

El Concepto del Emprendedorismo: ¿Todavía un Problema?

The entrepreneurship concept: still a problem?

Maria de Fatima Silva Oliveira ¹

Resumo

Este estudo, depois de uma considerável revisão de literatura, aborda alguns dos temas que ajudarão a compreender a existência de diferentes enfoques no campo de estudo do empreendedor. Também se propõe a identificar uma definição de empreendedorismo que ofereça um possível consenso entre as diferentes perspectivas existentes no campo, já que seu próprio avanço gerou não só o surgimento de diversas linhas de pesquisa, como também uma amplitude de definições e interpretações sobre o que é o empreendedor e o empreendedorismo, levando inclusive a alguns pesquisadores a considerar um desafio a simples definição destes termos. É comum encontrar na literatura do empreendedorismo pesquisadores que consideram este campo como contraditório, atribuindo parte disto as questões de conceitualização. Ao abordar esta problemática, este estudo espera contribuir ao desenvolvimento teórico do campo, pondo de releve a importância de estudos que abordam aspectos conceituais fundamentais dentro do campo do empreendedorismo, como são a compreensão de sua estrutura disciplinaria e inclusive a própria definição do termo “empreendedorismo”. Para a obtenção do supracitado objetivo o método empregado foi uma ampla revisão de literatura, utilizando como base de dados a Psycinfo e diversas fontes bibliográficas. Entre as principais conclusões deste trabalho se destaca a identificação de um elemento que caracteriza o conceito do empreendedorismo, proporcionando-lhe um aspecto de universalidade e invariabilidade, ainda que este seja abordado desde as mais diversas perspectivas e contextos.

Palavras-chaves: empreendedorismo, conceito, estrutura disciplinaria.

Abstract

This study, after a considerable literature revision, approaches some of the topics that will help to understand the existence of different focuses in the entrepreneurship field of study. It also intends to identify an entrepreneurship definition that offers a possible consensus among the different existent perspectives in the field, once their advance not generated alone the emergence of diverse research lines, but also a width of definitions and interpretations about

¹ Bacharel em Administração pela Universidade Federal da Paraíba - UFPB, Mestre em Administração pela Universidade Federal da Paraíba - UFPB, Doutorado em Psicologia Social e Antropologia das Organizações pela Universidade de Salamanca, Espanha. Contato: mafasioliver@hotmail.com

what is the entrepreneur and the entrepreneurship, even taking to some researchers to consider a challenge the simple definition of these terms. It's common to find in the entrepreneurship literature, researchers that consider this field contradictory, attributing part from this to conceptualization questions. When approaching this problem, this study hopes to contribute to the theoretical development of the field, standing out the importance of the studies that approach fundamental conceptual aspects inside the entrepreneurship field, like the understanding of its disciplinary structure and even the own definition of the term " entrepreneurship". For the obtaining the mentioned objective the used method was a wide literature revision, using as database the Psycinfo and diverse bibliographical sources. Among the main conclusions of this work highlights the identification of an element that characterizes the entrepreneurship concept, providing him an universality aspect and invariability, although this is approached from the most diverse perspectives and contexts.

Key-Words: entrepreneurship, concept, structures disciplinary

1 Introducción

A lo largo de los años, el campo de estudio del emprendedorismo y del emprendedor ha pasado por importantes progresos que representaron avances significativos con relación a muchos de sus aspectos, ya sean éstos con relación a la definición de los conceptos importantes que integran el fenómeno, ya sean con relación a las variables consideradas en su estudio, o aún con relación a sus propias limitaciones. Considerado un campo relativamente nuevo, el estudio del emprendedor o del emprendedorismo, como acción, es el objeto de interés de investigadores de diferentes campos científicos (Murphy, Liao, & Welsch 2006). Tal hecho ha provocado no sólo el avance en el campo en sí mismo, sino también una amplitud de definiciones e interpretaciones sobre lo que es el emprendedor y el emprendedorismo, llevando incluso a algunos investigadores a considerar un desafío la simple definición de estos términos (Kruger, 2004; Rao, 2004). Otros atribuyen las posibles causas de estos desacuerdos conceptuales en los resultados contradictorios de las investigaciones centradas en la caracterización del emprendedor e incluso en la predicción de la conducta de crear negocios. También hay quien considera que los diferentes contextos en los cuales las diferentes definiciones del emprendedorismo son adoptadas convierten bastante difícil encontrar una definición aceptable de cuáles son las principales habilidades y capacidades emprendedoras (Krueger, 2004).

Visando contribuir al esclarecimiento de algunos de estos desacuerdos teóricos, en este estudio abordase *la multidisciplinariedad del campo del emprendedorismo*, presentando las diferentes áreas que se han dedicado a estudiar al emprendedor, así como al emprendedorismo, y las principales líneas de investigación en este campo, enfatizando algunos aspectos referentes al desarrollo del propio campo de estudio y analizando como esta estructura disciplinaria contribuyó para la divergencia de definiciones de los términos "emprendedor" y "emprendedorismo". Después, en el apartado titulado "*Las distintas definiciones del emprendedorismo*" se hace una exposición de diferentes definiciones sobre lo que es el emprendedorismo, para luego identificar lo que le caracteriza, es decir, cuál es su elemento subyacente. Incluso existen autores (Kruger, 2004; Rao, 2004) que cuando se proponen definir los dos términos, "emprendedor" y "emprendedorismo", los definen como si fueran sinónimos. Sin embargo, aunque hay una fuerte relación de dependencia entre estos factores, llevando incluso a algunos autores a considerar al emprendedorismo y al

emprendedor como partes distintas de un mismo fenómeno (Allison, Chell & Hayes, 2000), ellos no pueden ser definidos como sinónimos. El emprendedorismo se refiere a la acción de emprender, mientras que el emprendedor es el individuo que ejecuta tal acción.

En el apartado *metodología* se especifica el método que ha sido empleado para la realización de este estudio, observándose que éste se caracteriza por ser un ensayo bibliográfico y, por lo tanto, no existiendo una investigación de campo.

