



UD: La iniciativa emprendedora

- I.- Innovación y desarrollo económico.
 - II.- ¿Qué es la cultura emprendedora?
 - III.- La figura del emprendedor/a.
 - III.1.- Factores claves de l@s emprendedor@s. Iniciativa, creatividad y formación.
 - III.2.- La actuación de l@s emprendedor@s.
 - III.2.a.- La actuación de l@s emprendedor@s como empleados/as de una pyme.
 - III.2.b.- La actuación de l@s emprendedor@s como empresarios/as de una pyme.
 - III.2.c.- Otras formas de emprender.
 - IV.- El empresario/a.
 - IV.1.- Teorías del empresario/a.
 - IV.2.- Actitudes necesarias para desarrollar la actividad empresarial.
 - IV.3.- Requisitos para el ejercicio de la actividad empresarial.
- Bibliografía/Webgrafía.



Introducción.

¿Te suenan términos como *emprendimiento*, *innovación* o *soft skills*? ¿Te has preguntado alguna vez qué hay que hacer para *montar* un negocio? ¿Tienes claro si quieres ejercer un rol de persona trabajadora por cuenta ajena o por cuenta propia? A riesgo de parecer ahora mismo una cuña publicitaria... ¡sí estás en el módulo correcto! 😊 Vamos a comenzar a perfilar estos conceptos, ideas, competencias, destrezas... en esta primera Unidad Didáctica ¡Empezamos!

I.- Innovación y desarrollo económico.

El concepto de innovación ha sido definido por multitud de autores y organismos, en términos generales, se define innovación como "la **creación** y **modificación** de un producto y su **introducción** en el mercado". Más técnicamente, la innovación se define como "la **transformación de una idea en un producto vendible, nuevo o mejorado, en un proceso operativo en la industria y en el comercio o en un nuevo método de servicio social**" (*Frascati*). Por su parte, la *Fundación COTEC* define innovación como "el **arte** de convertir las ideas y el conocimiento en productos, procesos o servicios nuevos o mejorados que el mercado valore".

Como comenta *Javier Monzón de Cáceres* en su artículo publicado por la Fundación Cajamar, frente a la mera invención, que da origen a nuevos productos y procesos, la



innovación requiere además la **COMERCIALIZACIÓN**; de modo que la medición del éxito de la innovación debe realizarse a partir su éxito en el mercado. Así, la empresa realmente eficaz en la gestión de la innovación es la que obtiene una ventaja competitiva, no la primera que desarrolla la idea y, ni siquiera aquella que comercializa la oferta en primer lugar. Curioso matiz, ¿verdad? 😊

En conclusión, la innovación se puede considerar como la **aplicación comercial** de una idea de forma que se originen productos, procesos o servicios nuevos o mejorados, permitiendo generar beneficios empresariales. Tan vital como la innovación, es la difusión y comercialización que permiten dar utilidad a la idea generada.

Según las *Cámaras de Comercio*, los diferentes tipos existentes de innovación se pueden analizar desde tres enfoques distintos:

⇒ Según el GRADO de la innovación:

- Innovación **incremental**: pequeños cambios dirigidos a aumentar la funcionalidad y prestación del producto o servicios, sin modificar sustancialmente la utilidad del mismo.
- Innovación **radical**: supone una ruptura con lo anteriormente establecido, siendo innovaciones que dan lugar a nuevos productos, diseños, tecnologías, usos o formas organizativas, que no son resultado de una evolución natural de los ya existentes.

⇒ Según la NATURALEZA de la innovación:

- Innovación **tecnológica**: cuando la propia tecnología sirve como medio para introducir un cambio en la empresa, mediante la aplicación industrial del conocimiento científico o tecnológico.
- Innovación **comercial**: variación de cualquiera de las variables del marketing que influyen en el lanzamiento de un nuevo producto o servicio.
- Innovación **organizativa**: cambios orientados hacia la organización bajo la cual se desarrolla la actividad productiva y comercial de la empresa, posibilitando un mayor acceso al conocimiento y un mejor aprovechamiento de los recursos materiales y financieros.

