

Hacia una visión integradora del concepto de empresario basado en competencias

Towards an integrated vision of the entrepreneur's concept based on behavioral competencies

Carrasco, Edmary Sinaí
Editorial Entrepreneur
sinaic@elnuevoempreneur.com

RESUMEN

Las organizaciones están en constante cambio y transformaciones producto de la dinámica social, ecológica y sanitaria que se vive. Esto hace que algunos conceptos queden obsoletos o demasiado limitados para responder a las exigencias necesarias que se viven en una economía digital. El propósito del presente artículo es develar y argumentar la importancia de un concepto de empresario con visión integradora basada en competencias. Para este fin se realiza una revisión teórico-documental y se recurre al análisis y el razonamiento lógico, se halla un concepto de empresario fundamentado en 12 competencias necesarias para un desempeño superior del empresario denominado empresario con propósito. Se concluye que el término “propósito” representa la voluntad y la conciencia del empresario por alcanzar un desempeño superior motivado por la búsqueda del equilibrio a lo largo de su existencia y actividad empresarial.

Palabras clave: Emprendedor, empresario, emprendimiento, empresario con propósito

ABSTRACT

The organizations are in constant change and transformations as a result of the social, ecological and health dynamics that are experienced. This makes some concepts obsolete or too limited to respond to the necessary demands that exist in a digital economy. The purpose of this article is to reveal and argue the importance of a concept of entrepreneur with an integrative vision based on competencies. For this purpose, a theoretical-documentary review is carried out and analysis and logical reasoning are used, a concept of an entrepreneur is found based on 12 necessary skills for superior performance called an entrepreneur with purpose. It is concluded that the term "purpose" represents the will and awareness of the entrepreneur to achieve superior performance motivated by the search for balance throughout their business activity.

Keywords: Entrepreneur, businessman, entrepreneurship, entrepreneur with purpose.

INTRODUCCIÓN

Con la llegada de la economía digital reaparece un nuevo concepto de empresario, el empresario digital. Y con esta propuesta se abre el horizonte reflexivo para discutir la conveniencia de un concepto de empresario más integrador dentro de la teoría de las organizaciones. Como se verá más adelante, el concepto de empresario ha sido reformulado en todas las épocas de cambio social trascendentales ocasionando complejidad no solo teórica, sino también a la hora de ejercer la profesión.

La complejidad de la definición del concepto de empresario parte, en primer lugar, de que la figura del empresario se ha abordado desde diferentes perspectivas socio-políticas a lo largo de la historia, donde algunos pensamientos lo idealizan y otros lo estigmatizan. En segundo lugar, la mayor parte de los autores tratan de definirlo de acuerdo a sus características, muchas veces idealistas concebidas más por lo que se desea que llegue a ser que por lo que es. Inclusive muchas veces se busca implementar nuevos vocablos para no utilizar la palabra “empresario” a secas, como si fuera incompleta o incomprendida. En tercer lugar, la timidez que se detecta por parte del mismo empresario a identificarse como tal, principalmente al inicio de su carrera, lo que dificulta la existencia de su profesión (Varela, 2008).

A saber, la palabra complejidad guarda dentro de sus entrañas dificultad para comprender, se trata de una consecuencia de la teoría del caos. El caos es desequilibrio y el desequilibrio lo produce cualquier trastorno de la sociedad. La propia dinámica acelerada de la tecnología, la crisis sanitaria a nivel mundial con el Covid-19, la necesidad de reflexionar acerca del mundo que se quiere y el ritmo acelerado de vida ha ocasionado sistemas complejos. De acuerdo a la teoría del caos los sistemas complejos se generan por vivirse durante un gran tiempo en condiciones distintas al equilibrio y para su defensa inician procesos de auto-organización, que son períodos de inestabilidad y de innovación que resultan en sistemas adaptables y a la vez complejos.

De manera análoga, se podría decir que el concepto de empresario ha pasado por períodos de desequilibrio y auto-organización para poder adaptarse a las nuevas realidades. Y es en esta búsqueda del equilibrio donde han surgido conceptos como el empresario innovador, el empresario social, el empresario digital, el empresario cívico, entre muchas otras propuestas de la literatura. Sin embargo, esta solución aparente es en muchos casos

parcial, incompleta porque hace énfasis en un tipo de comportamiento o en una habilidad, dejando por fuera otras que son necesarias de igual forma para alcanzar el desempeño que se espera.

Por todas las razones anteriores, en este artículo se propone un concepto de empresario integrador basado en competencias.

La temática se irá desarrollando en varias partes: primero, se expone la evolución del concepto de empresario desde las civilizaciones antiguas hasta el presente. Segundo, se presentan los conceptos de empresarios más destacados dentro de la literatura como son empresario innovador, empresario social y empresario digital resaltando sus habilidades y comportamientos plausibles. Tercero, se presenta una propuesta para una visión integradora del concepto de empresario basado en competencias. Y, finalmente, se presentan las conclusiones.

LA EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE EMPRESARIO

Para Schumpeter, Cantillón (1680-1734), fue el primero en utilizar el término “*entrepreneur*” (empresario) definiéndolo como “el agente que compra medios de producción a ciertos precios, para combinarlos en un producto que venderá a un precio incierto en el momento del compromiso de sus costos” (Tantalean, 2022, p.p. 262-287). Schumpeter ya describía en sus obras al empresario como la cuarta clase social después de la alcurnia eclesiástica o monárquica, los magnates territoriales y los señores feudales. De acuerdo al autor la empresa surge en un principio con objetivos más bien comerciales y financieros, después minera y finalmente industrial. Esta fue la ruta en que el hombre ascendió de estrato social alcanzando prestigio por medio de los negocios desarrollándose la llamada **clase burguesa**. Para este autor, las empresas que manejaban los burgueses atesoraban sus tradiciones de antaño en la que conservaban paquetes de acciones en propiedad familiar para asegurar la dirección de las sociedades (Tantalean, 2022, p.p. 262-287).

