

La cultura del emprendimiento y su formación

The Culture of Entrepreneurship and Education

MSc. Luis Fernando Hidalgo Proaño

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
Ecuador

luis.hidalgo01@cu.ucsg.edu.ec

Fecha de enviado: 24/03/2015

Fecha de aprobado: 04/06/2015

RESUMEN: El presente trabajo se centra en el estudio de la cultura relacionada con procesos empresariales, de ahí la importancia que presenta el estudio del emprendedor empresario, que es una persona que identifica una oportunidad de negocio y organiza los recursos necesarios para ponerlo en marcha. Se exponen elementos centrales relacionados sobre el emprendimiento lo que servirá de soporte para comprender las características del emprendedor, si se nace o se forma mediante un programa de educación especializado y finalmente se hará referencia a la necesidad de desarrollar valores de cultura de emprendimiento como parte del programa de formación universitaria de los futuros empresarios emprendedores.

PALABRAS CLAVE: emprendedor, negocios, formación, cultura, empresa

ABSTRACT: This study is focused on studying the enterprising entrepreneur, there is a person who identifies a business opportunity and organizes the resources needed to implement it. It is common to use the term to designate a "person who creates a business" or "business develops." In this paper we will focus on what it is studying entrepreneurship which will support to understand the characteristics of the entrepreneur, whether born or formed by a specialized education program and finally we will refer to values of cultural entrepreneurship.

KEYWORDS: entrepreneur, business, education, culture, enterprise.

La crisis económica que han vivido nuestras economías se evidencia en la falta de fuentes de trabajo, a la vez que por el avance vertiginoso del conocimiento y la globalización, el mercado demanda de profesionales cada vez más eficientes, competitivos y multidisciplinarios. En este sentido, los actuales y futuros profesionales no cuentan con absoluta certeza acerca de su posibilidad de empleo, por ende se hace mayor la necesidad de estar preparados para poder formar sus propias empresas.

De ahí la importancia de formar emprendedores que serán capaces de identificar oportunidades, analizar recursos y evaluar ideas para implementar proyectos que se concreten en nuevos negocios; e innovar o reinventar negocios existentes que se encuentren en etapa de estabilización por lo que estará preparado para trabajar en sus propias empresas jurídicas y en áreas gerenciales de cualquier ámbito.

En América Latina el promedio entre la decisión de creación de la empresa y la creación real toma de 4 a 5 años, y en países como en el Este de Asia toma 2 a 3 años. Los elementos que inciden en la extensión del período de creación de empresas se relacionan con la insuficiente preparación de los que lo acometen, (Mantis y Masahiko, 2002). Muchos emprendedores empiezan buscando la idea y después buscan el mercado. El problema en este tipo de negocios es que el emprendedor se enfoca tanto en su idea que se olvida de cómo va a subsistir su negocio o podrían existir interesados en la idea, pues el costo del producto es muy superior al precio que la gente aceptaría pagar, lo cual revela que no cuentan con la necesaria formación en este campo. La idea tiene que ser sustentable en el tiempo, si esta es ofertada en una temporada corta y limitada la ganancia tiene que justificar la

inversión, como el caso de productos específicos, por ejemplo: relacionados con el mundial de fútbol.¹

Por todo lo anterior señalado, se destaca la necesidad de fortalecer los valores de la cultura de emprendimiento y la formación de profesionales con características emprendedoras que puedan destacarse principalmente en el mundo de los negocios.

¿Qué es un emprendedor?

En términos generales, el emprendedor simplemente es aquella persona que empieza una nueva actividad, ya sea económica, social, política, etc. Pero en esta investigación estamos centrados en estudiar al emprendedor empresario, de ahí que es una persona que identifica una oportunidad de negocio y organiza los recursos necesarios para ponerlo en marcha. Es habitual emplear este término para designar a una “*persona que crea una empresa*” o “*desarrolla negocios*”.

Para Timmons, Zacharakis, y Spinelli, (2004, p. 24)

El emprendimiento significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada. Es la búsqueda insistente de la oportunidad independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de estos. Requiere una visión y la pasión y el compromiso para guiar a otros en la persecución de dicha visión. También requiere la disposición de tomar riesgos calculados.

Según Peter F. Drucker (1998, p.10) “*El emprendimiento es maximizar las oportunidades, es decir, la efectividad y no la eficiencia es la esencia del trabajo*”.