⇒ Según la APLICACIÓN de la innovación:

- Innovación de **producto o servicio**: nuevo bien o servicio o uno sensiblemente mejorado respecto a sus características básicas, especificaciones técnicas y otros componentes intangibles, finalidades deseadas o prestaciones.
- Innovación en **proceso**: redefinición de los procesos productivos o en la aplicación de una tecnología de producción nueva o sensiblemente mejorada, con el fin de aumentar el valor del producto final. Se trata de una nueva manera de hacer las cosas en la producción y/o en la distribución. El resultado debe ser significativo y podría afectar a la cadena de valor.



El análisis económico incide reiteradamente en mostrar cómo la innovación es un factor clave en el rendimiento obtenido del trabajo (la productividad), en el crecimiento de nuestra economía (riqueza generada) y en el bienestar que resulta de dicho crecimiento. Fíjate en este dato: de acuerdo con la OCDE, un incremento del 0,1% en el gasto destinado a innovar se traduce en un incremento del 1,2% de la renta por habitante. Por eso la innovación constituye en la actualidad una prioridad para todos los estados miembros de la Unión Europea, y se está convirtiendo cada vez más en un fenómeno económico y social, y no sólo tecnológico. (*Javier Monzón de Cáceres*). Y por eso, lo estamos analizando aquí y ahora mismo en el módulo de Empresa e Iniciativa Emprendedora.

II.- ¿Qué es la cultura emprendedora?

El término cultura emprendedora nos aparece *hasta en la sopa*, ¿no te parece?, pero, ¿qué es exactamente? Siguiendo a *Luis Fernando Hidalgo Proaño*, podemos afirmar que la cultura emprendedora es el **entorno cultural que favorece el desarrollo de proyectos emprendedores**, entendidos como procesos de fundación de actividades, proyectos, empresas lucrativas o no, de índole económica, social, política, etc.

Las crisis económicas que ha vivido (y está viviendo en la actualidad debido a la pandemia de COVID-19) nuestra economía y las economías de nuestro entorno 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 emprendedor@s** que sean capaces de identificar oportunidades, analizar recursos y evaluar ideas para implementar proyectos que se concreten en nuevos negocios; e innovar o reinventar negocios existentes. Este es, entre otros, uno de los motivos por los que estás cursando el módulo de Empresa e Iniciativa Emprendedora.

Se destaca la necesidad de fortalecer los valores de la cultura emprendedora y la formación de profesionales con características emprendedoras que puedan destacarse en sus sectores productivos.

La formación de personas emprendedoras nació en Estados Unidos a mediados de la década de los sesenta, debido a la urgente necesidad de formar profesionales con habilidades y destrezas para la creación y gestión 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 surgieron emprendedores/as que impulsaron nuevas actividades económicas, entre los



que pueden destacarse personajes que se han hecho famosos como *Bill Gates* (Microsoft) o *Steve Jobs* (Apple Computer).



Si eres aún, de las pocas personas que aún no conoce el famoso discurso de Steve Jobs en la Universidad de Stanford, te animo a que “cliques” en el enlace, no te dejará indiferente: https://youtu.be/HHkJEz_HdTg

Para el 2004 (es decir, hace ya un *montón* de años...), aproximadamente el 60% de los programas de las universidades de Estados Unidos ya contaban con materias referentes a la creación de emprendedor@s. En España tampoco nos hemos quedado atrás, en Formación Profesional, por ejemplo, todos los ciclos han tenido formación emprendedora y/o empresarial ya desde 1990. De hecho, 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 emprendedor@s 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”.

Como ya hemos dicho antes, estas son algunas de las razones por las que en los ciclos formativos se estudia el módulo de Empresa e Iniciativa Emprendedora. La incorporación de este módulo a tus estudios es un ejemplo claro de cómo las administraciones diseñan estrategias en diferentes ámbitos (no sólo económico y/o social) para fomentar la cultura emprendedora en su población estudiantil, futuros trabajador@s y generador@s de empleo.

III.- La figura del emprendedor/a

Señala *Alicia Rodríguez Márquez* (subdirectora del Máster Universitario en Iniciativa Emprendedora y Creación de Empresas de la Universidad Carlos III de Madrid) que “el crecimiento económico y el empleo de un país dependen de sus empresas y, por tanto, en última instancia, de los emprendedores que las crean. Ellos son básicos para la economía y el bienestar de un país; ya que, no sólo dan trabajo y riqueza, sino que con su iniciativa y esfuerzo satisfacen de forma cada vez mejor las necesidades, crecientes, de una sociedad desarrollada.