Cabe señalar que el basamento primario de empresa en aquella época era netamente familiar y su fragilidad institucional estaba afectada por factores de descomposición familiar. Por este motivo, el debilitamiento de la desintegración de las familias burguesas e intelectuales afectaba directamente la administración de las empresas. La concepción de empresa familiar que predominaba en aquella época tenía su origen en la concepción

económica de la cultura griega que hacía énfasis en la *oikonomía* (D’Orazio y Romero, 2019, p.p. 435-452). En su léxico esta palabra significa la mera administración de la casa, un concepto que conectaba la economía con la disciplina de la casa y la familia, mediante la dirección de la razón y la prudencia. Es por esto que los agentes principales del proceso económico de la época que transcurrió desde 1593 hasta 1629 eran las empresas y las economías familiares.

Este punto lo resume muy bien Zícarí (2021), en su trabajo filosófico donde expone que “la familia es el punto de partida de la economía campesina del mundo antiguo”. En su trabajo devela que las personas que habitaban un hogar en aquella época estaban estrechamente relacionadas con la administración del oiko, por lo que las relaciones humanas de la casa eran muy importantes. Las actividades de aquella época estaban reducidas al campo del derecho de la familia, la producción y los bienes. De este modo, el oikos griego, además de ser la casa familiar o unidad doméstica mínima era también una unidad productiva, que funcionaba como hacienda o plantación, además de ser la fuente de sustento de todo el grupo. Las funciones de los miembros familiares estaban bien delimitadas, la función del hombre era adquirir e invertir y la de la mujer guardar y administrar los bienes internamente.

Cuando la administración de una casa estaba bien hecha el fundo se hacía más grande, así se adquiría o invertía en más posesiones, aunque también aumentaba la complejidad de las cosas para administrar. En otras palabras, las principales funciones que estaban presentes en los inicios empresariales familiares eran la de invertir y administrar.

Según Del Rosal (2018), la figura del empresario con sus dos acepciones, la de capitalista y la de gerente, puede hacerlo una sola persona cuando el fundo es pequeño. Una proposición que coincide con el pensamiento de Arthur Cole, historiador económico estadounidense y director de la biblioteca de la Escuela de Negocios de la Universidad de Harvard, al afirmar que la actividad empresarial puede ser ejercida por una o varias personas que tomen la iniciativa. Pero cuanto mayor es el tamaño y la complejidad de una empresa, más razones surgen para la separación de ambas funciones.

Por una parte, porque cuanto mayor sea la cantidad de capital necesario, más personas tendrán que aportarlo y, por lo tanto, mayor será el número de propietarios; y, por

otro lado, porque a mayor complejidad, mayor necesidad de formación y especialización en la gestión.

Esta realidad es lo que ha hecho que, en el capitalismo avanzado, las dos figuras se tornen indispensables y distintas para la creación de empresas, un grupo de poder que Galbraith (1983), lo llamó tecnoestructura. Es este desligamiento de las dos funciones que originalmente tenía un empresario, la inversión y la gerencia, lo que provocó la especialización y el afán de crecimiento.

Por esta razón, la motivación inicial del sustento familiar al crear las empresas se ve desplazado por las exigencias de mantener y hacer crecer la unidad empresarial para un grupo de personas que habían invertido dinero en la empresa. Esta realidad, trajo otra consecuencia no esperada o planificada, comenzaba el fin de la economía familiar como principal forma de empresa y sistema de valor organizacional.

Con el tiempo, las funciones de los empresarios comenzaron a crecer, y así fueron apareciendo diversos autores especialistas del tema que identificaban o proponían nuevas funciones empresariales necesarias para un desempeño exitoso. Por ejemplo, Ely y Hess (1893), identificaron las funciones de planear y organizar las empresas como las funciones indispensables de este nuevo empresario más profesional. En 1964 Peter Druker resalta una de las funciones más importante que tiene un empresario, la maximización de las oportunidades. Para este autor su función básica es determinar qué actividades deben ser realizadas (eficacia), más que el efectuar las actividades bien hechas (eficiencia) que es la labor fundamental de los gerentes. Para Druker reconocer esta diferencia era la clave de un empresario más productivo.

Más tarde, en 1990 Baty plantea la necesidad que tiene un empresario de tener “mente empresarial” como una actitud indispensable del empresario para alcanzar el éxito. Para este autor la mente empresarial puede definirse como la confianza en la intuición, pero también en la racionalidad, debe ser poco compasivo, pero no feroz, debe tener la capacidad de pensar táctica y estratégicamente, tener una actitud que promueva la acción y una capacidad de sintetizar muchos hechos en un plan de acción.

Condensando lo dicho hasta aquí, se puede decir que el inicio de la actividad empresarial se sustentaba en un sistema de valores familiares que buscaba el bienestar de un grupo de personas que dependían del fondo. Sin embargo, a medida que las empresas

crecían, también aumentaban la necesidad de capital y la separación de las funciones empresariales en diversos cargos como el gerente, el inversor, el empresario. Esto trajo como consecuencia un revuelto en la literatura empresarial al tratar de definir al empresario, pues los autores basaban sus argumentos a partir de las funciones que desempeñaba.

EMPRESARIO INNOVADOR, EMPRESARIO SOCIAL, EMPRESARIO DIGITAL: ¿PROPUESTAS LIMITANTES O COMPLEMENTARIAS?

Pasar de la empresa familiar a la empresa de capital abierto y profesionalizada trajo muchas consecuencias, tanto positivas como negativas, a todos los niveles.

A nivel familiar y personal se comenzó a experimentar un acelerado nivel de vida justificado en la búsqueda de bienestar para la familia y para sí mismo. Lo paradójico de esta realidad es que la búsqueda del bienestar familiar, razón que da origen a la economía y la creación de empresas, pasó a un segundo plano, pues cada vez era más común encontrarse en las estadísticas familias disfuncionales. Es decir, familias con un solo padre obligadas a abandonar la administración del hogar a desconocidos, ensayar con nuevos estilos de trabajo como los trabajos de medio turno y más recientemente con el teletrabajo y en muchas parejas se abandona inclusive la idea de procrear en pro de la prosperidad.

A nivel social se hace presente el desequilibrio ecológico, el exceso de consumo y la mala distribución de la riqueza. A lo anterior se le suma que el principio de la revolución industrial estuvo acompañado de grandes injusticias sociales a los trabajadores con un impacto negativo, silencioso y progresivo que ha ido cambiando la estructura y la cultura social más lentamente.