La palabra emprendedor deriva de la voz francesa “*entrepreneur*” que aparece a principios del siglo XVI para designar a los hombres

relacionados con las expediciones militares. A principios del siglo XVIII los franceses extendieron el significado del término a otros aventureros como los constructores de puentes, caminos y los arquitectos. En sentido económico se ha definido por algunos (Salman y Stevenson, 1989; Stevenson y Gumpert, 1985), como el proceso de enfrentar la incertidumbre.

Hasta principios del siglo XX, no se reconocía en la economía el rol del emprendedor y del riesgo. Tanto Adam Smith⁵ como Alfred Marshall⁶ no incluyeron el concepto en el análisis económico. Recién a principios de siglo pasado, Joseph Schumpeter⁷, economista alemán que emigró a los EE.UU. para aceptar una cátedra en la Universidad de Harvard, reconoció al emprendedor como centro del sistema económico. La ganancia proviene del cambio, y este cambio es producido por el empresario innovador. Para Schumpeter la innovación era la razón de ser del entrepreneur.

Otro factor importante, es la definición de “*espíritu emprendedor*”, o lo que en inglés se denomina “*entrepreneurship*”. Podría afirmarse que el entrepreneurship, consiste en el desarrollo de proyectos innovadores o de oportunidades para obtener un beneficio; la capacidad de comprar a precios ciertos, para comprar a precios desconocidos o lo que identifica como la capacidad de desarrollar una idea nueva o modificar una existente para traducirla en una actividad social rentable y productiva (no todas las personas emprendedoras buscan el beneficio económico; existen personas que buscan objetivos sociales o políticos).

En realidad definir el espíritu emprendedor no es cuestión sencilla, ya que existen muchas características que tienen unas personas y otras no, pero que de cualquier manera los hacen exitosos; en la actualidad el espíritu emprendedor es sinónimo de innovación,

cambio, fundación de una compañía, o toma de riesgos.

Características del emprendedor

Los emprendedores son quienes cristalizan una simple idea en una gran empresa, es por ello que es muy importante fortalecer ese espíritu que habita en ellos y que es el que los motiva en su carrera empresarial. Conocer al emprendedor permite identificar los motivos principales que lo llevan a la realización de ideas de negocio y a su vez identificar las mayores fortalezas para que sean aplicadas en la preparación de su proyecto.

Una de las características que diferencian a un emprendedor de un gerente típico, es que el emprendedor asume riesgos. El emprendedor está dispuesto a invertir sus recursos en la idea, desde el punto de vista financiero, en cuanto a su tiempo, y por ende debe tener una muy clara visión de lo que va a hacer y del nivel de riesgo que supone, pues no se trata de asumir acciones de modo irresponsable, sino de manera calculada.

Otro rasgo esencial es su capacidad de innovación y cambio. El empresario emprendedor es aquél que tiene capacidad de transformación y mejoramiento, capacidad que aplica no solamente a aquellos perfiles que son capaces de generar una empresa nueva, sino a aquellos que son capaces de transformar la empresa donde están. Requieren para ello de una gran fuerza propia, una energía interna que lo movilice más allá del marco de referencia.

El proceso de emprender

Cuando estudiamos qué es el emprendimiento debe considerarse que consiste en un modelo que abarca desde el proceso de emprender hasta su ejecución. El proceso de formación de nuevas empresas y de empresarios es el resultado de la interacción de varios

factores: situacionales, sociales, psicológicos, culturales, económicos, etc.; y cada elemento ocurre en un espacio físico y de tiempo determinado que impacta sobre los agentes, cuyas percepciones y acciones están condicionadas por sus experiencias y herencias culturales y sociales. El proceso de emprender ocurre en diversas etapas definidas por varios eventos y no de forma fortuita, es decir, que la visión de un emprendedor es saber evaluar y aprovechar las oportunidades que se le presentan.

En este sentido W. Bygrave (1994, p. 468) afirma: *“El proceso de emprendimiento involucra todas las funciones, actividades y acciones asociadas a la percepción de oportunidades y la creación de empresas para seguirla”*.

Entre los elementos determinantes para el desarrollo de los proyectos de emprendimiento deben mencionarse: la motivación del emprendedor, la identificación de una idea de mercado, la existencia de los recursos y las habilidades y destrezas adquiridas. Lo cual conduce a la siguiente idea: necesidad de formación en emprendimiento.