Empresarios ha habido siempre; lo que ha cambiado es cómo los considera la sociedad española. Donde no hace tanto se tenía de ellos un concepto peyorativo, cargado de prejuicios, ahora se trata de promover la actividad empresarial por todos los medios, tanto patrocinando la instalación de nuevas empresas como pretendiendo fomentar el



espíritu emprendedor. El objetivo es claro: desarrollar iniciativas emprendedoras; aunque ésta no es una actividad fácil.”

Alicia Rodríguez Márquez (subdirectora del Máster Universitario en Iniciativa Emprendedora y Creación de Empresas de la Universidad Carlos III de Madrid) continúa afirmando que, “la iniciativa emprendedora surge con la identificación de una posible oportunidad y la forma de explotarla, esto es, la idea de negocio. Ambos son conceptos nucleares en el proceso emprendedor. Comprender la relación entre oportunidad e idea de negocio y la diferencia entre ambas no es una cuestión baladí.



Es muy común que el emprendedor inicie su andadura con su idea de negocio, olvidándose por completo de que tendría que haberse preocupado primero de si dicha idea está basada en una oportunidad de negocio. La idea en sí misma no es lo importante, diariamente surgen cientos de ideas de negocio, pero es obvio que no se desarrollan tantos negocios como ideas surgen, probablemente porque no responden a ninguna oportunidad real.

Así, cuando, tras explicar su idea de negocio se le plantean al emprendedor cuestiones relativas a la oportunidad como, por ejemplo: ¿existen evidencias reales de la necesidad que trata de satisfacer?, ¿cuál es el tamaño del mercado?, ¿cuáles son los futuros compradores del producto o servicio?, ¿cómo es la competencia?, etc., no es raro que la idea deje de ser tan atractiva como se planteaba inicialmente.”

III.1.- FACTORES CLAVES DE LOS EMPRENDEDOR@S. INICIATIVA, CREATIVIDAD Y FORMACIÓN.

Podríamos enumerar numerosos factores importantes que deben tener los emprendedores/as de éxito: responsabilidad, asunción de riesgos, capacidad de organización y gestión, facilidad para la resolución de conflictos, inteligencia emocional, capacidad de observación, perseverancia, liderazgo, etc. Pero, de todas ellas, ahora nos vamos a centrar en tres: la iniciativa, la creatividad y la formación. Vamos a analizarlas un poco más detalladamente:

LA INICIATIVA.

La iniciativa se refiere a:

- 1º) **IDENTIFICAR** un problema, obstáculo u oportunidad.
- 2º) Llevar a cabo acciones para dar **RESPUESTA** a ellos.



Así pues, la iniciativa es la disposición a actuar de forma **PROACTIVA** y no sólo limitarse a pensar en lo que hay que hacer en el futuro.



La Comisión de las Comunidades Europeas, en el Libro Verde “*El espíritu empresarial en Europa*” (2003), define la iniciativa emprendedora como una forma de pensar o una mentalidad que incluye la motivación y la capacidad del individuo, bien sea de forma independiente o dentro de una organización, para identificar una oportunidad y luchar por ella, y así producir nuevo valor económico y/o social. La iniciativa emprendedora incluye la propensión a inducir cambios en uno mismo, la capacidad de aceptar y apoyar la innovación provocada por factores externos, de dar la bienvenida al cambio, de asumir la responsabilidad por las propias acciones (sean positivas o negativas), de terminar lo que se empieza, de saber en qué dirección se está yendo, de establecer objetivos y cumplirlos, y de tener la motivación necesaria para el éxito (Comisión Europea, 2004).

LA CREATIVIDAD.

La creatividad es la **capacidad para crear**. Consiste en ser capaz de desarrollar nuevos métodos en lugar de emplear los establecidos. El proceso creativo no es un proceso fácil; tampoco es un proceso lineal, es un proceso enormemente interactivo.

La creatividad **se aprende y se trabaja**, de modo que no es un “don” reservado para unos pocos. Es más, la creatividad es un concepto subjetivo y, por lo tanto, es difícil de medir.