A nivel intelectual se podría decir que hasta 1912 se manejó una figura de empresario más bien negativa como consecuencia tanto de las aportaciones aristotélicas hacia esta figura como de las aportaciones realizadas por Adam Smith (1723-1790), y David Ricardo, fundadores del liberalismo manchesteriano que describían a un empresario netamente capitalista. De allí, surge el punto de partida de Carlos Marx para definir su concepto de empresario como un ser explotador que ha estado presente entre los partidarios de este autor.

Por todo lo anterior, no es de extrañar que la figura del empresario esté tan degradada a muchos y diversos niveles de la sociedad. Sin embargo, a pesar de todo lo

anterior las consecuencias positivas del empresario como agente dinamizador también han sido relevantes. Por eso, numerosos autores como Schumpeter, Walter Eucken y Franz Bóhm, Tyson, Serarols y Veciana, comienzan a buscar un concepto de empresario que resalte dentro de su sistema de valores las virtudes necesarias para el desarrollo equilibrado de una sociedad.

Es así como surgen diferentes conceptos de empresario en distintas épocas, dentro de los más destacados por su relevancia intelectual el empresario innovador, el empresario social y más recientemente el empresario digital, todos ellos cargados de un sistema de valores que idealiza a un tipo de empresario con virtudes.

El empresario innovador

Uno de los aspectos positivos del campo empresarial es indiscutiblemente el desarrollo económico gracias a los procesos de innovación que se viven. De ahí la importancia de las teorías de Joseph Schumpeter al tratar de reivindicar la figura del empresario como el “**empresario innovador**”, una figura necesaria para crear las combinaciones de los factores de producción conducentes a innovaciones y en consecuencia al desarrollo económico (Werhahn, 1990).

El **empresario innovador** se ha utilizado para definir al empresario que sigue un proceso de innovación, definido por Carrasco (2012), como un proceso creativo de aprendizaje social e interactivo entre los actores del entorno donde las empresas toman las decisiones de inversión y localización. La idea de esta autora es fusionar las habilidades creativas que normalmente tiene un emprendedor a las habilidades empresariales como había sido en sus orígenes.

En efecto, la palabra original “empresario” fue descrita como una persona emprendedora, así puede observarse en el diccionario francés titulado *Dictionnaire Universel de Commerce* compilado por Jacques Des Bruslons y publicado en 1723. Para muchos el primer libro donde aparece definida la palabra empresario y de la que se derivan las traducciones a otros idiomas como el inglés o el español. Allí aparece la palabra “entrepreneur” definida de la siguiente manera:

“Entrepreneur: celui qui entreprend un ouvrage. On dit: un entrepreneur de manufacture, un entrepreneur de batiment; pour dire un manufacturier, un maitre maison”.

Su traducción es la siguiente: “es aquel que emprende una obra. Se dice empresario de manufacturas, empresario de construcción, por decir un fabricante, un maestro de obra”.

Como puede observarse, el concepto original de empresario relacionaba al empresario con un hombre que emprendía un oficio. Es importante recordar que para esta época el empresario tenía la función de pensar o idear un oficio para emprenderlo él mismo, es decir, también era emprendedor. Sin embargo, hay dos hechos importantes que valen la pena resaltar en este punto, posibles razones que determinan la confusión entre las palabras emprendedor y empresario.

Por un lado, la profesionalización de la actividad empresarial determinó ambas funciones en distintas personas. Pues, con el tiempo se hizo común contratar emprendedores, mientras otra persona de mayor recurso económico invertía en las ideas presentadas. Por el otro lado, la traducción de “entrepreneur” al inglés, no hace distinción entre emprendedor y empresario, ocasionado dificultad de interpretación en otros idiomas como el español, debido posiblemente a que el idioma inglés por idiosincrasia economiza el uso de las palabras.

Sin embargo, el estudio teórico realizado por Bucardo, Saavedra y Camarena (2015), concluye que emprendedor y empresario no son lo mismo, aunque se utilice muchas veces ambos términos como sinónimos. Para estos investigadores el emprendedor es quien utiliza el ingenio, la audacia, el entusiasmo, la ilusión y la insatisfacción laboral para realizar un cambio a través de la innovación de las ideas, los productos o los procesos, sin que esto implique necesariamente su participación en la creación o dirección de las empresas. Por otra parte, el empresario es quien invierte en la empresa capital propio o ajeno y la dirige con la finalidad de obtener un rendimiento.

De acuerdo a esta perspectiva un empleado puede ser emprendedor, pero no puede llamarse empresario si no toma la decisión de implementar su idea creando la empresa. Es decir, aunque una misma figura puede ser emprendedor primero y luego empresario, no necesariamente siempre es así. En pocas palabras, el emprendedor está comprometido con la revolución de las ideas y el cambio, mientras que el empresario está comprometido con asumir el riesgo para llevar a cabo dicho cambio.

De igual manera al revisar los conceptos de emprendedor y empresario que se encuentran en la RAE, se observa lo siguiente:

Emprendedor: Que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras.

Emprender: Acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierra una dificultad o peligro.

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

Al momento de analizar los conceptos de la RAE se puede observar una diferencia en ambos conceptos. El empresario se define por ser titular de algún tipo de negocio, pero no hay una característica en particular que defina a ese negocio, en otras palabras, puede ser innovador o no, artesanal o no, grande o unipersonal. De igual forma, un emprendedor es una persona que acomete acciones que encierran cierta dificultad y puede generar empresas innovadoras, esta última de manera optativa. Para ambos casos la creación de empresas innovadoras es una opción que se puede tomar o no de acuerdo a los valores del emprendedor y/o empresario.

De allí que el empresario emprendedor y el empresario innovador sea más bien una propuesta optativa de un tipo de empresario que integre ambas funciones en una sola persona, conveniente este último de acuerdo a algunos autores como Schumpeter y Carrasco para dinamizar sociedades innovadoras.

Sintetizando, el empresario innovador es un tipo de empresario creativo, que, además, se compromete con sus ideas, invierte en ellas y consigue éxito en llevarlas a cabo; fusionando la figura del emprendedor y la del empresario en una sola persona. Carrasco (2012), en su trabajo acerca de la innovación propone un sistema de valores para lograr un empresario innovador exitoso caracterizado por valores emprendedores, valores de aprendizaje continuo, actitud para asumir riesgos y valores relacionales y de comunicación. Para que esto ocurra se necesita que el emprendedor tenga energía, fuerza, coraje y dedicación para llevar a cabo planes de acciones articulados con su propósito empresarial y hacer realidad las ideas, propuestas, oportunidades y proyectos empresariales.

