

***Que entendemos por Espíritu Emprendedor?***

***El punto de partida teórico del concepto de espíritu emprendedor***

El sentido del término espíritu emprendedor se toma del concepto de *entrepreneurship* que tiene su origen en el término francés *entrepreneur*. En la búsqueda de los primeros rastros semánticos del concepto de emprendedor presentados por Verin (1982) en su tesis doctoral sobre la literatura del origen histórico del término encontró que a finales del siglo XVII y comienzos del XVIII éste se asociaba con dos usos iniciales:

- La persona que asumía una construcción civil, cuyo diseño es acordado previamente lo mismo que el pago. Esta acepción resalta la idea de una actividad importante que es retribuida económicamente, además de hacer énfasis en el conocimiento y no en el capital para realizar la iniciativa.
- El guerrero que emprende una conquista, propio del espíritu de las cruzadas de la Edad Media. Esta idea resalta la característica de arrojo, valentía y riesgos que implica la iniciativa.

En el Diccionario de la Real Academia Española (1791, 359,3) se encuentra una concepción similar a la presentada por Verin:

“Emprender: determinarse a tratar de hacer cosa ardua y difícil; como una acción militar, una conquista. La raíz desde verbo sale del Latín *apprenbendere*, porque el que resuelve ejecutar algún negocio y empresa de consecuencia, antecedentemente la considera y dispone, para lograr su intento”.

El *entrepreneur*, concepto que habla de la persona que se caracteriza por su *entrepreneurship*, se traduce al castellano como emprendedor. Según la Real Academia Española (1791, 359,3) el término quiere decir: “Emprendedor: la persona que emprende y se determina a hacer y ejecutar con resolución y empeño alguna operación considerable y ardua”

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

Esta diferencia se acentuó con el valioso aporte de Schumpeter (1961 y 1965) quien identificó al emprendedor como el “destructor creativo” que rompe los ciclos ajustados del

mercado (la competencia ha llevado a reducir los precios de los productos hasta el punto de permitir obtener un pequeño margen suficiente para recuperar los costos y lograr un rendimiento financiero sobre el capital invertido) mediante la introducción de una innovación que le brinda una ventana de tiempo monopolística que le permite fijar un precio muy superior al costo de los recursos utilizados para la producción. La diferencia entre estos dos valores es el rendimiento del emprendedor que con el tiempo se reduce cuando es copiado por sus competidores, esto lleva los precios a niveles bajos ajustados en el mercado. De este modo se reestablece el ciclo que el emprendedor volverá a romper con otra innovación.

Por tanto, lo que realmente diferencia al emprendedor es un proceso de desarrollo caracterizado por la innovación constante. En otras palabras, para diferenciar el concepto de emprendedor de otros conceptos, es necesario centrarse en el proceso de desarrollo y no en los resultados de la acción. Lo que permite caracterizarlo como tal no es el resultado de la acción del emprendedor, concretada en la creación de una empresa o en una gran acumulación de capital. El real aspecto diferenciador del emprendedor es la innovación constante.

Por otra parte, el concepto de empresario se define en el Diccionario de la Real Academia Española (1837, 790) como sigue: “Empresario, ria: El que toma a su cargo alguna empresa o negociación en que intervienen otras personas, poniendo los fondos necesarios para ella, y recayendo en él las pérdidas ó las ganancias que resulten.”

Es claro que el concepto de empresario hace énfasis en la empresa que éste toma a su cargo y más específicamente en el resultado de sus acciones. Es interesante pensar si sería válido seguir llamando empresario o empresaria a la persona en cuestión en el caso en que la empresa desapareciera, sea por quiebra o porque otra empresa la absorbiera. Si la esencia del objeto que lo caracteriza (la empresa) desaparece, no tendría sentido seguir llamándolo empresario. Caso distinto para el concepto de emprendedor porque lo que le da sentido a su nombre es el continuo proceso innovador.