Finalmente, presentase las principales “*conclusiones*” de esta revisión de literatura. Al revisar las distintas corrientes en el campo, el objetivo es identificar su estructura teórica, así como una definición del emprendedorismo que tenga un adecuado valor teórico y empírico para que pueda consecuentemente ser utilizada con adecuada validez en estudios posteriores.

2 La multidisciplinariedad del campo del emprendedorismo

Normalmente si uno habla de “emprendedor” o “emprendedorismo” hay una tendencia inmediata a relacionar este término con empresas o con creadores de empresas. Esto se explica porque, como el estudio del emprendedorismo tiene su origen en las Ciencias Económicas, existe una tendencia natural a relacionar el fenómeno emprendedor con las áreas económicas o empresariales. Sin embargo, el estudio del emprendedor se ha extendido a las demás áreas; incluso se ha vuelto más complejo identificar una definición concisa y universalmente aceptada del emprendedor, así como del emprendedorismo, debido a la amplitud de campos que se han dedicado a su investigación, aportando cada uno sus respectivos enfoques conceptuales (Filion, 2003; Mitchell et al., 2002).

Aunque el estudio del emprendedor se haya originado en las Ciencias Económicas, otras Ciencias Sociales, como por ejemplo la Psicología y la Sociología, han estudiado el fenómeno emprendedor. En Psicología el interés normalmente se centra en el estudio del individuo emprendedor, relacionándole con la acción de crear negocios. Los psicólogos se han interesado en los diversos aspectos conductuales, de personalidad o cognitivos, entre otros, que podrían explicar al emprendedor o incluso predecir su conducta (Baron, 1998; Vesalainen & Pihkala, 1999; Stewart, Carland, & Carland, 1998; Shane, Locke & Collins, 2003; Ensley, Pearson, & Pearce 2003; Vecchio, 2003; entre otros). Los sociólogos se han interesado en los factores sociales que estarían insertos o influenciarían la acción de emprender, así como las consecuencias de estas acciones para las sociedades (Anderson & Miller, 2003; Butler, 2002; Kennedy, Drennan, Renfrow & Watson, 2003; Morrison, 2000; entre otros). Para los economistas el interés normalmente está relacionado con el papel del emprendedor en el crecimiento económico (Filion, 2003; Covarrubias, 2003; Eliasson & Henrekson, 2003; Baumol, 2002; Kirzner, 1984, 1997; entre otros). También Hisrich (2000, p.94) reconoce la multidisciplinariedad del campo cuando afirma que “el estudio y entendimiento de este fenómeno tan importante, como es el emprendedor, está mezclado con otras disciplinas tales como la Antropología, la Sociología y la Psicología”.

“*Los economistas han asociado a los emprendedores con la innovación, mientras que los conductistas han hablado más de sus características creativas e intuitivas*” (Filion, 2003, p.116). Según Filion (2003), fue el rechazo de los economistas de aceptar los modelos no cuantificables lo que llevó al campo del emprendedorismo a centrarse hacia los conductistas, intentando profundizar mejor en la comprensión de la conducta del emprendedor. Sin embargo, para Cuevas y Carrasco (2001, p.151) fue la participación de factores de naturaleza no económica en la configuración del emprendedor y en el propio acto empresarial lo que ha hecho que las Ciencias Económicas se hayan visto por sí solas insuficientes para ofrecer una explicación del surgimiento del emprendedor, más allá de la tópica y simplista cuestión de si el emprendedor nace o se hace.

El hecho es que campo del emprendedorismo generó muchas teorías y fundamentos, siendo duramente criticado por la ausencia de un único paradigma definido, así como por la presencia de investigadores con intereses contradictorios y por la escasez de investigadores estables (Murphy et al., 2006, p. 13). Por lo tanto, el emprendedorismo no se fundamenta en una única teoría de base.

La presencia de estudiosos de diferentes campos científicos en el campo del emprendedor ha originado distintas corrientes de estudio que pueden ser clasificadas de diversas maneras. La manera tradicional de clasificar los diferentes estudios del emprendedorismo se divide en tres categorías: (1) económica, (2) sociológica y (3) psicológica o socio-psicológica. Las raíces de la investigación económica pueden ser encontradas en la sociedad británica en la época del inicio de la industrialización. Por otra parte, la orientación sociológica fue originada en Alemania cuando la industrialización ya había tenido lugar, entre el final del siglo XIX y el inicio del siglo XX. Sus fundamentos se basan en Karl Max y Max Weber. Los estudios del austriaco Joseph Schumpeter sobre el emprendedorismo son de la misma época (Kyrö, 1996).

La clasificación de Chu (1998, p.9) añade una corriente más, identificada como “gerencial”, conforme presenta la figura 1:

Figura 1: Principales corrientes de la investigación sobre el emprendedorismo según chu (1998)

Corrientes principales	Temas de Investigación	Líneas de preguntas
Psicológica: rasgos y conducta	Características de los emprendedores y del proceso emprendedor	Causas (Por qué)
Sociológica : social y cultural	Emprendedores de diferentes fondos culturales y sociales	Causas (Por qué)
Económica	Relación entre el entorno económico y el emprendedorismo	Efectos (Qué)
Gerencial	Habilidades de los emprendedores, gerencia y crecimiento	Conducta (Cómo)

Fuente: Kruger (2004, p.15)

Por otro lado, la clasificación adoptada por Yamada (2004) divide el estudio del emprendedorismo en tres niveles: *micro*, *medio* y *macro nivel*. Tales niveles varían de acuerdo con el énfasis proporcionado a los factores externos o internos para el crecimiento de las organizaciones.