“La creatividad es pensar en ideas nuevas y apropiadas, mientras que la innovación es la aplicación con éxito de las ideas dentro de una organización. En otras palabras, la creatividad es el concepto y la innovación es el proceso “. *William Coyne*.

La creatividad es acerca de las ideas. Se trata de nuevas formas de ver las cosas. La innovación es acerca de hacer las cosas. Se trata de la aplicación comercial. Por tanto, una idea sólo es verdaderamente innovadora si se introduce en un mercado y sobrevive. La prueba es el tiempo en el mercado o, más precisamente, la repetición de lealtad de un usuario.



Y tú, ¿eres una persona creativa? Aquí tienes una reflexión interesante respecto a ella. Toma nota, porque en este curso vamos a trabajar con la creatividad a tope... 😊: <https://youtu.be/kIWu5KxEGVs>

LA FORMACIÓN.

Generalmente el emprendedor/a que tiene intención de desarrollar su iniciativa emprendedora puede conocer muy bien su idea de negocio, pero quizás no “controle” tanto de gestión empresarial, lo más seguro es que no tenga idea sobre cómo es el día a día de una empresa. Por eso, antes de emprender, se recomienda que obtenga toda la información y formación necesaria para generar un plan de negocio para la empresa.



Para ello, se deben tener unos conocimientos, competencias y destrezas que son las que vamos a trabajar en el módulo de Empresa e Iniciativa Emprendedora.

III.2.- LA ACTUACIÓN DE L@S EMPRENDEDOR@S.

III.2.a.- LA ACTUACIÓN DE L@S EMPRENDEDOR@S COMO EMPLEADOS/AS DE UNA PYME.

En los últimos años se está asociando la idea del emprendedor/a a la de los empresari@s que ponen en marcha su negocio, pero... **¿sólo es emprendor/a el que tiene una empresa?** Evidentemente la respuesta es **NO**.

La figura de las personas emprendedoras como personas empleadas de una pyme se conocen como “**INTRAEMPRENDEDORAS**”.

M^a Jesús Nieto (directora del Máster Universitario en Iniciativa Emprendedora y Creación de Empresas de la Universidad Carlos III de Madrid) señala que, “el intraemprendedor es un sujeto con gran **iniciativa**, que desarrolla sus ideas dentro de una organización o empresa ya existente. Eso supone en muchas ocasiones, lanzar nuevos productos, ampliar los mercados o la base de clientes, regenerar la compañía, etc.

En muchos casos, esa persona con espíritu emprendedor prefiere trabajar por cuenta ajena, antes que crear una nueva empresa. En una compañía en funcionamiento puede tener acceso a recursos financieros, tecnológicos, reputacionales y humanos, difíciles de alcanzar en su andadura en solitario. Los riesgos que se asumen y la compensación no serán los mismos, pero la aventura requiere de un espíritu y unos conocimientos similares.

¿Funcionan los intraemprendedores en cualquier contexto? No todas las empresas manejan bien el proceso del “intraemprendimiento”, ya que deben existir unas condiciones internas que permitan actuar al emprendedor y aprovechar ese beneficio colectivo que es capaz de generar. Una empresa explotará el talento de un intraemprendedor si crea un ecosistema capaz de promover la cultura emprendedora. Ello requiere, entre otras cosas, gestionar bien acciones y actividades, delegar, democratizar el proceso de toma de decisiones, promover la confianza en la organización y en uno mismo, favorecer la comunicación y desarrollar incentivos apropiados.

Los ejemplos clásicos de empresas que fomentan la innovación y el desarrollo de proyectos entre sus empleados son 3M y Google. Pero no hace falta irse tan lejos; muchas PYMEs y empresas de reciente creación son ambientes que favorecen el cambio y la innovación. Cualquiera que se integre en una organización puede ser un intraemprendedor, siempre que el entorno sea propicio para el emprendimiento y ofrezca las motivaciones e incentivos adecuados.



El diario *CincoDías* define al intraemprendedor como “aquella persona que forma parte de una empresa y cuya función principal es la generación de ideas, propuestas e iniciativas concretas dentro de esta organización”.