El empresario social

La figura de empresario estuvo desde sus inicios relacionada con iniciativas privadas, primero con familias que buscaban mejorar económicamente dentro de la sociedad y, más tarde, grandes empresas que acumulaban utilidades para sus accionistas y sus negocios. Estas iniciativas encontraban un gran caldo de cultivo en economías de

mercado, donde podía observarse su desarrollo y rápido crecimiento. Sin embargo, en las economías planificadas el concepto empresarial, tal y como estaba planteado, no resultaba aplicable.

Por eso, fue necesario la sucesión de varios acontecimientos para crear un cuerpo teórico que pudiera dar nacimiento a un tipo de empresario más social. Algunos de estos acontecimientos fueron la Segunda Guerra Mundial, la necesidad de echar una nación moribunda hacia adelante como la Alemania postguerra, y el aporte teórico y filosófico de diversas escuelas de economía.

Alemania fue una de las naciones más afectadas luego de la Primera Guerra Mundial que con la implementación de medidas económicas proteccionistas desataría una hiperinflación y un desempleo masivo. Más tarde, con la Segunda Guerra Mundial en 1945, quedaría devastada por la guerra y solo un milagro económico podía sacarla de aquella situación. El milagro económico llegó con Karl Schiller, seguidor de Ludwig Erhard al., señala la necesidad de adoptar un enfoque proteccionista combinado con reformas liberales. Se estaba dando inicio a un nuevo tipo de economía llamada Economía Social de Mercado y con ésta un nuevo tipo de empresario, el empresario social.

En efecto, Walter Eucken y Franz Bóhm, desde la Escuela de Friburgo en Alemania, proporcionaron contribuciones importantes al desarrollo de empresas y a la figura del empresario que se necesitaba para tal situación de la postguerra. Estos autores reconocieron que el mercado, en tanto sistema de conducción era importante, aunque no podía quedar librado a sí mismo, sino que, para ser socialmente soportable, necesitaba condiciones marco acordes con el sistema.

A saber, la **economía social de mercado** es una mezcla entre la economía de mercado y la economía planificada que fue promovida por el primer ministro de Economía de la República Federal de Alemania luego de la Segunda Guerra Mundial, llamado Ludwig Erhard entre 1963 y 1966. Las personas que apoyaron estas nuevas medidas estaban convencidas de que, a la larga, las reglas del mercado sólo funcionan si pueden apoyarse en un consenso moral básico. Autores como Müller-Armack definió a la economía social de mercado como aquella economía que funciona de acuerdo con las reglas de la economía de mercado, complementadas con garantías sociales. Y es dentro de este marco ético sobre el que se comienza las primeras propuestas del empresario social.

Así en la Alemania postguerra se le comienza a dar apoyo a personas que se mantenían en el mercado negro, con la idea de incorporar su característica creativa para la supervivencia en fuerzas innovadoras para el desarrollo. Surgía en aquel escenario **un nuevo empresario** al que se le respetaba su individualidad y se le invitaba a luchar por una causa común basado en lo social. Es en este contexto que surge el llamado “milagro económico alemán”, con estructuras económicas básicas tales como, el derecho de propiedad sobre los medios de producción por parte de los empresarios y, la disposición de estos para asumir los riesgos propios de su actividad. Esta necesidad de llevar a la práctica la profesionalización de los empresarios a otros niveles más políticos y sociales hace que reaparezcan nuevas propuestas de conceptos empresariales con mayor sensibilidad hacia su entorno.

Diversos autores comenzaron a interesarse por este nuevo tipo de empresario, por ejemplo, Tyson (2004), citado por Varela (2008), define al **empresario social** como aquel que está motivado a levantar una organización con misión social, con una gran capacidad de encontrar formas innovadoras de resolver problemas sociales que no han sido atendidos adecuadamente por el sector público. Otro autor que ha querido resaltar esta figura y ponerla en práctica con sus propios modelos de negocio ha sido el premio Nobel de la Paz Muhammad Yunus (2010), quien define al empresario social como la persona comprometida en crear una compañía con el **propósito de ponerle fin a un problema social**.

El empresario digital

El uso de internet es probablemente el mayor descubrimiento de los últimos años y la forma de poner al límite la tecnología actual surgiendo la llamada economía digital. La **economía digital** es una rama de la economía que estudia el costo marginal nulo de bienes intangibles vía internet. En otras palabras, se refiere a una economía con estrategias basadas en la internet y las TIC, también conocida como la **Nueva Economía** (Chuya., Condo., Uriguen., León., 2021), que surge gracias a la llegada de las computadoras a los hogares y la democratización del internet en 1990.

El impulso de esta economía venía creciendo en los últimos años según Santos-Assán., Díaz-Pompa., Cruz-Aguilera., Balseira-Sanamé y Serrano-Leyva (2021), con un

potencial para cambiar la competitividad de las industrias en el mundo y su posición en la cadena global de valor. Pero realmente fue la pandemia del Covid-19 la que aceleró su crecimiento al despertar la atención de las organizaciones tradicionales.

Gracias a la digitalización de las empresas tradicionales, éstas lograron reducir gastos y costos en las transacciones con la oportunidad de no parar las ventas a pesar del confinamiento. Pero los innovadores de esta época utilizan el internet no solo como una vía de comunicación o de transacción, sino también como herramienta creadora de productos y servicios digitales más inmediatos y económicos. Es así como están surgiendo nuevos estilos de trabajo como el teletrabajo, la creación de infoproductos, el desarrollo de influencers y las formas más recientes de nómadas digitales.

En otras palabras, se están creando nuevas empresas desconocidas hasta este momento, dando origen a un nuevo tipo de empresario catalogado por Serarols & Veciana (2003), como **empresario digital**, un tipo de empresario que utiliza puramente el medio digital para hacer empresas.

