigido a obtener lucro, fue una de las instituciones que ha gozado de mayor importancia en la vida mercantil en la península Ibérica.
- **Intraempendedor:** Pinchot, el padre del concepto intraempendedor, hablaba de “libertad” en la forma decidir la forma conseguir sus objetivos. (Recuperado el 07 de febrero de 2011 en <http://www.definicionde.com/intraempendedor/2/>)
- **Multidisciplinar:** Que abarca o afecta a varias disciplinas.
- **Prosaica:** Perteneciente o relativo a la prosa. Escrito en prosa. Dicho de una obra poética o de cualquiera de sus partes: Que adolece de prosaísmo. Dicho de personas y de ciertas cosas: Faltas de idealidad o elevación.
- **Secular:** Que sucede o se repite cada siglo, que dura un siglo o desde hace siglos.

BIBLIOGRAFÍA

- Aranda Pérez, Francisco José. (2003). *Burgueses o ciudadanos en la España moderna*. España: Cuenca Ediciones de la Universidad de Castilla - La Mancha.
- Arjona Garrido, Ángeles. (2006). *Los colores del escaparate*. Barcelona: Icara Editorial S.A.
- Blanchard. (1996). *Introducción al liderazgo situacional*.
- Bowdon, Tom Butler. (2007). *50 clásicos de la Psicología*. Malaga (España): Editorial Sirio.
- Casales, Julio Cesar. (1999). *El problema de la excelencia en el modelo de Tom Peters*. La Habana. Revista Cubana de Psicología vol 16 No 2.
- Castillo H. Alicia. (1999). *Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional*. Chile.
- Banco interamericano de desarrollo. (2006). *Gestión efectiva de emprendimientos sociales*. Washington D.C: Editorial planeta.
- De Bono, Edward. (2005). *Seis Sombreros para pensar*. Buenos Aires: Granica.
- De Bono, Edwar. (1991). *Seis pares de zapatos para la acción*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- De Bono, Edward. (1999). *Pensamiento Creativo*.
- De Bono, Edward. (1998). *Manual de la Sabiduría*. Barcelon: Paidós Ibérica.
- De Bono, Edward. (1997). *La Revolución Positiva*. España: Paidós Ibérica.
- De Bono, Edward. (1994). *Ideas para profesionales que piensan*: Paidos Ibérica.
- De Bono, Edward. (1991). *El prensamiento lateral*. Barcelon: Paidós Ibérica.
- De Bono, Edward. (1981). *Pensar Bien*.
- Fernández Abascal, Enrique. *Manual de motivación y emoción* (1995). Madrid: Universitaria Ramón.

- Formichella. María Marta Lic. (2004) *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires (Argentina): Rivadavia.
- Gámez, Jorge (2008). *Management, revista de la facultad de ciencias empresariales*. Bogotá: Volumen XVII No 29.
- García del Junto, Julio. Álvarez: Martínez, Pedro. Reyna Zaballa, Rafael. (2007) *Características del emprendedor de éxito en la creación de PYMES españolas*.
- Garzón Castrillón, Manuel Alfonso. (2004). *Modelo intraemprendedor para la innovación*. Colombia: Centro editorial Universidad del Rosario.
- Hitt, Michael A; Ireland. R. Duane; Hoskisson, Robert E y Flanklin, Fincowsky Enrique. (2007). *Administración estratégica, competitividad y globalización: conceptos básicos*. Editorial Abril Vega Orozco,
- Hunger, J David. (2007), *Administración estratégica y política de negocios: conceptos y casos*. México: Editorial Pearson educación,
- Lessem, Ronnie. (1990). *Gestión de la cultura corporativa*. Madrid (España): Ediciones Días de Santos.
- Loring, Allen Robert. (1995). *Joseph Schumpeter su vida y obra*. Valencia: Ediciones Alfons el magnànim.
- Maxwell, John C. (1999), *El Factor Humano*. Betania, Nashville: Editorial Caribe.
- Moriano León, Juan Antonio. (2005). *El perfil psicosocial del emprendedor*. Madrid (España). Colección Estudios Madrid.
- OCDE. (2007). *Estudios de la OECD sobre políticas de innovación*, Chile.
- Pereira Laverde, Fernando. (2007). *Cuadernos de Administración, La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista*. Colombia.
- Peters, Tom. (2006). *Artículo de marketing y ventas, La innovación es la verdadera solución*.
- Peters, Tom. (1994). *Nuevas organizaciones en tiempos de caos*. Barcelona: Editorial Deusto.

- Peters, Tom. (2006). *Re-imagina*. Barcelona: Editorial Deusto.
- Peters, Tom; Waterman, Robert. (2002). *En Busca de la Excelencia*. Madrid (España). Ediciones Nowtilus.
- Peters, Tom. (2005) *El círculo de la innovación: amplíe su camino al éxito*. España: Editorial Deusto.
- Pierre, André Julien. (2005). *Emprendimiento regional y economía del conocimiento, Una metáfora de las novelas policíacas*.
- Santos Cumplido, Francisco Javier. (1999). *El empresario y el espíritu del capitalismo en la obra de M. Weber y W. Sombart: un enfoque histórico-sociológico*. Revista de Humanidades, nº 10.
- Schumpeter, Joseph Alois. (1995). *Historia del Análisis Económico*. Barcelona: Ariel.
- Schumpeter, Joseph Alois. (1950). *Capitalismo, Socialismo y Democracia Tomo I*. Barcelona. Ediciones Aguilar.
- Schumpeter, Joseph Alois. (1950). *Capitalismo, Socialismo y Democracia Tomo II*. Barcelona. Ediciones Aguilar.
- Suárez, Enrique Iñiguez. (2003). *Enfoques sobre la democracia*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.
- Vilaseca Requena, Jordi y Castells Olivan, Manuel. (2007). *Entorno innovador, iniciativa emprendedora y desarrollo local*. España: Ediciones Acatedro.
- Watt, Stephen. (2008), *Edward de Bono: lo mejor del pensamiento lateral*. Harvard Obusto Business review.