En este sentido, el intraemprendedor trabaja dentro de un negocio y es el responsable de fabricar las ideas que supongan oportunidades de negocio para esta. Así se DIFERENCIA del emprendedor al menos en dos direcciones:

1ª) La primera de ellas es que se trata de un **ASALARIADO**, que no trabaja para su propia organización.

2ª) La segunda, que sus ideas son puestas **A BENEFICIO DE DICHA ORGANIZACIÓN**, no propio.

En lo que respecta a su perfil, el intraemprendedor es una persona creativa, a la vez que audaz, con visión de negocio y, fundamentalmente, comprometida con la empresa. Unos valores por los que los negocios apuestan, especialmente las grandes compañías, pues se convierten en agentes necesarios para que se motive al resto de los trabajadores a remar en la misma dirección.

El intraemprendimiento es una de las “*habilidades blandas*” (soft skills) que demandan las empresas a sus trabajador@s así como a los candidat@s a participar en un proceso de selección de personal. Así que ya sabes, hay que trabajar estas habilidades blandas 😊.

III.2.b.- LA ACTUACIÓN DE L@S EMPRENDEDOR@S COMO EMPRESARIOS/AS DE UNA PYME.

Se denomina emprendedor/a a aquella persona que identifica una oportunidad y organiza los recursos necesarios para cogerla. De hecho, en la etimología de la palabra se encuentra la voz latina *prendere* que significa literalmente coger o tomar. Es habitual emplear este término para designar a una «persona que crea una empresa» o que encuentra una oportunidad de negocio, o a alguien quien empieza un proyecto por su propia iniciativa. Este tipo de emprendedor/a es que se asocia al autoempleo.

¿Qué clases de emprendedores existen? ¿Son todas las personas emprendedoras iguales? Evidentemente, si como personas somos diferentes como emprendedores, también, pero en términos generales podemos señalar los siguientes tipos de personas emprendedoras:

▫ Visionario: el emprendedor/a visionario se adelanta a las tendencias del momento y pone su esfuerzo y negocio en sectores o productos que serán la clave en un futuro.



- Inversionista: el emprendedor/a inversionista busca rentabilizar su dinero con proyectos novedosos. Tienen el papel de un socio capitalista, cuyo riesgo e implicación suele ser de asesoramiento y de aportar capital.
- Especialista: el emprendedor/a especialista suele tener un perfil más técnico. Y aunque empieza un proyecto empresarial, sus conocimientos están muy centrados en el sector donde se centra.
- Persuasivo: el emprendedor/a persuasivo es la punta de la lanza de un proyecto. Quien arrastra y convence. Es una figura que suele liderar más que desarrollar el producto o servicio. Se encarga de mantener la convicción en su equipo.
- Intuitivo: el emprendedor/a intuitivo sabe dónde está el negocio. Y lo sabe porque es un empresario/a nato. Y emprender es parte de su pasión que son los negocios.
- Emprendedor-empresario: este emprendedor/a ya sabe del mundo de la empresa. Nada le es nuevo. El empresario emprendedor asume el riesgo de emprender, pero a diferencia del intuitivo o el visionario, le gusta consolidar los proyectos, más que emprender. Y es que hay diferencias entre el emprendedor y el empresario.
- Emprendedor-oportunista: este emprendedor/a ve la ocasión y se lanza. Sabe detectar las oportunidades de negocio y los pasos que debe seguir. Conoce el mercado, sus claves y las explota.
- Emprendedor-vocacional: emprender por emprender. Todos los perfiles de emprendedores tienen algo de este. Estos emprendedores seguramente cuando consiga posicionar su producto, marca o servicio, se vaya en busca de nuevas aventuras.

III.2.c.- OTRAS FORMAS DE EMPRENDER.

El emprendimiento no se reduce sólo al concepto del intraemprendedor/a o el emprendedor/a empresario que crea su propio empleo (autoempleo). El emprendimiento es un término que va mucho más allá. Analizando otras formas de emprender lo vas a comprender. Fíjate, también se emprende con actuaciones como:

ASOCIACIONISMO.

Las ASOCIACIONES son agrupaciones de personas constituidas para realizar una actividad colectiva de una forma estable, organizadas democráticamente, sin ánimo de lucro e independientes.

Constituir o formar parte de una asociación ya es una forma de emprender *per se* (expresión latina que significa 'por sí mismo' o 'en sí mismo' 😊).