En efecto, para autores como Li, Kim, Lang, Kauffman & Naldi (2020), en la economía digital aparecen dos partes relacionadas y de gran potencial. Por un lado, la industria puramente digital como el corazón de esta economía y, por el otro, la digitalización de la industria tradicional como su extensión.

En todo caso, este nuevo empresario digital se trata de un empresario que hace uso intensivo del conocimiento. De hecho, de acuerdo a Bedoya., Behaine., Severiche., Marrugo y Castro (2018), lo más importante de esta apertura a lo digital ha sido la capacidad creativa de este nuevo empresario para desarrollar productos y servicios a partir del conocimiento que pueden ser vendidos para satisfacer necesidades individuales o colectivas.

Es por eso que la gestión del conocimiento ha pasado a ser una habilidad necesaria para tener una diferencia competitiva en esta nueva era. Esta habilidad considerada el enfoque gerencial del futuro por Pérez y Castañeda (2009), está definida como el proceso que permite adquirir, utilizar y mejorar los conocimientos necesarios para la organización, creando un ambiente que permita compartirlos y transferirlos entre los trabajadores, para que los utilicen en vez de volver a descubrirlos.

Ya es sabido que desde el punto de vista organizacional el conocimiento es la base generadora de las ventajas competitivas de las empresas industriales, reconocido como el impulsor de la economía post-industrial. Pero lo nuevo de esta época es la revolución de los sectores puramente digitales que han permitido crear un empresario activador de la economía que no requiere tanta inversión, que busca un estilo de vida en donde pueda equilibrar trabajo y familia y sin fronteras para desarrollarse.

Las empresas nativas digitales son variadas y van desde aquellas que requieren de alta tecnología hasta aquellas creadoras de grandes comunidades de cambio. Estas comunidades se forman alrededor de personas que buscan soluciones distintas a los problemas de siempre y que participan interesados de manera voluntaria. Si estas soluciones realmente pueden escalarse a un gran número de personas, entonces, el miembro principal de la comunidad invierte capital, propio o ajeno, para dirigir una nueva organización que le posibilite utilizar el conocimiento acumulado con la finalidad de obtener un rendimiento económico.

Dentro de este grupo de empresarios se consiguen profesionales que utilizan la sistematización de su experiencia de vida para transformar la de otras personas creando un sistema de negocio. Estas personas en apariencia no siempre son expertas profesionales, aunque lo consiguen con el tiempo y la práctica, pero ejercen una gran influencia en su comunidad, tampoco manejan altas tecnologías, pero son capaces de crear, transformar y aporta valor a una comunidad que se alimenta de sus propias experiencias de vida. Su gran ingenio está en el poder de crear solución a grandes masas con métodos y procesos innovadores.

La diferencia entre un empresario nativo digital y otro que no lo es, está en su propia capacidad de creación, entendimiento, productividad, desarrollo personal y transformación real de la realidad donde desea impactar. Su principal activo es su cerebro y su fortaleza su autoconocimiento. Tapscott y Osorio (1997), en su ensayo sobre Economía Digital ya hablaban de productos inteligentes que cambiarían la forma de crear activos con valor debido a la capacidad mental, y no la física como se observaba en los inicios de la era industrial.

El conocimiento que van creando estos nuevos empresarios es subjetivo, el cual validan a partir de los resultados. Ellos crean comunidades inspiradoras, trabajan con

recursos propios y con recursos de su comunidad para construir herramientas, crear eventos. Tienen la energía necesaria para poner en marcha sus ideas, pues muchas veces ha sido víctima de la propia situación que intentan transformar. Y sin proponérselo contribuyen igualmente a la construcción del conocimiento con teorías prácticas constituidas por reglas, no por leyes, haciendo uso de la metodología cualitativa y el método de investigación acción.

Resumiendo, el capítulo presentado, se podría decir que las consecuencias positivas del empresario como agente dinamizador del desarrollo justifican su razón de ser. Sin embargo, a pesar de las innegables aportaciones que han hecho diversos autores al concepto de empresario en todas sus épocas, vistos por separado ofrecen un concepto de empresario muy restringido, dado que limitan su análisis a las funciones del empresario o las características y comportamientos que se espera de éste en función de una época, una habilidad o una ideología. No obstante, si estos conceptos se observan de una manera conjunta resultan complementarios e integradores.

En consecuencia, la propuesta que se presenta a continuación intenta mostrar cómo sería un concepto de empresario con visión integradora basado en las competencias resaltadas por los autores más destacados del tema.

PROPUESTA PARA UNA VISIÓN INTEGRADORA DEL CONCEPTO DE EMPRESARIO

Los adjetivos que comúnmente se observan al lado de la palabra “empresario” son un intento de integrar o resaltar alguna competencia conductual o de gestión que se ha dejado por fuera en otras épocas. Por ejemplo, el concepto de empresario innovador, es el ideal de un empresario que se compromete con sus ideas y tiene el coraje de llevarlas a cabo. El empresario social es el ideal del empresario que es productivo y a la vez transformador de su sociedad, se interesa por su ambiente y los problemas sociales de su localidad o sector. El empresario digital es el empresario que desarrolla habilidades digitales para la transformación de sus empresas y para la creación de nuevos activos digitales.

En el cuadro 1 se resume las características más resaltantes del ideal de empresario por todos los autores citados.

Cuadro 1: Principales propuestas empresariales y características resaltadas por los autores en los últimos 400 años