El *nivel macro* se divide en estudios que intentan identificar los factores del entorno que dan lugar al surgimiento de un gran número de emprendedores e identificar varias características culturales de determinados grupos locales o étnicos que llevarían al crecimiento económico y en estudios que enfocan factores institucionales tales como el mercado laboral. El *nivel micro* considera el concepto del emprendedor desde el punto de vista psicológico o sociológico. Por su parte, el *nivel medio* englobaría los estudios basados en el crecimiento organizacional, fundamentado en acercamientos que se enfocan en la adquisición, acumulación y distribución de recursos. La premisa básica de este acercamiento es la visión de la estrategia basada en la combinación de recursos externos e internos para entender el éxito o fracaso de las empresas. La existencia del dominio de los recursos y de la tecnología es un “pre-requisito” para el nacimiento y desarrollo de una nueva empresa (Yamada, 2004). Los fundadores o gerentes juegan un papel importantísimo en el sentido de

que deben utilizar de manera innovadora los recursos para la generación de valor y crecimiento de la empresa.

Desde luego, se nota que para adoptar una determinada clasificación con el propósito de agrupar los diversos estudios del campo del emprendedorismo en diferentes corrientes cada autor recurre a distintos criterios o metodologías.

Como se puede percibir, el campo de investigación del emprendedorismo ha crecido bastante, presentando actualmente diversas líneas de investigación. Tales líneas distinguen intereses distintos de investigación. Sin embargo, sea cual sea el interés de los investigadores, ya sea sobre el comportamiento de los emprendedores, ya sea sobre las empresas que crean, o bien sobre el proceso emprendedor, o sobre la educación de los emprendedores, etc., se puede observar que han de definir a los emprendedores, así como los temas asociados.

Debido a que el desarrollo en el campo del emprendedorismo no ocurrió igual que en otras disciplinas, es comprensible la diversidad de concepciones acerca de lo que es el emprendedor o el emprendedorismo. La multitud de investigadores, de campos bastante distintos, que utilizan cada uno sus propias metodologías, su lógica y su propia disciplina para investigar al fenómeno emprendedor o a los emprendedores, ha contribuido a la existencia de diferentes conceptualizaciones del emprendedorismo (Filion, 2003). Cromie (2000, p.7) por ejemplo, reconoce este problema cuando afirma que el debate sobre cómo aumentar el emprendedorismo muchas veces es impedido debido al desacuerdo en la definición sobre emprendedorismo y tópicos asociados. Muchos de los investigadores concuerdan en que no existe una única definición de emprendedor que haya sido uniformemente aceptada en la literatura (Kruger, 2004, p.13). Incluso hay quien atribuye parte de la dificultad de encontrar una definición uniformemente aceptada al hecho de que los emprendedores no son homogéneos, pues ellos provienen de diferentes orígenes sociales, presentan diferentes tipos de liderazgo, estilos de gerencia y niveles de motivación (Rao, 2004, p. 49). Por otra parte, los términos “emprendedorismo” y “emprendedor” son usados diferentemente por distintos investigadores, algunas veces sin la debida solidez conceptual o empírica, generando resultados bastantes confusos o equivocados (Llewellyn & Wilson, 2003, p.341).

Filion (2003) prefiere denominar la diversidad de definiciones del emprendedor como diferencias en la forma de concebir al emprendedor y de definirle, debido a que el estudio del emprendedorismo se haya integrado en casi todas las disciplinas de las Ciencias Humanas y Administrativas. Para él, la reconocida “confusión” en la definición de los emprendedores se debe a que cada uno de los investigadores que intenta definirles utiliza premisas propias de sus disciplinas. Desde luego, la definición de emprendedor efectuada por un economista será probablemente basada en los paradigmas de esta ciencia, de la misma forma que aquellas proporcionadas por psicólogos sociales, sociólogos, etc., será fundamentada en los suyos, respectivamente. Así, considerando todos estos desacuerdos y diversidades de definiciones, sean ellos provocados por los paradigmas de cada investigador, o por cualquier otro factor, se discutirá a continuación algunas definiciones sobre lo que es el emprendedorismo.

2.1 Las distintas definiciones de emprendedorismo

El término “emprendedorismo” ya fue utilizado por diferentes estudiosos del campo y con distintos significados. Esto no podría ser diferente, ya que, tal como presentado en el apartado anterior, el estudio del emprendedorismo ha sido realizado desde diferentes perspectivas por estudiosos de distintos campos, generando un amplio volumen de

definiciones. La diversidad de definiciones es tan amplia que hay autor que considera un desafío definir el emprendedorismo (Rao, 2004).

Es posible encontrar en la literatura autores que consideran al emprendedorismo como una conducta (Zotova & Arkhipov, 2005; Kyrö, 1996), otros como un proceso (Kruger, 2004; Cromie, 2000; Yamada, 2003) o incluso como una manera de pensar (Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000). Hay todavía quien considera que el significado del emprendedorismo fue cambiando a lo largo de los años de acuerdo con el contexto empresarial.

Kyrö (1996), por ejemplo, afirma que el significado del emprendedorismo ha cambiado según los cambios acontecidos a lo largo de la historia y estudió la evolución de su significado semántico conforme a los cambios en el sistema de producción existente y en el contexto cultural. Su orientación se fundamentó en los cambios en el entorno cultural y económico siglo tras siglo. Para ella tales cambios generaron dos diferentes puntos de transición en el emprendedorismo que se caracterizaron por romper con los viejos hábitos y jerárquicas instituciones y por la introducción de innovadoras, holísticas y arriesgadas formas de conducta. Cuando las viejas maneras de actuar y los modelos pasados entraban en conflicto con la realidad del emprendedorismo vigente, había una ruptura con el concepto anterior, provocando el surgimiento de un nuevo concepto.

La primera ruptura ocurrió después del siglo XVIII, introducido por el sistema de producción industrial. La actividad emprendedora vigente llamada de “emprendedorismo artesano” se caracterizaba por habilidades técnicas perfeccionadas a través del aprendizaje a lo largo de la vida, cantidades pequeñas de capital y una integración de las funciones de producción y de comercialización. La acción emprendedora ocurría cuando un individuo que había empezado como un aprendiz se convertía en dueño de su propia empresa. Sin embargo, los cambios provocados por la industrialización alteraron el entorno vigente, provocando la ruptura con las viejas maneras de actuar. Ello originó el desplazamiento del emprendedorismo artesanal hacia un emprendedorismo caracterizado por la industria de gran escala, con mercados internacionales y métodos de producción industrializados. Para Kyrö (1996), el concepto del “emprendedorismo” de hecho pasa a existir a partir de la industrialización, introducido por Say y Cantillon y después desarrollado por Adam Smith y sus seguidores.