Los empresarios/as o profesional autónomos/as a veces se encuentran bastante solos, siempre centrados en sacar adelante su negocio, lo que concentra todo su esfuerzo y sus energías. Para romper un poco ese aislamiento, establecer nuevos contactos, acceder a servicios especializados y estar representado en ámbitos y foros donde se deciden cuestiones que le afectan, se recomienda que ingresen en alguna asociación de empresarios de su sector, en una intersectorial de autónomos, jóvenes o mujeres o en un Colegio Profesional. Existen multitud de ellas que funcionan muy bien.

Este tipo de asociaciones suelen realizar las siguientes funciones:

- Defensa de los intereses comunes de sus asociados.
- Representación e interlocución ante las administraciones públicas.
- Programas de apoyo para el fomento de la competitividad: nuevas tecnologías, formación, asesoramiento, otros servicios.
- Acceso a condiciones preferentes ante determinados proveedores.
- Fomento de la integración de colectivos desfavorecidos.

COOPERATIVISMO.

L@s autónom@s y pymes generalmente tienen una capacidad limitada de inversión, comercialización, producción y/o investigación (I+D). La cooperación empresarial supone para ellos una gran oportunidad para mejorar su competitividad mediante el establecimiento de una serie de acuerdos o alianzas con otros autónom@s o empresas. Se puede definir como una estrategia de crecimiento empresarial en la que varios autónom@s y empresas comparten sus recursos para realizar proyectos de cierta envergadura que normalmente están fuera de su alcance individual y que sólo pueden alcanzar uniendo sus fuerzas.

La cooperación se materializa, por ejemplo, en la **colaboración y contratos mercantiles**, en el **coworking** (espacios de trabajo colaborativo), en **franquicias** (acuerdo mediante el cual una empresa, el franquiciador, cede a otra empresa, la franquiciada, el derecho a comercializar o fabricar un producto ya acreditado a cambio de determinadas compensaciones económicas), etc.

PARTICIPACIÓN.

Los/as emprendedor@s forman parte de la sociedad, y por ello no son ajenos a ella. Brevemente, podemos señalar varias formas en las que se manifiesta la participación como modo de emprendimiento:

- Empresas denominada de “**emprendimiento social**”. El emprendimiento social es una técnica de negocios que utilizan las empresas, startups, organizaciones con o sin fines de lucro e incluso gobiernos para financiar el desarrollo de soluciones a los problemas sociales, culturales y ambientales.



Los emprendimientos sociales son organizaciones que aplican estrategias de mercado para alcanzar un objetivo social.



Aquí tienes un ejemplo de emprendimiento social, échale un vistazo, de manera muy clara expone, en tan solo 8 minutos, lo que significa el espíritu del emprendimiento social: <https://youtu.be/ULABXe5KoGk>

- Empresas que participan en la sociedad a través, por ejemplo, de **fundaciones** (sociedades u organizaciones cuyos miembros se dedican a obras sociales, culturales o humanitarias sin finalidad lucrativa).
- **Trabajadores/as** que participan de las decisiones de la empresa para la que trabajan.

IV.- El empresari@.

IV.1.- TEORÍAS DEL EMPRESARIO/A.

Encontramos muchas teorías sobre qué es y quién es un empresario/a. Vamos a centrarnos en 5 teorías para hacernos una idea general:

1º) TEORÍA DEL EMPRESARIO/A – RIESGO (*Frank H. Knight, 1921*).

Para Knight, el principal papel del empresario/a es el de poner un dinero soportando el riesgo de la actividad económica de la empresa. El empresario adquiere los factores de producción a un precio cierto (conocido) y tiene que hacer previsiones futuras sobre la demanda que es incierta tanto en la cantidad que podrá vender como en el precio al que lo podrá hacer. Por tanto, el empresario asume un riesgo y el beneficio es la recompensa por asumir riesgo. La aportación fundamental de Knight es la consideración de la **incertidumbre** como elemento esencial de la actividad empresarial.

2º) TEORÍA DEL EMPRESARIO/A INNOVADOR/A (*J.A. Schumpeter, 1944*).

Para *Schumpeter*, el papel del empresario/a es detectar y poner en marcha una nueva oportunidad de negocio, aprovechando una idea o invención todavía no explotada.