CIBERGRAFIA

- www.mincomercio.gov.co, Ministerio de comercio, (2010), Desarrollo de procesos empresariales, (Recuperado el 25 de septiembre de 2010).
- www.pdf-search-engine.com/el-pensamiento-lateral-manual-de-creatividad/-edward-de-bono-pdf.html, Edward de Bono, (1998), Pensamiento lateral.
- www.google.com/search?hl=es&lr=&safe=active&ei=wbsBS9nLJMvZnAe429WQCw&sa=X&oi=spell&resnum=0&ct=result&cd=1&ved=0CA0QBSgA&q=Waterman+y+Peters%2Bcreatividad+pdf&spell=1
- www.jaimesainemprendedor.blogspot.com/p/desarrollo-del-espiritu-emprendedor.html, Cuadros Guerrero Jaime, (2010). (Recuperado el 15 de octubre de 2010), Desarrollo del espíritu emprendedor.
- <http://extension.univalle.edu.co/emprendedores.php>, Universidad del valle, (2010), Programa premio y programa emprendedores, (Recuperado el 15 de septiembre de 2010).
- www.scribd.com/doc/26335030/Hostal-Les-Flors, autor no relacionado (2008), Sociologia, (Recuperado el 30 de agosto de 2010).
- www.actualicese.com/normatividad/2009/04/03/decreto-1192-de-03-04-2009/
- www.competir.com Convenio 1314 de diciembre de 2005 (Recuperado el 22 de octubre 2009 de Programa de Cultura Empresarial para Competir).
- www.gerencie.com/emprendimiento.html, (Recuperado el 9 de octubre de 2010).
- www.guillermoedelberg.com.ar, Guillermo S. Edelberg, (2006), Humanidades y Management: ¿Se Complementan?, (Recuperado el 20 de septiembre de 2010)
- www.espaciolibros.com/libros/politica/escritos-politicos, Max Weber, (1906), Escritos políticos, (Recuperado el 17 de Octubre de 2010).
- www.universia.es/portada/actualidad/noticia_actualidad.jsp?noticia=9676, autor no relacionado, (Recuperado el 10 de octubre de 2010).

- www.euosuna.org/imasd/proyectos/congresos/noticias/Ponencia), Javier Marzal, (2009), Los talentos múltiples y su modelo empresarial, (Recuperado el 27 de julio de 2010).
- <http://www.ccb.org.co/portal/default.aspx>www.eumed.net/ce/icm-emp.htm, Cámara de Comercio de Bogotá, 2010, (Recuperado el 20 de febrero de 2010).
- www.euosuna.org/imasd/proyectos/congresos/noticias/Ponencia, Ana Maria Ortiz, Fernando Criado G, Angel Francisco Villajero, (2004), Desarrollo de la capacidad emprendedora en los entornos rurales para potenciar el crecimiento económico (Recuperado el 27 de julio de 2010).
- www.slideshare.net/ADON189/tom-peters-diseo-triunfar-en-un-mundo-sin-reglas). Tom Peters, (2002), Obsesión por el diseño, (Recuperado el 10 de enero de 2010).
- http://www.jovenesemprendedoresbancaja.com/noticias/noticiasficha/intraemprendedores-sistematizar-la-innovacion_465.aspx, autor no relacionado, (2010), (Recuperado el 13 de marzo de 2010).
- http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=EMFOQUE MULTIDICIPLINAR. Real Academia Española, autor no relacionado, (2009), (Recuperado el 19 de julio de 2010).
- www.eumed.net/ce/icm-emp.htm, Isaias Covarrubias M, (2009), (Recuperado el 23 de marzo de 2010).

Anexo 1 Diario oficial 46.164

LEY 1014

26/01/2006

De fomento a la cultura del emprendimiento.

El Congreso de Colombia

La ley 1014 de 2006 define al emprendedor como una persona con capacidad de innovar; con la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva.

El emprendimiento es una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado,

La empresariedad es el despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales;

Esta ley tiene como objetivo buscar el desarrollo de la cultura del emprendimiento, promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley, fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial;

Regidos por la formación integral en aspectos y valores como desarrollo del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo en torno a proyectos productivos con responsabilidad social.

El estado está obligado a promover en todas las entidades educativas formales y no formales, el vínculo entre el sistema educativo y el sistema, buscar la asignación de recursos públicos para el apoyo a redes de emprendimiento debidamente registradas en el Ministerio de Comercio,

buscar la asignación de recursos públicos periódicos para el apoyo y sostenibilidad de las redes de emprendimiento debidamente registradas en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, establecer acuerdos con las entidades financieras para hacer que los planes de negocios de los nuevos empresarios sirvan como garantía para el otorgamiento de crédito, con el aval, respaldo y compromiso de seguimiento de cualquiera de los miembros que conforman la Red Nacional para el Emprendimiento.