La cultura de emprendimiento.

La cultura de emprendimiento se puede definir como un tipo de cultura que determina una forma particular de hacer las cosas, un estilo que distingue a los emprendedores de otros empresarios, (Dehter, 2001 Díez Gutiérrez, 2014).

Se debe relacionar esto con el concepto de cultura, el cual en opinión de Galindo y Echavarría, (2011, p. 87): *“ha sido tradicionalmente definida como el conjunto de creencias, valores, normas y suposiciones compartidas por una comunidad que condicionan su comportamiento, el cual se expresa mediante símbolos, lenguaje y narrativas”*.

Entre los rasgos que caracterizan este modo de hacer o cultura de emprendimiento los referidos autores establecen en primer lugar al *“espíritu emprendedor”*, al que definen como: *“capacidad para 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”* (2011, p. 88).

Citan igualmente: consideración del riesgo, creatividad e innovación, generación de valor, proactividad y búsqueda de información, a la que identifican con una capacidad especialmente importante en el momento actual: *“Capacidad de encontrar fuentes y datos para recopilar la información requerida en una situación o problema”* (2011, p. 87).

Se comparte con Galindo y Echavarría (2011) tales criterios y se precisa además que el concepto de cultura de emprendimiento que se sustenta por parte del autor del presente artículo, se inserta en una sociedad del conocimiento e innovación que aproveche las oportunidades en un entorno de respeto al ambiente, el primero de cuyos componentes es la persona humana.

Para ello, resulta imprescindible la formación de la cultura en emprendimiento, así como el aporte de la academia en este sentido, mediante la formación de profesionales empresarios emprendedores con altos valores éticos y de responsabilidad social.

La necesidad de formar emprendedores

La formación de emprendedores nació en los Estados Unidos a mediados de la década de los 60, debido a la urgente necesidad de formar profesionales con habilidades y destrezas para la creación y manejo de empresas, dado que la economía norteamericana atravesó fuertes recesiones, y obligó a reposicionar el negocio propio como fuente de empleo. Comenzó a

preferirse la creación del negocio propio y de ahí que surgieron emprendedores que impulsaron nuevas actividades económicas, entre los que pueden destacarse: Bill Gates (Microsoft), Steven Jobs (Apple Computer) Sam Walton (Wal-Mart) y Artur Blank (Home Depot).

Para el 2004, aproximadamente el 60% de los programas de las universidades de los Estados Unidos ya contaban con materias referentes a la creación de emprendedores. El ejemplo de los países desarrollados sobre el fortalecimiento de la economía a través de empresas innovadoras, ha servido como alternativa para las economías en vías de desarrollo.

La formación de emprendedores implica un cuidado diseño del proceso.

Las habilidades y destrezas emprendedoras no son totalmente de nacimiento, sino que pueden ser desarrolladas y pulidas con la enseñanza emprendedora. Como señala Rodrigo Varela (2004) *“La misión de la educación del siglo XXI es la de líderes empresariales, a diferencia de la educación del siglo pasado, que se concentraba en la formación de funcionarios o empleados empresariales”*.

Ser emprendedor es un rasgo de comportamiento que puede o no verificarse en ciertos tipos de individuos y organizaciones.

Obviamente, este perfil es más frecuente observarlo en las empresas más pequeñas y nuevas y en las personas de edad mediana que en las personas mayores; quizás porque la típica actitud *“juvenil”* es ser muy sensible a las condiciones que pueden favorecer su desarrollo. Lo que no excluye que personas mayores y organizaciones *“adultas”* puedan tornarse emprendedoras si algo les provoca su capacidad de reaccionar, diferente a la inercia de su historia.

Históricamente se ha debatido en extenso en torno a si los rasgos del *“ser emprendedor”* son

inherentes a ciertos sujetos (individuos u organizaciones) o se forman a través del tiempo (se nace versus se hace), lo cual supone darle respuesta a la interrogante: ¿el emprendedor nace o se hace? A juicio de este autor, además de señalar que se trata de una discusión bizantina que difícilmente aporta algo, podrían citarse algunos datos que evidencia lo beneficioso de la formación en emprendimiento.