El empresario/a es el artífice del proceso de **cambio tecnológico** que genera el desarrollo del sistema capitalista. Este proceso de cambio se produce en 3 fases o etapas:

1º. Invención: creación de nuevos productos o procesos productivos. No es exclusivo del empresario/a, sino de inventores y de la creatividad.



2º. Innovación: aplicación de la invención a usos comerciales o industriales. La innovación es la función principal del empresario/a innovador.

3º. Imitación: realizada por el resto de empresarios que imitan (copian) la innovación. Es realizada por empresarios/as conservadores. Su función es la de favorecer la competencia y que los beneficios extraordinarios del empresario/a innovador desaparezcan.

En definitiva, para *Schumpeter*, el beneficio empresarial es la recompensa que recibe el empresario/a por haber sido capaz de realizar una innovación aplicable al mercado (espíritu emprendedor). El empresario/a no tiene por qué ser la persona que soporte el riesgo, sino que este sería soportado por el propietario/a o por quien financie la empresa. El empresario/a y el propietario/a pueden ser personas diferentes, al contrario de lo que afirmaba *Knight*.

3º) TEORÍA DE LA TECNOESTRUCTURA (*John Kenneth Galbraith, 1967*).

Para *Galbraith*, las grandes empresas actuales son tan complejas que no pueden ser dirigidas por una sola persona, sino que requieren una dirección colegiada que integre profesionales expertos en las distintas áreas (economistas, ingenieros, abogados, etc.). Este grupo dirigente (llamada **tecnestructura**), constituye un nuevo centro de poder dentro de la empresa. El papel del empresario/a lo realizan este equipo de directivos profesionales (y no los accionistas), con lo que surge un conflicto en los objetivos empresariales: los accionistas persiguen la obtención de los mayores beneficios de su inversión, mientras que los directivos tienen unos objetivos más amplios, económicos (crecimiento...), como personales (remuneración, prestigio...).

4º) TEORÍA DE LA OPORTUNIDAD (*Israel Meir Kirzner, 1973*).

Destaca que la esencia del empresario/a es su estado de alerta para descubrir en el mercado nuevas oportunidades, no detectadas hasta entonces. Para *Kirzner*, un empresario/a es el que intuye y aprovecha estas **oportunidades**.

5º) TEORÍAS SOCIOCULTURALES.

Las teorías socioculturales se establecen en la idea de que son las condiciones sociales y culturales las que favorecen o no que aparezcan empresarios/as:

A) **Teoría de la incubadora**. Muchas ideas o proyectos de empresa han sido concebidos en otras empresas, en la que trabajaba como empleado/a el futuro empresario/a.

B) **Teoría de la marginación social**. Según esta teoría, la mayoría de los empresarios/as decidieron crear su empresa para romper con su modo de vida anterior (perder el empleo, dificultad en encontrar trabajo, etc.). Para estas personas inadaptas y/o



marginadas la creación de una empresa es la puerta de salida a la marginalidad en la que se encuentran y un cierto reconocimiento social.

Hoy se considera al empresario/a como un profesional de la dirección (Galbraith), impulsor del progreso económico (Schumpeter), descubridor de nuevas oportunidades (Kizner) y que arriesga su capital o su prestigio si la empresa no obtiene buenos resultados (Knight). Además, la visión estratégica y el liderazgo de recursos humanos aparecen como nuevas claves del empresario moderno.

IV.2.- ACTITUDES NECESARIAS PARA DESARROLLAR LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL.

La actitud del emprendedor/a es su manera de actuar ante las cosas, lo cual es una consecuencia natural de su mentalidad y de su manera de pensar. Sin embargo, en realidad son un conjunto de actitudes que, en muchas ocasiones, necesitan desarrollar para alcanzar el éxito.

Enumeramos algunas de ellas (de algunas de ellas ya hemos tratado):

1. Asunción del riesgo como elemento inevitable de toda actividad emprendedora.
2. La iniciativa.
3. Ser progresista.
4. La actualización permanente.
5. La decisión.
6. La tenacidad.
7. El entusiasmo.
8. La creatividad.
9. La recuperación frente al fracaso.
10. Ser positivo.
11. El dinamismo.
12. Autoconfianza.
13. La inconformidad.
14. La perseverancia.
15. La flexibilidad.
16. La independencia.
17. Ser propositivo.