| Autores | Característica resaltada |
|--|--|
| Civilizaciones antiguas (1593-1629) | Empresas familiares, el empresario tiene la función de proteger la familia a través de la inversión y administración de bienes |
| Cantillón (1680-1734) | El empresario es un comerciante que agrega valor |
| Adam Smith y David Ricardo (1723-1790) | Influencia del liberalismo manchesteriano, empresario netamente capitalista |
| Des Bruslons (1723) | El empresario es aquel que emprende un oficio, en su época emprendedor y empresario era lo mismo. |
| Ely y Hess (1893) | El empresario debe tener habilidad e ingenio para planear, organizar y administrar la empresa. Época en que se profesionaliza el ser empresario, comienzan a dividirse funciones de emprendedor, gerente, capitalista. |
| Schumpeter (1954) | El empresario innovador, se manifiesta la necesidad de que sea emprendedor y empresario. |
| Canciller Ludwig Erhard (1963- 1966) | Se propone en la práctica un nuevo tipo de empresario, el empresario social. Derecho a la propiedad de los medios a cambio de asumir riesgos con características muy creativas. |
| Pink, D. (2001). | Se plantea la necesidad de cambiar las formas de trabajar y propone trabajar para uno mismo. |
| Serarols & Veciana (2003). | Aparece el concepto de empresario digital. Nuevas formas de hacer empresa usando internet |
| Newstron (2007). | Plantea la necesidad de la dimensión espiritual en las organizaciones con el fin de crear un propósito empresarial. |
| Carrasco (2012) | Creación de un sistema de valores para proponer un empresario innovador: valores emprendedores, de aprendizaje continuo, actitud para asumir riesgos y valores relacionales y de comunicación. |
| Bedoya., Behaine., Severiche., Marrugo y Castro. (2018). | Empresario digital, capacidad creativa, desarrollo de activos intangibles digitales, gestión del conocimiento. Necesidad del autoconocimiento en la creación de empresas. |
| Li., Kim., Lang., Kauffman & Naldi. (2020). | El empresario digital hace uso intensivo del conocimiento. Habilidad para la gestión del conocimiento. |

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis (2022)

Al no utilizarse un concepto de empresario integrador se construyen cuerpos teóricos incompletos que confunden e impactan negativamente tanto la práctica empresarial como la elaboración de programas de desarrollo empresarial y emprendedor. Una forma de evitarlo es reconociendo la importancia de hacer explícito y tangible **el propósito empresarial y su sistema de valores** a través de comportamientos que puedan catalogarse de desempeño superior. Esto es lo que Alles (2007), denomina **competencias** y que no siempre se toma en cuenta para la planificación empresarial.

Las competencias, de acuerdo a Alles (2007), hacen referencia a características de personalidad, devenidas comportamientos que generan un desempeño exitoso en un puesto de trabajo. Para esta autora los conocimientos no deben verse como competencia, aunque algunos autores lo definan como competencias técnicas. En todo caso, estas competencias técnicas (conocimientos) deben en todo momento diferenciarse de las competencias conductuales o de gestión. Las competencias conductuales o de gestión abarcan según la misma autora las motivaciones, actitudes, valores y habilidades (aptitud o talento) que un empresario debe reunir para mantener un equilibrio en su vida y su entorno, y de esta forma poder estar a la altura de lo que se espera de él de acuerdo a los más estudiosos del tema.

Una de las principales razones por la cual muchos empresarios han preferido mantenerse al margen de incorporar un propósito y su sistema valores de manera explícita dentro de su organización, es el hecho de no estar claro el concepto de la dimensión “espiritualidad” en las teorías administrativas, dimensión que engloba el desarrollo del propósito y el sistema de valores. Lo que resulta comprometedor para el éxito de cualquier organización y su impacto al entorno porque, aunque no exista un sistema de valores explícito, necesariamente se crea uno implícito que puede ocasionar desorden organizacional y, en el peor de los casos, impactos ecológicos y sociales de gran envergadura.

Es preciso señalar en este punto que todos los empresarios, ya sea de forma explícita o implícita adoptan un sistema de valores a partir del cual se desprenden sus objetivos, principalmente las empresas más pequeñas o primitivas.

Por ejemplo, las organizaciones familiares se formaban alrededor de un sistema de valores implícitos en el que todos los miembros de la familia luchaban por un objetivo común, mantener el bienestar de la familia. Sin embargo, el crecimiento de las

organizaciones rompió en muchos casos ese sistema de valores al conformarse por grupos de personas con sistemas de valores distintos, y muchas veces incompatibles, a los originales de la organización.

Debido a que el concepto de “**sistema de valor**” es un tema que rompe los límites de las teorías administrativas, catalogado muchas veces en la literatura como la **dimensión espiritual de las organizaciones**, no siempre ha sido tomado en cuenta dentro de las teorías empresariales, necesitando esperar la evolución de la percepción del hombre dentro de la organización.

El concepto del hombre dentro de las teorías administrativas ha pasado de concebirse como un ser aislado que actúa por simple motivación económica hasta un hombre complejo que vive al margen del caos y que busca para su vida equilibrio. Esto puede verse mejor en el Cuadro 2.

Cuadro 2: Los diferentes supuestos de la naturaleza humana en las organizaciones.

| Concepto de las personas | Teoría de la administración | Características básicas |
|--|----------------------------------|---|
| Hombre económico | Teoría clásica | Ser aislado que actúa como individuo |
| Homo social | Teoría de las relaciones humanas | Ser social que reacciona frente a un grupo social |
| Hombre organizacional y administrativo | Teoría neoclásica | Ser racional y social |
| Hombre organizacional | Teoría de la burocracia | Ser aislado que ocupa un cargo |
| Hombre organizacional | Teoría estructuralista | Ser social que vive dentro de organizaciones |
| Hombre administrativo | Teoría conductista | Ser racional que toma decisiones |
| Hombre funcional | Teoría de los sistemas | Desempeño de papeles |
| Hombre complejo | Teoría de las contingencias | Vive al margen del caos, distante del equilibrio |

Fuente: Newstron (2007)

Otra razón para dejar afuera la dimensión espiritual ha sido por el mito de que una organización bien administrada simplemente puede darse el lujo de eliminar los sentimientos de una organización. Pero la creencia de este mito ha traído como

consecuencia tensiones en el ritmo de vida de los empleados y el cuestionamiento acerca del concepto de “trabajo”.

De hecho, aquellas empresas que no han reconocido esta dimensión comienzan a sufrir el descontento generalizado de muchos empleados que están viendo en el medio digital una alternativa para crear oficios que les permita ganar más tiempo y calidad de vida. A esto se le suma la influencia de autores como Pink (2001), que comienzan a abanderar la necesidad de no trabajarle a terceros cuando estás insatisfecho o inconforme, por el contrario, propone trabajar para sí mismo.

La espiritualidad no se trata de prácticas religiosas organizadas ni de traer a Dios a las organizaciones, ni tampoco es teología, se trata más bien de reconocer que cada persona tiene una vida interior con necesidad de tener un trabajo significativo alineado con su **propósito de vida**. Es decir, tener un propósito que sea capaz de ser claro, defendible y compartido por quienes trabajan en la organización, como pudiera hacerlo una familia. La habilidad que necesitará el empresario para poder desarrollar esta dimensión es el autoconocimiento a través de la introspección.