En este sentido, los estudios del Banco Mundial sobre la formación e inicio de las operaciones de las microempresas reflejan que el 80% de ellas fracasan en los primeros cinco años de funcionamiento, por razones relacionadas con la falta de preparación de sus fundadores para poder responder a las múltiples y diversas necesidades del entorno, (Babson College y London Business School, GEM, 2006-2011). De ahí la dificultad de mantenerse en el mundo de los negocios.

¿Son los emprendedores el producto de algún proceso de generación espontánea, es decir, que se nace con esta circunstancia, o son el resultado de algunas condiciones ambientales socioculturales, económicas, comerciales y tecnológicas que les crea necesidades y motivaciones para satisfacerlas por su propio riesgo?

Sin subvalorar la importancia del aporte de las características más favorables o no con las que se nace, es necesario establecer que el espíritu emprendedor, el desarrollo de valores de cultura de emprendimiento, pueden ser el resultado de un proceso de aprendizaje metódico mediante la incorporación de conocimientos, desarrollo de habilidad y valores que potencian los rasgos aptitudinales y favorecen actitudes que focalizan la voluntad de poder lograr lo que se desea, controlando deliberadamente ese proceso de conquista; en otras palabras, los emprendedores

pueden adquirir destrezas y habilidades durante el proceso de formación académica.

Por lo anterior, es necesario contar con programas de formación académica, que favorezcan la cultura del emprendimiento, definida como el conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparte un grupo de personas hacia el emprendimiento, y que resultan de la interrelación social, de la generación de patrones de comportamiento colectivo y el establecimiento de una identidad entre sus miembros, que lo identifica y diferencia de otro grupo.

Pudieran citarse como ejemplo de experiencias del autor en este tipo de formación la investigación realizada como parte de la tesis de Maestría: *“La pertinencia de incorporar la cultura del emprendimiento en la formación de los abogados de la carrera de Derecho de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil”*, (Hidalgo y Castro, 2009), trabajo en el que se demostró la pertinencia y factibilidad de incorporar este tipo de formación como parte de la formación integral de los graduados de Derecho de la UCSG.

La formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones basadas en la formación de competencias básicas, profesionales, ciudadanas y empresariales, dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo. Este tipo de formación podría incidir considerablemente en las limitaciones reales que frenan el crecimiento y desarrollo de las empresas pequeñas y medianas en la región, entre las cuales se puede citar la falta de preparación para su surgimiento, su creación intuitiva, sin estudio previo, sin aplicación de un pensamiento estratégico y por tanto, privadas de posibilidades de innovación y adaptación al cambio, elementos que podrían

estar presentes mediante la formación de profesionales emprendedores, dotados de los conocimientos y competencias que reducirían estas limitaciones de manera sustancial.

De este modo, los graduados universitarios, empresarios emprendedores podrían contribuir sensiblemente en el desarrollo de la región y del país, y lograr altos niveles de realización profesional, personal, económica y social, y con ello dar fe del éxito en el cumplimiento de la misión formadora y la utilidad social de nuestras universidades, como bien apunta González, (2015).

Conclusiones

La experiencia internacional muestra que países que han atravesado graves depresiones económicas (EE.UU) han logrado salir adelante mediante el fomento de la cultura del emprendimiento. De ahí que la falta de oportunidades de trabajo en nuestro país conjuntamente con la evolución exponencial del avance científico y la urgente necesidad de contar con un alto y sostenido crecimiento económico, implica que el mercado demande profesionales con habilidades y destrezas con características emprendedoras.

La formación de tipo tradicional de los profesionales no los prepara para dar respuesta de manera proactiva a la necesidad de creación y renovación de las empresas, y con ello presentan grandes limitaciones desde el punto de vista de su inserción social y de su aporte al desarrollo regional y nacional.

La formación y desarrollo en la cultura de emprendimiento supondría la incorporación de habilidades y destrezas emprendedoras que les permitirían introducir procesos de creación e innovación en el campo empresarial.

Mediante el desarrollo de valores de cultura de emprendimiento y la incorporación de

conocimientos y habilidades emprendedoras los graduados universitarios, empresarios emprendedores, podrían contribuir sensiblemente en el desarrollo de la región y del país, y lograr altos niveles de realización profesional, personal, económica y social, y con ello dar fe del éxito en el cumplimiento de la misión formadora y la utilidad social de nuestras universidades.