Kyrö (1996) afirma que la segunda ruptura ocurrió después de la caída del modelo taylorista, cuando los modelos antiguos, una vez más, no son capaces de garantizar el éxito debido a los cambios en el entorno. Hasta entonces la situación generada por el crecimiento de la industrialización habría originado lo que la autora llama “ética de la organización”, es decir, una época en que la organización pasó a ser el modelo de la vida en sociedad, y que el modelo del emprendedorismo había sido reemplazado. Sin embargo, la ruptura del modelo taylorista habría proporcionado un nuevo significado para el entendimiento de lo que sería el emprendedorismo, rompiendo la manera jerárquica organizada de conducta. Es en este momento en el que Pinchot, en 1985, introduce el término “intraemprendedorismo” y, por lo tanto, dando lugar a dos formas distintas de emprendedorismo: uno dentro de las organizaciones (intraemprendedorismo) y el otro fuera de ellas (emprendedorismo).

Aunque la autora haya relacionado estos cambios con significados semánticos, su obra no presenta tales cambios en el significado del término propiamente dicho y sí en relación con la conducta emprendedora. Esto queda claro al afirmar que los puntos de transición en el significado del emprendedorismo se han caracterizado por romper viejos y jerárquicos hábitos e instituciones, y por introducir nuevas, innovadoras, holísticas y arriesgadas maneras de conductas (Kyrö, 1996). En otras palabras, cuando hay necesidad de cambios en la conducta de los emprendedores debido a los cambios en el entorno, el emprendedorismo pasa a tener un nuevo significado. Se puede deducir que lo que la autora quiere expresar es que el

emprendedorismo es definido en base a la conducta del emprendedor en determinadas épocas o momentos.

Un examen en los argumentos de la autora nos lleva a concluir que la misma *relaciona al emprendedorismo con acciones innovadoras y más específicamente con nuevas formas de conducta*. Estas conductas se refieren al entorno empresarial en la creación y conducción de negocios capaces de actuar conforme a las exigencias de los cambios introducidos en este entorno.

En la opinión de Kyrö (1996) hay diferentes formas de emprendedorismo. Una se refiere al *emprendedorismo fuera de las organizaciones* y la otra *dentro de ellas*. Ellas involucran dos tipos de fenómenos: la conducta colectiva y la conducta individual. Afirma que, aunque haya una asunción del emprendedorismo como un fenómeno individual, la organización como un fenómeno es colectiva por naturaleza. Las formas de emprendedorismo identificadas por Kyrö (1996, p.87) son:

1) El *emprendedorismo tradicional*, que se refiere al individuo emprendedor y a la empresa.

2) El *intra-emprendedorismo*, que se refiere a conducta colectiva dentro de las organizaciones.

3) El *emprendedorismo autorientado, individual*, que se refiere a la conducta autorientada del individuo.

Existe, sin embargo, quien cuestiona la base conceptual de las definiciones de emprendedorismo, afirmando que ésta no siempre es clara, aunque se reconozca que ha estado tradicionalmente involucrada con los papeles y funciones del empresario (Yamada, 2003).

Desde una perspectiva multidimensional, el emprendedorismo ya ha sido considerado un proceso diacrónico basado en múltiples decisiones y acciones, estando siempre asociado a la economía y relacionado con los esfuerzos para crear riquezas. Esto hace que el interés por el mismo sea intenso en muchas partes del mundo, pues se relaciona con el desarrollo económico (Yamada, 2003; Cromie, 2000). Sin embargo, el crecimiento del campo del emprendedorismo no fue suficiente para que investigadores y practicantes llegasen a un acuerdo sobre lo que es el emprendedorismo (Parker, 2003).

Yamada (2003), considerando los múltiples aspectos que lo integran, identifica variables de contexto y del individuo como aspectos determinantes para que el emprendedorismo acontezca. Su concepto de emprendedorismo, basado en economistas tales como Schumpeter y Knight, incluye la innovación, la toma de riesgo, la explotación de oportunidades de negocio, la pro-actividad, las redes sociales amplias y la creación de un equipo sólido para participar en la construcción de un negocio. Para él, el emprendedorismo se configura en *el acto de crear negocios*, aunque el autor tenga una visión centrada en los distintos aspectos que puedan influir en tales decisiones de emprender.

Algunos autores, sin embargo, solo atribuyen el término “emprendedorismo” a los negocios creados con una clara orientación al crecimiento (Cromie, 2000), a diferencia de los negocios creados para la subsistencia de sus fundadores, comúnmente llamados en la literatura como “emprendedorismo por necesidad” (Bastos, Greco, Horochoviski, Machado & Schlemm, 2005). Para Cromie (2000), el emprendedorismo, *es un proceso que frecuentemente está orientado a la creación de nuevos negocios*, aunque considere su aplicación con relación a las empresas ya actuantes en el mercado.

Parker (2003), afirma que hace por lo menos 20 años que se intenta contestar a la pregunta sobre lo que es el emprendedorismo, existiendo un gran aumento de investigaciones dedicadas a ese fin. Sin embargo, el entendimiento de la esencia del concepto ha progresado poco. El autor considera que actualmente la literatura se caracteriza por una proliferación de

teorías, definiciones y taxonomías que a menudo chocan y se solapan, resultando de ello una confusión y discordancia entre los investigadores y practicantes precisamente sobre lo que el emprendedorismo es.

Después de realizar una investigación visando descubrir si existe una representación empírica del emprendedorismo, identificando cuál es su composición (es decir, qué teorías reciben el apoyo empírico) y finalmente qué teorías no parecen ser centrales con relación al concepto del emprendedorismo, Parker (2003) encontró que *el emprendedorismo es un fenómeno multidimensional con cuatro aspectos principales. Uno es la coordinación del trabajo contratado; otro es la motivación medida por el esfuerzo de trabajo; el tercero sería la toma de riesgo, en el sentido de depender del trabajo incierto; y, finalmente, la innovación.* Ha empleado el análisis de componentes principales para identificar las representaciones coherentes del emprendedorismo de un conjunto de datos que contienen los aspectos del emprendedorismo, que se ha resaltado en la investigación anterior.