El punto más importante en esta discusión es responder a la posición de algunos expertos que cuestionan la validez del concepto de emprendedor al reconocer que el término empresario es adecuado y suficiente; argumentan que el primer término es obsoleto. Sin embargo, la bondad del término emprendedor surge al constatar la limitación del concepto de empresario en lo que tiene que ver con la variable innovación. Si bien es posible que el empresario sea innovador al momento de iniciar su empresa, no es requisito *sin equa non* que lo siga siendo para asegurar la existencia de la empresa. Es posible que el empresario asuma la posición de un inversionista preocupado por maximizar el retorno sobre la inversión inicial hecha en la empresa. En ese momento el empresario pierde la característica de emprendedor, haciendo necesario revisar la validez del término emprendedor. Por tanto, un empresario puede ser emprendedor en algún momento de su vida, pero que sea empresario no es garantía que siempre sea innovador.

Esto se ajusta al reclamo que hizo McClelland (1976) en el prefacio del libro *The Achieving Society*, quien aclaró que el rol de emprendedor lo puede asumir cualquier persona durante un periodo de tiempo y luego dejarlo de lado. Por ello es necesario valorar el concepto de emprendedor, que se refiere a la persona que vive un proceso de innovaciones continuas. En el momento en que deja de realizarlas, deja de ser emprendedor.

En resumen, es posible afirmar que los conceptos de emprendedor y empresario no son equivalentes, dadas las diferencias antes discutidas. Por ello es equivocado utilizar indistintamente los términos espíritu emprendedor y espíritu empresarial. Este último se entiende a partir de la existencia de una empresa y cuyo fomento ha sido entendido como el fomento de modelos de formación empresarial, tal como lo afirma Rusque *et al* (1998). El desarrollo del espíritu emprendedor está centrado en el individuo, en estudiar sus dimensiones psicológicas, culturales y económicas, desde una perspectiva sistémica y evidentemente humanista.

### ***Modelo propuesto para entender algunas características del espíritu emprendedor colombiano.***

En la búsqueda de los factores que explican las variaciones en los resultados del fenómeno emprendedor, las primeras preocupaciones se concentraron inicialmente en las características personales que diferencian a los emprendedores de los no emprendedores. Pero dada la diversidad y complejidad de la realidad emprendedora, los resultados de los estudios no fueron productivos. Gartner (1985) plantea que la complejidad y variedad de los emprendedores hizo imposible lograr caracterizar un emprendedor promedio y por ende la construcción de una base teórica común a este campo del conocimiento (Bygrave, 1989).

En respuesta a esta situación, Bygrave y Hofer (1991) proponen que la delimitación del campo de conocimiento del espíritu emprendedor se amplíe, y que además del estudio de las características personales y las funciones del emprendedor incluya el estudio del proceso emprendedor y sus características. Es decir, pasar de una concepción estática del espíritu emprendedor, entendida como una lista de características que permitirán obtener buenos resultados emprendedores, a una concepción dinámica del problema desde el punto de vista del proceso del evento emprendedor y del emprendedor mismo. Estos autores proponen considerar el proceso emprendedor como el conjunto de las funciones, actividades y acciones asociadas con la percepción de la oportunidad y la creación de la organización para explotarla. Esta concepción procesal es bastante más amplia que la idea de evento emprendedor, entendido como la creación de una nueva organización que persigue una oportunidad.

En este orden de ideas, el emprendedor es quien percibe la oportunidad y crea la organización para aprovecharla. Como punto de partida, se toman los elementos propuestos por Gartner (1985) para el estudio del espíritu emprendedor para desarrollar esta reflexión sobre el caso colombiano, los que se presentan a continuación:

- El entorno
- Las características del individuo
- El proceso
- La organización creada

Dado que el objeto de estudio tiene un nivel nacional (la población colombiana de emprendedores y sus empresas), el último elemento no será explorado con profundidad, debido a que el intento por caracterizar las organizaciones creadas por medio de la presentación de unas características de la empresa “promedio” estaría en contradicción con la concepción teórica del problema. Los otros tres componentes (la presentación de

elementos característicos del individuo, del entorno y del proceso) no tratan de presentar un modelo de empresario colombiano promedio sino de proponer aspectos que ayuden a comprender la realidad del espíritu emprendedor en el país.