La necesidad de integrar los valores personales con los profesionales tampoco se ha hecho esperar, esto ha dado como resultado dos tendencias en el mundo empresarial.

Por un lado, las empresas tradicionales han buscado incorporar la planificación estratégica dentro de su organización para poder crear una visión, misión y valores transmitibles a los empleados. De hecho, según Newstron (2007), empresas reconocidas a nivel mundial como Hewlett-Packard, Southwest Airlines o la Ford han adoptado la espiritualidad en el lugar de trabajo con resultados transformadores.

Y, por otro lado, los más inconformistas del sistema han planteado nuevas formas de hacer empresas en la economía digital utilizando internet, buscando ese equilibrio perdido, aunque no siempre reconociendo la dimensión espiritual que buscan.

Con esta dimensión se deja abierta un abanico de posibilidades para despertar el espíritu empresarial de las personas, consiguiendo que el sistema reconozca la individualidad del empresario a partir de su talento innato y desarrollen las habilidades necesarias para llevar sus ideas a la práctica dentro de un **marco idóneo de desarrollo humano sustentable** (Carrasco, 2014).

Por tal motivo, resulta más adecuado reconocer que dentro de la literatura empresarial se busca definir un tipo de empresario que tenga un desempeño superior en la acción empresarial basado en competencias. Es decir, que tenga habilidades, destrezas y un sistema de valores virtuosos para la acción empresarial. Motivado por la búsqueda del equilibrio para su vida. Debido a que se trata de un concepto que requiere planificación y conciencia para construirse, sería conveniente diferenciarlo del empresario común, aquel que se forja de manera inconsciente y sin planificación, para lo que la investigadora propone el término de **empresario con propósito**.

La palabra propósito ha sido elegida, en virtud de que, en primer lugar, la palabra por sí sola expresa la intención de hacer algo de manera voluntaria, y, en segundo lugar, le abre el camino a la dimensión espiritual dentro de la carrera empresarial.

En tal sentido, se podría definir al **empresario con propósito** como un tipo de empresario que busca reunir las **competencias empresariales** necesarias para un desempeño superior en la acción empresarial manifestado en comportamientos definibles, observables y medibles.

El cuadro 3 resume las **competencias de gestión empresarial** y sus definiciones, recogidas del análisis de los autores presentados a lo largo de este trabajo.

Cuadro 3: Competencias de gestión empresarial para un empresario con propósito

| COMPETENCIA | DEFINICIÓN |
|--|--|
| Autoconocimiento | Capacidad de introspección para construir y definir un propósito de vida a partir del reconocimiento del talento natural y ponerlo al servicio de la humanidad. |
| Orientación a la acción (planificador,organizador) | Energía, fuerza, coraje y dedicación para llevar a cabo planes de acciones articulados con su propósito de vida y hacer realidad las ideas, propuestas, oportunidades y proyectos empresariales. |
| Emprendedor | Habilidad para crear ideas y comenzar algo motivado por la insatisfacción de su entorno, acompañado de una constante preocupación por lograr algo todos los días. |
| Sensibilidad social | Comprensión y aplicación de la idea de que el progreso y el bienestar se debe construir respetando al ser humano y la naturaleza. Siempre dentro de un marco ético de desarrollo humano sustentable. |

| COMPETENCIA | DEFINICIÓN |
|--|--|
| Innovador | Compromiso con lo novedoso, la mejora continua, el aprendizaje y la búsqueda de la excelencia proyectado en activos tangibles o intangibles evaluados como exitosos. |
| Toma de decisiones (pensamiento estratégico) | Capacidad de integrar la razón y la intuición a la hora de analizar diversas alternativas para determinar caminos a seguir y hacerse responsable de los resultados logrados. |
| Comunicador estratégico | Capacidad de comunicar el plan estratégico, estableciendo y aprovechando relaciones con su entorno. |
| Productividad | Capacidad de maximizar las oportunidades, saber elegir las actividades que requieren ser realizadas, más que efectuar actividades bien hechas |
| Gestión del conocimiento | Capacidad de ver relaciones en situaciones complejas que no están aparentemente relacionadas para construir conceptos, modelos, métodos de fácil aplicación. |
| Habilidad digital | Habilidad de usar el medio digital para la comunicación, creación de comunidades, venta o creación de productos y servicios. |
| Actitud para asumir riesgos | Capacidad de sumergirse en el caos disminuyendo la mayor cantidad de variables desconocidas hasta conseguir un riesgo medido. |
| Mentalidad empresarial | Capacidad de entender el rol empresarial y asumir una actitud ganadora |

Fuente: Elaboración propia (2022)

A MANERA DE CONCLUSIÓN

Sin lugar a dudas el papel del empresario ha estado influenciado por los sistemas de valores de su sociedad ante la economía. Así, la sociedad construye y proyecta al empresario que desea o necesita en cada etapa de su historia, incluso al margen de los cuerpos teóricos, para después, calificarlo con el adjetivo más adecuado que defina el cúmulo de dichos valores. La teoría administrativa ha tenido que esperar la evolución de la

comprensión del hombre complejo para incorporar a su cuerpo teórico la dimensión espiritual de las organizaciones. Una dimensión que abre la posibilidad de ver al empresario como un ser individual y social capaz de hacerse cargo de sí mismo, de su grupo familiar y de su sociedad siempre y cuando tenga la promesa de conseguir el equilibrio que anhela.