Sin embargo, Mitchell et al. (2002, p.96), destaca que el emprendedorismo *“trata sobre individuos que crean oportunidades donde otros no las crean, y que intentan explotar estas oportunidades a través de organizaciones, sin tener en cuenta los recursos controlados”*. Desde una perspectiva cognitiva, Mitchell et al. (2002, p.96), consideran el *“emprendedorismo esencialmente como la creación de trabajos, tales como productos y servicios, por individuos o equipos, para otras personas en un mercado.* Note que en esta definición los autores introducen el hecho de que el emprendedorismo dice respecto a acciones que no cuentan necesariamente con todos los recursos necesarios para su implementación.

También, adoptando una línea cognitiva, Krueger et al. (2000, p.411) definen al emprendedorismo *“como una forma de pensamiento, una manera de pensar que enfatiza oportunidades sobre amenazas, siendo tal proceso de identificación de oportunidades un proceso claramente intencional”*. Su definición amplió el foco de estudio del emprendedorismo, incluso posibilitando la aplicación del modelo de intenciones como el modelo teórico adecuado, ya que consideran al emprendedorismo como un tipo de conducta planeada relacionada con la creación de nuevos negocios. Así como estos autores, Zotova y Arkhipov (2005), consideran al emprendedorismo *“no sólo como un tipo especial de actividad económica, sino también como un cierto modo de pensar, estilo y tipo de conducta”*. Postulado de esta manera, el emprendedorismo podría ser interpretado como únicamente un pensamiento, un sueño, una idea, no siendo necesariamente una acción, lo que contrariará a su propia esencia, que es la acción.

Wood (2005, p.7) defiende que el emprendedorismo es fundamentalmente una acción, entendida desde el punto de vista del resultado específico que el individuo desea obtener. Tal acción busca cambiar el futuro. Según argumenta, *“el emprendedorismo consiste en la creación de una oportunidad anteriormente no percibida y en la realización de la acción para tornarla realidad”*. La previsión o imaginación de un futuro resultante de una acción alternativa sin la realización de hecho es un mero sueño. Por lo tanto, lo que caracteriza al emprendedorismo sería la realización de la acción de crear negocios.

Ya para Vesalainen y Pihkala (1999), el emprendedorismo es un proceso que culmina en la creación de negocios y que incluye las siguientes etapas: anterior al inicio, de crecimiento y madurez. La primera etapa se refiere a la *percepción de las oportunidades de mercado*, es decir, aquella que incluye los eventos que orientan al emprendedor hacia las oportunidades específicas de negocio. Tal momento puede involucrar varios niveles de planeamiento, desarrollo de contactos y recursos, y la búsqueda sistemática de oportunidades.

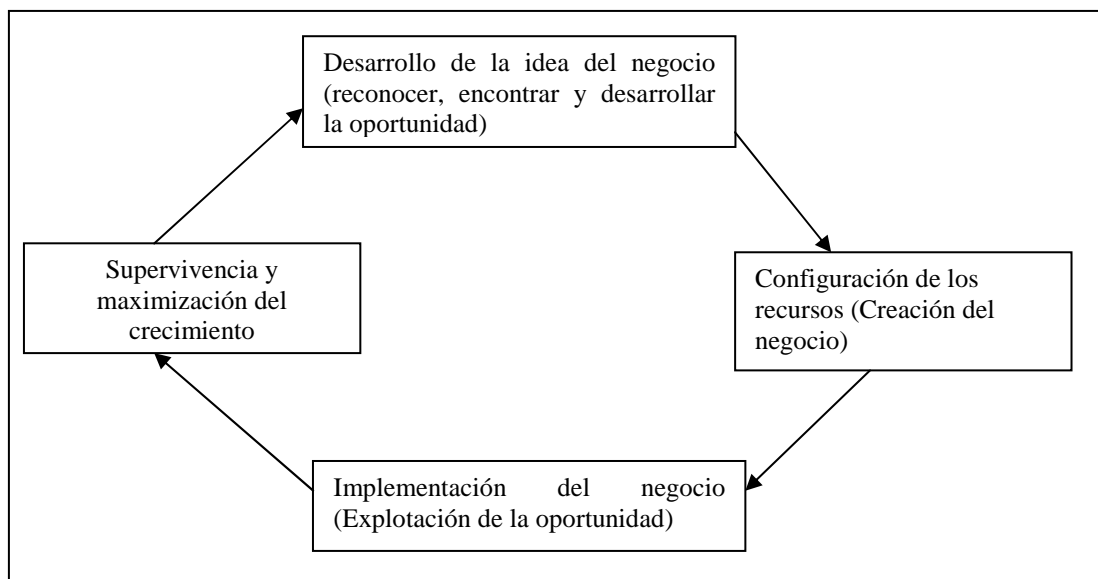
Korunka et al. (2003, p.23) también definen al emprendedorismo como el proceso de creación de nuevos negocios, el cual considera “*complejo y dinámico, englobando numerosas decisiones y actividades preparatorias*”.

Desde luego, el concepto de emprendedorismo como un proceso está bastante difundido en la literatura del emprendedorismo. Grundstén (2004, p.13), por ejemplo, reconoce esto cuando afirma que tal concepto se ha aceptado ampliamente en el contexto del emprendedorismo por representar la “*cadena de eventos que llevan a la formación de una nueva empresa*”. Para Grundstén (2004) el concepto de emprendedorismo puede incluso ser considerado como sinónimo de conducta emprendedora, es decir, las acciones del emprendedor que llevan a la creación de la nueva empresa.