Notas:

- ¹ Este enfoque corresponde a una época de Marketing de venta ya dejada atrás en el tiempo.
- ² Timmons, Jeffrey (1989) es autor de "The Entrepreneurial Mind"; y profesor de enfoque empresarial de Babson College y de la Escuela de Negocios de Harvard.
- ³ Peter Drucker dedicó la mayor parte de su vida a formular teoría sobre administración. Es considerado el más acertado de los exponentes en temas de administración, sus ideas y modismos vienen influenciando al mundo corporativo desde los años 40. Escribió el primer libro en presentar la innovación y el emprendimiento (1985) como disciplina determinada y sistemática que explica y analiza los retos y oportunidades de la nueva economía emprendedora de América. Explica que los negocios establecidos y nuevos riesgos tienen que conocer, aprender y hacer para preparar y crear los negocios exitosos del mañana.
- ⁴ Cantillón, Richard (1755) fue considerado el primer economista teórico, su prestigio como economista se lo debe a su obra: "Ensayo sobre la Naturaleza del Comercio en General".
- ⁵ Smith, Adam (1776) fue un economista y filósofo escocés, uno de los máximos exponentes de la economía clásica escribió su obra: "La riqueza de las naciones", por la cual es considerado por muchos el padre de la Economía Política. Fue crítico al mercantilismo. Según la tesis central de La riqueza de las naciones, la clave del bienestar social está en el crecimiento económico, que se potencia a través de la división del trabajo.
- ⁶ Marshall, Alfred, fue el economista británico más destacado de su época. Su mayor contribución a la

Economía fue su sistematización de las teorías económicas clásicas y el desarrollo del concepto de utilidad marginal. Entre sus obras se destaca: "Principios de Economía (1890)".

- ⁷ Schumpeter, Joseph, se destacó por sus investigaciones sobre el ciclo económico y por sus teorías sobre la importancia vital del empresario en los negocios, subrayando su papel para estimular la inversión y la innovación que determinan el aumento y la disminución de la prosperidad. Predijo la desintegración sociopolítica del capitalismo. Sus principales obras son: Teoría del desenvolvimiento económico (1912), Los ciclos económicos (1939), Capitalismo, socialismo y democracia (1942). Además estudia la teoría del "espíritu emprendedor" (entrepreneurship), derivada de los empresarios, que crean innovaciones técnicas y financieras en un medio competitivo en el que deben asumir continuos riesgos y beneficios que no siempre se mantienen. Todos estos elementos intervienen en el crecimiento económico irregular.

Referencias:

- Babson College (2000). Center For Entrepreneurial Studies.
- Bygrave, W. D. (1994). *The Portable MBA in Entrepreneurship*. New York: Wiley.
- Dehter, M. (2001), *Intrapreneurship*. Buenos Aires. www.justoahora.com/articulos/rtintra.htm
- Diez Gutiérrez E. (2014). La cultura del emprendimiento educar en el capitalismo. *Cuadernos de Pedagogía*, 445, págs. 50-53. Accesible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?>
- Drucker, P. (1998). *Su visión sobre La Administración, la Organización Basada en la Información, la Economía y la Sociedad*. Bogotá: Editora Norma.
- Galindo, R. & Echavarría, M.V. (2011). Diagnóstico de la cultura emprendedora en la Escuela de Ingeniería de Antioquia. *Revista EIA*, 15, p. 85-94.
- González, J.A. (2015). Hacia una cultura de emprendimiento productivo en comunidad. *Revista Científica Guillermo de Ockham*, Accesible en:

<http://190.242.114.10/usb/index.php/GuillermoOckham/article>

- Hidalgo, L. & Castro I. (2009). *La pertinencia de incorporar la cultura del emprendimiento en la formación de los Abogados de la carrera de Derecho de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil*. Tesis de Maestría. UCSG. Guayaquil, Ecuador.
- Mantis, H. & Masahiko, I. (2002). *Empresarialidad en economías emergentes: creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*. BID.
- Salman, W. & Stevenson, H. (1989). *The Entrepreneurial*. Texas: Baylor University. Waco.
- Stevenson, H. & Gumpert, D. (1985). *The Heart of Entrepreneurship*. Boston: Harvard Business Review.
- Timmons, J., Zacharakis, A. & Spinelli S. (2004). *Business Plans That Work*. New York: Mc Graw Hill.
- Varela, R. (2004). *La educación, la universidad y la cultura empresarial en América Latina: la experiencia de la Universidad ICESI*. <http://www.iadb.org/sds/doc/conf.6.24.04.varela.pdf>