Las características individuales del emprendedor colombiano.

Entre los autores más influyentes que han estudiado esta dimensión del emprendedor se encuentra Kets de Vries (1977), quien identifica al emprendedor a partir de los roles que cumple al concebir e implementar la idea:

- Innovación
- Administración o coordinación
- Toma de riesgos

La innovación se puede entender a partir del modelo de Schumpeter (1965) quien resalta esta característica como la función del emprendedor, quien adiciona la ganancia emprendedora a una combinación novedosa de factores de producción existentes.

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

Para completar la concepción de emprendedor propuesta por Kets de Vries (1977) es necesario adicionar la dimensión de la toma de riesgo: el emprendedor no sólo arriesga su capital económico sino también su imagen social y los costos psicológicos asociados con el fracaso.

En el caso colombiano, la variable innovación está profundamente influida por la creatividad que caracteriza al empresario, necesaria para sobrevivir en una sociedad donde un exceso de individualismo sin conciencia colectiva impide el establecimiento de acuerdos colectivos. Por tanto, el acuerdo social es lograr el máximo bienestar individual a costa del bien colectivo (Gómez Buendía, 1999). En otras palabras, en Colombia se cuenta con una notable creatividad individual unida a una igualmente sobresaliente indisciplina social. Esta forma de organización social brinda varias ventajas tales como la creatividad individual y una gran movilidad social, lo que permite la coexistencia de una enorme diversidad regional y una pluralidad que han impedido la aparición de una dictadura. Las desventajas que trae consigo son la dificultad de lograr objetivos colectivos, la aparición del clientelismo, la corrupción y el narcotráfico, entre otros.

En cuanto a la dimensión administrativa del emprendedor, es posible afirmar que el emprendedor colombiano está marcado por el individualismo excesivo, lo que influye en su eficiencia para el trabajo colectivo. Esta situación se refleja en la afirmación de un profesor japonés de matemáticas avanzadas de la Universidad Nacional, citado por Gomez Buendía (1999), quien planteaba que “un colombiano es mucho más inteligente

que un japonés, pero dos japoneses son mucho más efectivos". A partir de la evaluación de la posición competitiva colombiana presentada en el informe del World Competitiveness Report (Schwab et al, 1999), es claro que la calidad de la gestión administrativa colombiana es similar al promedio latinoamericano (se ubica en el puesto 40 en el ámbito mundial).

Por otro lado, retomando las ideas de Baumol (1968), la gestión del emprendedor caracterizada por la consecución de nuevas fuentes de recursos y nuevos métodos de mercadeo, son actividades necesarias para el emprendedor colombiano. El limitado desarrollo del mercado de capitales unido a la falta de disposición de capital de riesgo para iniciar empresas obligan al emprendedor a ser innovador en la búsqueda de estos recursos. Por otro lado, el desarrollo limitado de un mercado de factores de producción y de productos finales ha obligado al emprendedor a ser creativo y recursivo en la gestión. La discontinuidad en la productividad de industrias conexas y el limitado desarrollo de los mercados de insumos y de productos, en cuanto a comercialización, traen consigo grandes ineficiencias tal como lo plantea Leibenstein (1966). Esto hace que los emprendedores colombianos deban dedicar gran parte de sus esfuerzos a la función de completar los insumos para la función de producción, pero al mismo tiempo abren espacios para nuevas empresas que atiendan estas deficiencias del mercado.