Kruger (2004, p.11), a su vez, considera que seleccionar una base apropiada para la definición y entendimiento del emprendedorismo es un desafío para los investigadores y escritores debido al hecho de que los diversos estudios existentes ven al emprendedorismo desde diferentes perspectivas. Así, el término ha sido empleado para indicar la creación, fundación y adaptación del negocio y que históricamente se refiere al esfuerzo del individuo que se arriesga en crear un negocio exitoso. Desde luego, para ella, el emprendedorismo incluye dos importantes dimensiones: la primera sería las acciones referentes a la creación del negocio, mientras que la segunda involucra el crecimiento de los negocios. Según la autora, “*el emprendedorismo empieza con la acción de creación de una nueva organización, incluyendo las acciones que la anteceden, como la búsqueda y la identificación de la oportunidad en el entorno y la evaluación de la viabilidad del negocio*”. También defiende que el crecimiento del negocio es otra importante dimensión del emprendedorismo citada por los autores del campo. Y cree que actualmente el emprendedorismo está siendo considerado como un proceso que puede ocurrir en diferentes tipos de organizaciones.

El modelo final que la autora presenta del proceso emprendedor, incluye la etapa del desarrollo de la idea, la configuración de los recursos, la implementación del negocio y finalmente la supervivencia y crecimiento del negocio, conforme presento en la figura 2:

Figura 2: El proceso emprendedor según Kruger



Fuente: Kruger (2004, p.46)

Kruger (2004) concluye que la creación de negocios, la explotación de oportunidades y el crecimiento de los negocios son los tres conceptos fundamentales del emprendedorismo. Fíjese que lo que la autora llama “explotación de la oportunidad” se refiere a la implementación efectiva del negocio, y lo que llama “creación” a los aspectos de planeamiento y adquisición de los recursos. La autora considera al emprendedor como el principal elemento del emprendedorismo, una vez que es él quien lo crea.

Urban (2004, p.16) también atribuye al emprendedor el más importante papel en el emprendedorismo. Incluso afirma que “*el emprendedorismo es una función del emprendedor*”, es decir, el emprendedor es quien causa al emprendedorismo. De esta manera, el individuo sería el elemento fundamental del fenómeno emprendedor, ya que sin éste no existe la acción emprendedora. En esta perspectiva el factor inicial que movería la actividad emprendedora sería la predisposición del individuo para actuar. Desde luego, el emprendedorismo sería una conducta compartida en diferentes etapas de un proceso.

Otro aspecto importante del concepto del emprendedorismo como un proceso es la adopción por algunos autores del término “emprendedorismo naciente” (Kessler & Frank, 2004; Korunka et al. 2003) para referirse a las etapas anteriores a la creación del negocio. Kessler y Frank (2005) afirman que hay diversos sinónimos para el emprendedorismo naciente, tales como emergencia organizacional, pre-organización, organización “in vitro”, pre-lanzamiento, gestación, “start-up”, fundación y construcción. Éstos siempre tienen una connotación relacionada con el proceso organizacional, es decir, con el proceso de lanzamiento de una empresa, que siempre requiere la iniciativa de, por lo menos, una persona. Los autores definen al emprendedorismo naciente como una cadena selectiva de decisiones que empiezan con la comunicación de la intención de emprender y que finaliza con la creación del negocio, es decir, con la primera venta. Aquí los autores utilizan el término “creación” de manera distinta del empleado por Kruger (2004), ya que consideran la creación como el propio lanzamiento del negocio.

Una definición en el ámbito pragmático es la que adopta el proyecto Global Entrepreneurship Monitor – GEM (Bastos, et al, 2005). Tal definición se caracteriza por captar toda y cualquier actividad que se caracterice por un esfuerzo autónomo y que involucre la creación de una base de recursos, para luego verificar en qué medida determinada población puede ser considerada como emprendedora o no. El modelo GEM define al emprendedorismo como “*cualquier intento de creación de un negocio o nuevo emprendimiento, como, por ejemplo, una actividad autónoma, una nueva empresa o la expansión de un emprendimiento existente, por un individuo, grupos de individuos o empresas ya establecidas*”. El concepto de emprendedorismo, así expresado, considera incluso las tentativas de emprender como sinónimo de una acción emprendedora, lo que contraría el concepto del proceso antes mencionado.

Aunque el emprendedorismo pueda ser conceptualizado de muchas maneras diferentes, diversos estudios consideran que el principal concepto subyacente a él *es la creación de nuevos negocios* (Neck, Neck, Manz & Godwin, 1999, p.482). Las anteriores definiciones aquí citadas validan este argumento. De todas las definiciones antes mencionadas, con excepción de Parker (2003), en todas ellas hay una mención al emprendedorismo como el hecho de crear negocios, aunque en algunas esté más o menos explícito que en otras.

Desde luego, considerando la opinión de Shane et al. (2003) de que los problemas en la investigación sobre el emprendedorismo pueden ser evitados a través del uso de una definición común, intentaré, de entre las distintas definiciones antes mencionadas, identificar una característica común que las una y que llamaré “conceptos subyacentes”, con el fin de adoptar como concepto principal.

En la figura 3 se expone los principales *conceptos subyacentes* en las definiciones de emprendedorismo anteriormente citadas de acuerdo con los respectivos autores y ordenadas según el año:

Figura 3: Conceptos de emprendedorismo

CONCEPTOS DE EMPRENDEDORISMO	AUTOR
✓ Nuevas formas de conducta, <i>innovación, creación de negocios.</i>	Kyrö(1996)
✓ <i>Creación de negocios, percepción de oportunidades.</i>	Veselainen & Pihkala(1999)
✓ Forma de pensamiento que enfatiza <i>oportunidades de negocios.</i>	Krueger et al. (2000)
✓ <i>Creación de negocios.</i>	Cromie (2000)
✓ Creación de productos y servicios, creación y explotación de oportunidades, <i>creación de negocios.</i>	Mitchell et al. (2002)
✓ <i>Explotación de oportunidades, creación de negocios, innovación, toma de riesgo, pro-actividad, creación de equipos.</i>	Yamada (2003)
✓ Coordinación del trabajo contratado, riesgo por <i> depender de un trabajo incierto</i> e innovación.	Parker (2003)
✓ <i>Creación de nuevos negocios.</i>	Korunka et al. (2003)
✓ <i>Creación de una nueva organización, búsqueda e identificación de la oportunidad y análisis de la viabilidad del negocio.</i>	Kruger (2004)
✓ <i>Creación de una nueva empresa.</i>	Grundstén (2004)
✓ <i>Creación y/o expansión de negocios.</i>	Bastos et al (2004)
✓ <i>Tipo especial de actividad económica, pero es también un cierto modo de pensar, estilo y tipo de conducta.</i>	Zotova & Arkhipov (2005)
✓ <i>Creación y realización de la oportunidad de crear negocios.</i>	Wood (2005)