IV.3.- REQUISITOS PARA EL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL.

Cuando se trata de personas físicas, siguiendo el art. 1 del Código de comercio, el ejercicio de la actividad empresarial en España exige el cumplimiento de una serie de requisitos:

- 1º)** En primer lugar, que tengan **CAPACIDAD LEGAL** para el ejercicio del comercio. En este sentido, debe recordarse que tienen esta capacidad:
- Los/as **mayores de edad**.



- Los/as que tengan **la libre disponibilidad sobre sus propios bienes**, es decir, que no se trate de incapacitados. El Código de Comercio español permite, de forma excepcional, y para tratar de garantizar el principio de conservación de empresas, que los menores de dieciocho años y los mayores de edad incapacitados adquieran la condición de empresario individual si continúan el negocio que hubieren ejercido sus padres o sus causantes siempre que lo realicen a través de sus representantes legales. Si el empresario incurre en alguna causa de incapacidad puede conservar su condición si continúa el ejercicio de su actividad por medio de su representante legal.

2º) En segundo lugar, que la actividad del empresario/a sea **PROFESIONAL**, es decir, una actividad constante o, en palabras del propio Código de comercio, habitual, presumiéndose que la profesionalidad o habitualidad cuando el comerciante anuncie por circulares, periódicos, carteles, rótulos expuestos al público o cualquier otro medio el establecimiento donde realiza sus operaciones mercantiles.

3º) En tercer lugar, que realice el ejercicio de la actividad económico **POR CUENTA PROPIA** y que tal actividad implique una **ORGANIZACIÓN** de los elementos materiales y humanos necesarios para producir los bienes y servicios.

Restricciones al ejercicio de la actividad empresarial.

En algunos casos, personas físicas con plena capacidad de obrar no pueden dedicarse al ejercicio profesional de actividades empresariales. Por regla general, las prohibiciones, incompatibilidades o inhabilitaciones lo son tanto para dedicarse en nombre propio al ejercicio del comercio, como para el desempeño del cargo de administrador de una sociedad.

Prohibiciones.

La prohibición de ejercer profesionalmente una determinada actividad económica recae sobre aquellas personas que están en disposición de generar una competencia ilícita a otros empresarios mercantiles.

Incompatibilidades.

También existen sujetos que son capaces, pero no pueden ejercer el comercio en función de los intereses generales conexos a su profesión para evitar que utilicen su cargo en beneficio propio. La sanción que se le aplicaría en caso de incompatibilidad sería una sanción administrativa. El ámbito de la incompatibilidad puede variar:

Incompatibilidad absoluta: prohibición para toda clase de comercio y en todo el territorio nacional (militares, miembros del Gobierno de la nación y altos cargos de la administración del Estado).

Incompatibilidad relativa: prohibición de ejercer el comercio dentro de los límites de los distritos, provincias o pueblos donde desempeñan sus funciones (magistrados, jueces, fiscales, delegados de Gobierno, gobernadores militares etc.).



Inhabilitación.

Respecto al empresario en situación de insolvencia la Ley no impide, tras la declaración del concurso, la continuación de la actividad empresarial por el deudor. Tan solo se incluye una inhabilitación temporal de cinco a veinte años para administrar bienes propios o ajenos o para representar o administrar a cualquier persona, en caso de concurso culpable. En caso de actuar contrariando la inhabilitación se aplicaría a su actuación, la sanción de nulidad.



Fuentes / Bibliografía / Webgrafía.

Artículo publicado en el núm. 17 de la Colección Mediterráneo Económico: “Innovación y desarrollo económico”.

Coordinador: Joaquín Moya-Angeler Cabrera

ISBN-13: 978-84-937759-5-7 - Edita: Fundación Cajamar

La Cultura del Emprendimiento y su Formación.

Rev. Alternativas UCSG, 2014; 15(1):46-50

ISSN 1390 1915

<https://alternativaemprender.com/>

<https://www.camaracr.org>

<https://cincodias.elpais.com>

<https://www.emprendepyme.net>

<http://descuadrando.com>

<https://infoautonomos.eleconomista.es>

<https://www.entrepreneur.com>