La toma de riesgo como un factor que caracteriza al emprendedor se concreta en el caso colombiano (debido a la complejidad de su entorno) en la forma como el empresario está obligado a asumir constantemente riesgos difícilmente calculables. En una sociedad donde el Estado es permeable a la corrupción, es imposible predecir su comportamiento, pues las decisiones estatales estarán supeditadas a las cambiantes condiciones locales de las relaciones del emprendedor con el empleado público. Por ello es explicable, tal como se verá más adelante en la reseña de los líderes regionales, que los grandes empresarios se involucren en la gestión del Estado asumiendo cargos públicos para lograr (entre otros beneficios) influir en el momento de la toma de decisiones estatales. Otra característica de la toma de riesgo del empresario colombiano es la diversificación de sus inversiones para protegerse de un entorno inestable. Esta diversificación se estudia igualmente al analizar los procesos históricos económicos más adelante.

En conclusión, es posible afirmar que el empresario colombiano es creativo como consecuencia de la necesidad de desarrollarse en una sociedad donde el beneficio individual está por encima del colectivo, en el que la ética del "rebusque" tiene gran influencia. Para lograr un cierto grado de control de la situación es necesario establecer lazos con el Estado o alguno de sus representantes que permitan influir en las decisiones para favorecer intereses particulares. La diversidad regional del entorno y la movilidad social ofrecida por la estructura imperante influyen en las características del empresario. Sus capacidades administrativas (que se equiparan al promedio de capacidades de los ejecutivos latinoamericanos) están influidas por un alto grado de individualismo que se antepone a la conciencia social. En cuanto a la toma de riesgo, la diversificación de las empresas es una respuesta a la incertidumbre del entorno.

Esta reflexión deja varias inquietudes que pueden dar origen a futuras investigaciones tales como estudios interculturales del espíritu emprendedor entre diferentes países latinoamericanos y el impacto de la influencia cultural de las regiones del país en el desarrollo emprendedor.

El proceso emprendedor, una perspectiva histórico-económica.

El beneficio de utilizar una perspectiva histórico-económica al evaluar al empresario colombiano radica en que se utiliza la lógica inductiva para explicar el proceso emprendedor. Esta aproximación inductiva permite obtener una mejor comprensión del problema que la ofrecida por la lógica deductiva, propia de la teoría económica. El estudio del fenómeno emprendedor dentro de la teoría económica se enmarca en una concepción determinista y estructuralista, en la cual el entorno es el que determina el comportamiento del emprendedor y no concibe que el emprendedor pueda modificar el curso de la historia (Braudel, 1985). Por tanto, dado que la perspectiva deductiva sólo permitiría estudiar el impacto de las condiciones del entorno en las características del emprendedor (y no el estudio del emprendedor mismo), se escogió la perspectiva de la historia económica para profundizar la comprensión del empresario y su proceso emprendedor.

Según Dávila Ladrón de Guevara (1997), fue característico del empresario colombiano, durante el periodo 1820 a 1990, contar con una alta diversificación de las inversiones para enfrentar el alto riesgo de la economía colombiana, esto dio como resultado una baja especialización del empresario. Esta situación era común a los empresarios antioqueños mineros, comerciantes, banqueros, cafeteros, colonizadores y luego industriales; igualmente a los pioneros de ingenios azucareros vallecaucanos; a empresarios extranjeros radicados en la costa norte del país; y a familias empresariales de Santander.

De igual manera es importante la presencia de la familia como unidad empresarial que no se limita a las etapas previas a la industrialización. Es característico encontrar fuertes vínculos entre la actividad empresarial y la vida política porque los empresarios asumieron altos cargos en el Estado o sirvieron como banqueros del Estado, como fue el caso en el siglo XIX. La inestabilidad política obligó al empresario a articular sus intereses con los del Estado, siendo, por tanto, tan valiosa la capacidad política como la capacidad empresarial de poder amortiguar los vaivenes del comercio exterior.