Fonte: Autora

Como es posible observar en el cuadro resumen, sea cual sea la manera en que los estudiosos definen al emprendedorismo, bien como un proceso, bien como una acción, o bien como una conducta, claramente se identifica su relación con la creación de negocios. Sin embargo, hay autores que mencionan claramente la creación de negocios refiriéndose a la creación de nuevas organizaciones, mientras que otros prefieren referirse a la creación de nuevos productos o servicios. Además, la definición ofrecida por el Proyecto GEM (Bastos et al., 2004) considera que el emprendedorismo también puede referirse a la expansión de un negocio ya existente, por lo tanto, evidenciando la adopción del término dentro del contexto de las organizaciones. La innovación y los aspectos de búsqueda, evaluación, identificación y explotación de las oportunidades de negocios también son destacados en la definición del emprendedorismo, una vez que muchos atribuyen el hecho de la creación de los negocios a estos importantes aspectos.

La definición de Parker (2003) merece todavía una observación, una vez que ha sido realizada según una investigación que propuso descubrir la existencia de una representación empírica del término en base a análisis estadísticos. El autor, contrario a todos los demás autores citados en las definiciones anteriormente mencionadas, no relaciona al emprendedorismo con la creación de negocios, aunque haga referencia al hecho de que el emprendedorismo involucra un trabajo incierto y riesgo. Sin embargo, su trabajo no representa ningún hallazgo lo suficientemente válido para invalidar los numerosos estudios

pasados que consideran al emprendedorismo como un acto, conducta o proceso relacionados con la creación de negocios.

3. Metodología

Por tratarse de una investigación bibliográfica, nacida de la evidencia del problema encontrado en la teoría del campo del emprendedorismo, el método utilizado para la obtención de las informaciones aquí investigadas fue una amplia recogida de literatura y revisión de la misma. Las fuentes utilizadas fueron las bases de datos, Psycinfo, y la Frontiers of Entrepreneurship Research, de la Babson College, entre otras bases de diversas Universidades. Por lo tanto, se trata de un abordaje cualitativo y descriptivo, con un análisis caracterizado por una discusión conceptual analítica.

4. Conclusiones:

El estudio del emprendedor se caracteriza por ser multidisciplinario, es decir, por la presencia de investigadores de diversos campos, que estudian el fenómeno del emprendedorismo, así como el propio emprendedor, desde sus diferentes perspectivas. Tal característica es positiva en el sentido de ofrecer una diversidad de puntos de vista en relación con el fenómeno emprendedor, lo que lleva a avances significativos en la explicación del mismo. Sin embargo, también provocó una gran amplitud de definiciones, que puede representar un obstáculo para tales avances.

Aunque se pueda encontrar en la literatura autores que presentan distintas maneras de agrupar los diferentes intereses en el estudio del campo del emprendedorismo, claramente se identifica que todas las clasificaciones pueden ser agrupadas en las siguientes corrientes principales: *económica, psicológica, sociológica y gerencial*.

El emprendedorismo puede ser considerado bien como un proceso, bien como una conducta o bien como una acción de crear negocios. Tal acción, conducta o proceso puede cambiar en detrimento de los cambios en el entorno de los negocios, sean ellos en aspectos tecnológicos, de producción o de mercado. Sin embargo, estos cambios ocurren en relación con la manera de crear o conducir el negocio y no con respecto a lo que caracteriza a la acción en sí misma: *la creación de negocios y la innovación*.

Por ser multidimensional, el emprendedorismo no es el resultado de un único y aislado elemento, y sí de un conjunto de aspectos. Sin embargo, sea como conducta o incluso como proceso, el emprendedorismo presenta como elemento principal al individuo emprendedor.

Como una conducta o proceso, el emprendedorismo involucra diversas acciones, que van desde la identificación de la oportunidad de negocio, los análisis de la viabilidad, hasta su desarrollo y finalmente implementación. Incluso el simple hecho de la búsqueda e identificación de la oportunidad no caracteriza a la acción emprendedora.

Hay diferentes tipos de emprendedorismo. Las clasificaciones pueden variar en relación con el parámetro considerado para su definición o con el contexto donde éste es realizado. Por su importancia como fenómeno social y económico, debe ser estudiado desde diferentes puntos de vista, pero con parámetros claramente definidos. Desde luego, el principal parámetro de este estudio es considerar la conducta emprendedora como la creación de negocios. El emprendedorismo siempre estuvo vinculado al campo del pequeño negocio y todavía lo sigue estando. Sin embargo, es importante considerar que lo que caracteriza al

empreendedorismo es la acción de crear negocios, que puede estar vinculada con la innovación y con el aprovechamiento de oportunidades, sean estos pequeños, medianos o grandes.

Referencias

ALLISON, W., CHELL, E. & HAYES, J. (2000). Intuition and entrepreneurial behavior. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9 (1), 31-43.

ANDERSON, A.R., & MILLER, C.J. (2003). “Class matters”: human and social capital in the entrepreneurial process. *Journal of Socio-Economics*, 32, 17–36

BASTOS, P. A. L., Greco, S. M. S. S., Horochovski, R. R., Machado, J. P., & Schlemm, M. M. (2004). *Empreendedorismo no Brasil. Global Entrepreneurship Monitor*. Curitiba, IBQP, SEBRAE

BARON, R. A. (1998). Cognitive Mechanisms in entrepreneurship: Why and When entrepreneurs think differently than other people. *Journal of Business Venturing* (13), 275-294.