El empresario con propósito es un concepto que surge durante la investigación por la necesidad de diferenciar al empresario común del empresario que tiene un desempeño superior en la acción empresarial. El término “propósito” representa la voluntad y la conciencia del empresario por alcanzar un desempeño superior motivado por la búsqueda del equilibrio a lo largo de su actividad empresarial. Para un desempeño superior el empresario debe desarrollar 12 competencias necesarias para los tiempos que se viven que son: autoconocimiento, orientación a la acción, emprendedor, sensibilidad social, innovador, habilidad para la toma de decisiones, comunicador estratégico, productivo, gestión del conocimiento, habilidad digital, actitud para asumir riesgos y habilidad empresarial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, N. (2012). *Metodología cualitativa, método de investigación acción*. Agora. Año 15, N°30, Venezuela julio-diciembre (pp. 143-156).
- Alles, M. (2007). *Desarrollo del talento humano basado en competencias*. Ediciones Granica SA.
- Baty, G. (1990). *Entrepreneurship for the Nineties*. Prentice Hall Direct. USA
- Bedoya, E., Behaine, B., Severiche, C., Marrugo, Y. & Castro, A. (2018). *Redes de conocimiento: academia empresa y estado*. Revista Espacios. 39, N°8, (pp. 16). <https://www.revistaespacios.com/a18v39n08/a18v39n08p16.pdf>
- Bucardo, M., Saavedra, A. & Camarena M. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. Elsevier. Vol. 6, N°13, enero- junio, (pp. 98-107). http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S2215-910X2015000100098&script=sci_abstract&tlng=es
- Buckingham, M. & Clifton, D. (2009). *Ahora, descubra sus fortalezas*. Editorial Norma. Colombia
- Carrasco, E. (2012). Aportes teóricos para el estudio de la innovación en Latinoamérica. Revista *Ágora*. Trujillo, 15(30), (pp. 15-34). <http://www.saber.ula.ve/handle/123456789/37560>
- Carrasco, E. (2014). Desarrollo humano integral como marco ético de la innovación empresarial en Latinoamérica. Revista *Ágora*. Trujillo, 17(34), (pp. 37-58). <https://go.gale.com/ps/i.do?id=GALE%7CA450694978&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=13167790&p=IFME&sw=w&userGroupName=anon%7Ea1ad6dc>

- Carrasco, E. (2017). De Cultura Innovadora a Innovación: Una travesía que requiere del mejor esfuerzo físico y emocional del empresario para alcanzar la cima de la innovación. Editorial académica española. España.
- Chiavenato, I. (2006). Introducción a la teoría general de la administración. (7ma ed.), Mc Graw Hill, México.
- Chuya, A., Condo, K., Uriguen, P., & León, L. (2021). Economía digital, herramienta para mejorar la competitividad y productividad en las PYMES caso: Machala Ecuador. Digital Publisher CEIT, Vol. 6, N°3, (pp. 76-86).
- D’Orazio, F. & Romero, J. (2019). La industria petrolera: una historia de empresas familiares. Revista Venezolana de Gerencia (RVG). Año 24, N°86, Venezuela, (pp. 435-452). <https://www.produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/23773>
- Del Rosal, M. (2022). Una introducción a la economía capitalista (apuntes críticos). Repositorio Institucional de la Universidad Complutense de Madrid. Vol. 9, España, (pp. 00). <https://eprints.ucm.es/id/eprint/58040/>
- Des Bruslons, J. (1765). Dictionnaire universel de commerce (Vol. 5). N°535, Francia, (pp. 1049). <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k1117365.image>
- Drucker, P. (1974). Management: tareas, responsabilidades y prácticas. Harper y Row. USA
- Ely, R. & Hess, R. (1893). Outline of economics, New York: MacMillan
- García, R., Lindquist, R., & Morales, M. (2021). La colaboración de las organizaciones públicas del conocimiento con las empresas: una mirada de empresarios. Paradigma Económico. Vol. 13, N° 1, México, (pp. 147-180). <https://www.redalyc.org/journal/4315/431566320006/html/>
- Gartner, W. (1985). A conceptual framework for describing the phenomena of venture creation. Academy of Management Review, 10, (pp. 696-706). <https://www.jstor.org/stable/258039>
- Kenneth, J. (1983). El dinero. Biblioteca de Economía, España.
- Li, K., Kim, D., Lang, K., Kauffman, R., & Naldi, M. (2020). How should we understand the digital economy in Asia? Critical assessment and research agenda. Electronic commerce research and applications, 44, 101004. <https://research.cbs.dk/en/publications/how-should-we-understand-the-digital-economy-in-asia-critical-ass>
- Newstron, J. (2007). Comportamiento humano en el trabajo. (12ma ed.). Mc Graw Hill. México.
- Pérez, Y. & Castañeda, M. (2009). Redes de conocimiento. Ciencias de la Información, Vol. 40, N°1, Cuba, (pp. 3-20). <https://www.redalyc.org/pdf/1814/181421573001.pdf>
- Pink, D. (2001). Nación de agentes libres: el futuro de trabajar para uno mismo. Warner Books. USA.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23.ª ed., [versión 23.5 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [Consultado en julio-2, 2022].
- Santos, A., Díaz, F., Cruz, N., Balseira, Z. & Serrano, B. (2021). Economía digital: análisis de la científica encontrada en Sciencedirect entre 2008-2018. Ingeniería Industrial, Vol. 42, N°2, Chile, (pp. 88-107).

- http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1815-59362021000200088&lng=es&nrm=iso
- Serarols, C., & Veciana, J. (2003). El empresario digital como determinante del éxito de las empresas puramente digitales: un estudio empírico. Ideas, N°. 0304 (pp. 00). <https://ideas.repec.org/p/bbe/wpaper/0304.html>
- Tantalean, I. (2022). La Naturaleza de la Empresa: su teleología desde las Ciencias de la Administración, el Derecho y la Economía. Revista de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas, Vol. 52, N° 136, Colombia, (pp. 262-287).
- Tapscott, D., & Osorio, M. (1997). La economía digital. McGraw-Hill. Colombia.
- Varela, R. (2008). Innovación empresarial: arte y ciencias de la creación de empresas. (3era ed.). Pearson. Colombia
- Werhahn, P. (1990). El empresario: su función económica y su responsabilidad politico-social. Ordo socialis. Alemania. <https://ordosocialis.de/wp-content/uploads/werspa4neu.pdf>
- Yunus, M., & Weber, K. (2010). Empresas para todos: hacia un nuevo modelo de capitalismo que atiende las necesidades más urgentes de la humanidad. Norma. Colombia.
- Zícar, J. (2021). Al final lo primero es la familia. El rol de las familias en los modelos políticos de Hobbes y Aristóteles. Avatares filosóficos, N°6. (pp. 3-21). <http://revistas.filo.uba.ar/index.php/avatares/article/view/3673>