BAUMOL, W.J. (2002). *Entrepreneurship, Innovation and Growth: the David-Goliath Symbiosis*. Retrieved August 12, 2006, from http://www.aeaweb.org/annual_mtg_papers/2006/0107_1015_0301.pdf

BUTLER, J. S. (2002). The Science and Practice of New Business Ventures: Wealth Creation and Prosperity through Entrepreneurship Growth and Renewal. *Coleman Foundation White Paper*.

CHU, P. (1988). The search for entrepreneurship. *Internationalizing Entrepreneurship Education and Training 8th Annual Conference*, Germany, 26-28, July.

COVARRUBIAS. I. M. (2003). Emprendedores y Empresarios: un enfoque institucional. *Contribuciones a la Economía*. Recuperado el 13 de octubre de 2003, de www.eumed.net/ce/

CROMIE, S. (2000). Assessing entrepreneurial inclinations: some approaches and empirical evidence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9 (1), 7-30.

CUEVAS, J. G., & CARRASCO, F. R. C. (2001). Un modelo explicativo de la emergencia de empresários. *Economía Industrial*, 340, (IV), 151-162.

ELIASSON, G., & HENREKSON, M (2003). William J. Baumol: An Entrepreneurial Economist on the Economics of Entrepreneurship. *Working Paper Series in Economics and Finance*, 532. Forthcoming *Small Business Economics*.

ENSLEY, M. D., PEARSON, A. & Pearce, C. L. (2003). Top management team process, shared leadership, and new venture performance: a theoretical model and research agenda. *Human Resource Management Review*, (13), 329–346.

FILION , L. J.(2003). Emprendedores y propietarios-dirigentes de pequeña y mediana empresa (PME). *Administración entre Líneas*. Universidad de Yucatán.

GRUNDSTÉN, H. (2004). *Entrepreneurial Intentions and the Entrepreneurial Environment A Study of Technology-Based New Venture Creation*. Dissertation for the degree of Doctor of Science in Technology. Helsinki University of Technology. Retrieved May 28, 2004, from <http://www.tuta.hut.fi/>

HISRICH, R. D. (2000). Can psychological approaches be used effectively: An overview. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9 (1), 93-96.

KENNEDY , J., DRENNAN, J., RENFROW, P. & Watson, P. (2003). Situational factors and entrepreneurial intentions. *16th Annual Conference of Small Enterprise Association of Australia and New Zealand*.

KESSLER, A., & FRANK, H. (2005). Nascent entrepreneurship in a longitudinal perspective – the impact of personality, environment, resources, and the founding process on the decision to start up a business: results of the Vienna entrepreneurship studies. *Frontiers the Entrepreneurship Research*.

KIRZNER, I. M. (1997). Between Mises and Keyes, an interview with Israel M. Kizner. *The Austrian Economics Newsletter*, 17, 1. Retrieved August 4, 2006 from http://www.mises.org/journals/aen/aen17_1_1.asp

KIRZNER, I.M. (1984). The role of the entrepreneur in the economic system. *The Inaugural. John Boton Lecture*. Retrieved July 24, 2005 from <http://www.cis.org.au/events/JBL/jbl84.htm>

KYRÖ, P. (1996). The Points of Transition in Reforming the Understanding and Meaning of Entrepreneurship. *Academy of Entrepreneurship Journal, European Edition*, 2, (1), 71-94.

KORUNKA, C., FRANK, H., LUEGER, M., & Mugler, J. (2003). The entrepreneurial personality in the context of resources, environment, and the startup process – a configurational approach. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23-42.

KRUEGER, N.F.J., REILLY, M.D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.

KRUGER, M.E. (2004). *Creativity in the Entrepreneurship Domain*. Thesis doctoral. University of Pretoria. Faculty of Economic and Management Sciences.

LLEWELLYN, D. J., & WILSON, K. M. (2003). The controversial role of personality traits in entrepreneurial psychology. *Education + Training*, 45, (6), 341-345.

MITCHELL, R. K., BUSENITZ, L., Lant, T., Mc Dougall, P. P., Morse, E. A., & Smith, J. B. (2002). Toward a Theory of Entrepreneurial Cognition: Rethinking the people side of entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 93-104.

MORRISON, A. (2000). Entrepreneurship what triggers it? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 6, (2), 59-71.

MURPHY, P.J., Liao, J., & WELSCH, H. P. (2006). A conceptual history of entrepreneurial thought. *Journal of Management History*, 12, (1), 12-35.

NECK, C. P., NECK, M. H., MANZ, C. C., & Godwin, J. (1999). I think I can; I think I can" A self-leadership perspective toward enhancing entrepreneur thought patterns, self-efficacy, and performance. *Journal of Managerial Psychology*, 14, (6), 477-501.

PARKER, S.C. (2003). What is entrepreneurship? A Proposal for a Data-Based Methodology. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 9, (2), 45-65.

RAO, D. R. (2004). *Culture and Entrepreneurship in Fiji's small tourism business sector*. Thesis doctoral. Victoria University, Melbourne, Australia.

SHANE, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, (13), 257–279.

URBAN, B. (2004). *Understanding the moderating effect of culture and self-efficacy of entrepreneurial intention*. Thesis doctoral, Faculty of Economic and Management Sciences, University of Pretoria.

VECCHIO, R. P. (2003). Entrepreneurship and leadership: common trends and common threads. *Human Resource Management Review*, (13), 303–327.

YAMADA, J.I (2004). A multi-dimensional view of entrepreneurship: Towards a research agenda on organization emergence. *Journal of Management Development*, 23,(4),289-320.

ZOTOVA T., & ARKHIPOV, A.U. (2005). Rationality and Absurdity in the Economic Behavior of Russian Entrepreneurs. *30th annual Congress IAREP*.

WOOD, J. S. (2005). The development and present state of the theory of entrepreneurship in product and asset markets by Knight, Hayek, Schumpeter, Mises, Kirzner, Shackle and Lachman. *Austrian Scholars Conference, March, 19*.