

ENRIQUE LOREDO FERNÁNDEZ

Emprendedores sociales y empresarios: ¿Hablamos de la misma especie?



En Biología, una especie es la unidad básica de la clasificación y se corresponde con cada uno de los grupos en que se dividen los géneros. Pertenecer a la misma especie permite entrecruzarse y ocupar nichos ecológicos semejantes. Recurriendo a una analogía biológica, cabe preguntarse si el emprendedor social y el empresario forman parte de la misma especie o si, por el contrario, se trata de grupos con rasgos marcadamente diferentes. ¿En qué se diferencia un emprendedor social de un empresario? ¿Qué nicho o función ocupa cada uno en la sociedad?

¿Qué es un empresario?

La primera cuestión a resolver para centrar el debate es la definición de lo que es un empresario. La cuestión parece baladí, pero no debe ser tan fácil de dilucidar cuando la propia Ciencia Económica –más concretamente el paradigma Neoclásico que impregna todos los textos introductorios ortodoxos de Economía- ignora la función empresarial (Brunet y Baltar, 2010). Para esta tradición, lo importante es el

Enrique Loredo Fernández es Profesor de Organización de Empresas de la Universidad de Oviedo

funcionamiento de los mercados y la empresa un mero constructo auxiliar: un agente económico con capacidad de decisión que se limita a elegir un plan de producción técnicamente factible que maximiza el beneficio. Ese es el mensaje que reciben los estudiantes de primer curso de Economía y que resulta tan chocante como si a un estudiante de un grado en Geografía comienzan asegurándole que la tierra es plana. El énfasis en el equilibrio, el formalismo matemático y el estereotipo del *homo economicus* como maximizador supone la negación de la función empresarial y de la centralidad de la figura del empresario (Cuervo, 2004).

Tampoco el Derecho ha atinado en definir qué es un empresario. De hecho, el vigente Código de Comercio de 1885, en su artículo 1, no habla de empresarios, sino de comerciantes, como «los que, teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, se dedican a él habitualmente». A modo de anécdota cabe señalar que el trasnochado y, por tanto, irrelevante marco legal tampoco afina con los trabajadores, a los que clasifica en factores, dependientes y mancebos.

El Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española (RAE) aporta cuatro definiciones de empresario. Una es la «persona que emplea obreros». Con los datos del Directorio Central de Empresas (DIRCE) sobre la mesa, la afirmación no se cumple: de las 3.291.263 empresas que existían en España al inicio de 2010, 1.774.005 no tenían asalariado alguno. Empresario y empleador sólo a veces es lo mismo. La segunda definición contempla una acepción muy española y lúdica, centrada en una rama de actividad: «empresario es la persona que abre al público y explota un espectáculo o diversión». La tercera, aunque por otro motivo, también entronca en la tradición española de hacer negocios: «persona que por concesión o por contrata ejecuta una obra o explota un servicio público». Asimila pues al empresario al seguidor de servicios externalizados por otras organizaciones privadas o públicas. Es decir, un mero buscador de rentas, un ser que vive a rebufo de otro y para el que trabaja. Finalmente, la cuarta definición es la más atinada: «titular propietario o directivo de una industria, negocio o empresa».

La RAE introduce de forma sutil las dos funciones clásicas del empresario. Por un lado ser el inversor o propietario de los medios de producción y quién asume el riesgo. Por otro lado, ser el directivo o gestor que toma las decisiones, coordinando a los demás factores productivos. En la visión más convencional, ambas facetas propietario y directivo, se daban simultáneamente en el mismo individuo: el empresario que actúa con el objetivo de maximizar el beneficio. Sin embargo, hace ya siglos que en ciertas grandes empresas se produce una especialización de funciones, permitiendo la separación entre propiedad y control. La asignación de cada tarea al agente que está más capacitado para ello es una solución a priori más eficiente, aunque no exenta de

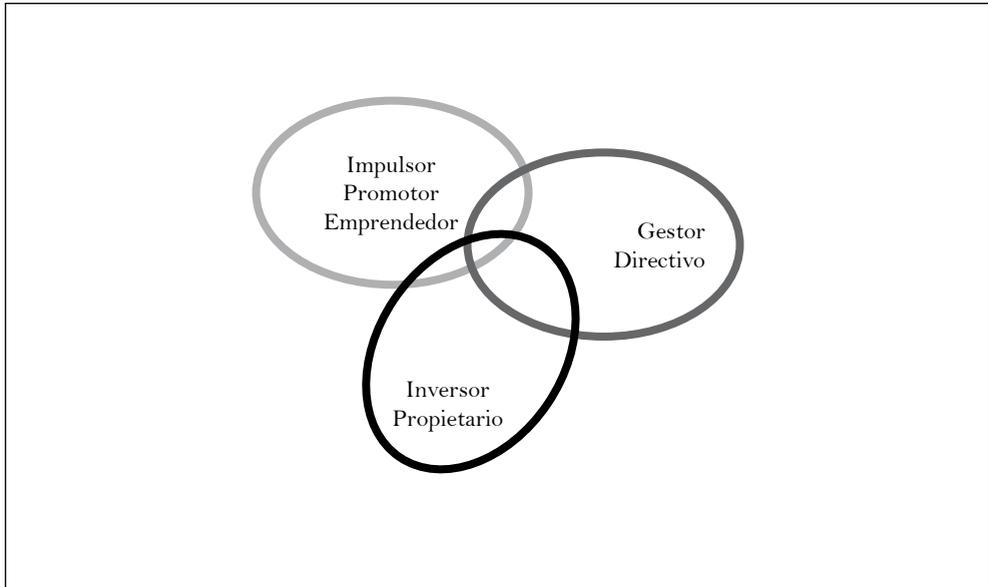


Gráfico 1. Funciones del empresario

riesgos (Berle y Means, 1932), que tratan de mitigar las prácticas de buen gobierno empresarial (OCDE, 1998).

Ahora bien, tanto la RAE como la Economía Neoclásica olvidan la tercera función básica del empresario: el papel de impulsor, promotor, innovador o emprendedor. El empresario es también el que introduce el cambio en el sistema, el que no acepta el *statu quo* y el que reinventa la empresa cada día. El proceso de destrucción creativa de Schumpeter (1934) es básicamente un fenómeno empresarial. Curiosamente, la RAE sí atina cuando define emprender: «acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro». Pero parece que en castellano, quizá como herencia de una tradición religioso-cultural alérgica al cambio, ser emprendedor no se concibe como parte más de la función empresarial.

El arquetipo de empresario, por lo tanto, combinaría los tres roles antes descritos de propietario, gestor y emprendedor (figura 1). Sin embargo, en la vida real existen otras muchas combinaciones posibles: gestores-propietarios que no emprenden, por ejemplo, aquellos que heredan un negocio y se limitan a mantenerlo; emprendedores-directivos que asumen y lideran el negocio como propio, aunque no lo sea; emprendedores-propietarios que no gestionan un negocio, sino que se limitan a financiarlo e impulsarlo (¿qué mejor definición de un *business angel*?). Todas esas figuras tan próximas al empresario canónico permitirían, como ya se ha indicado, una

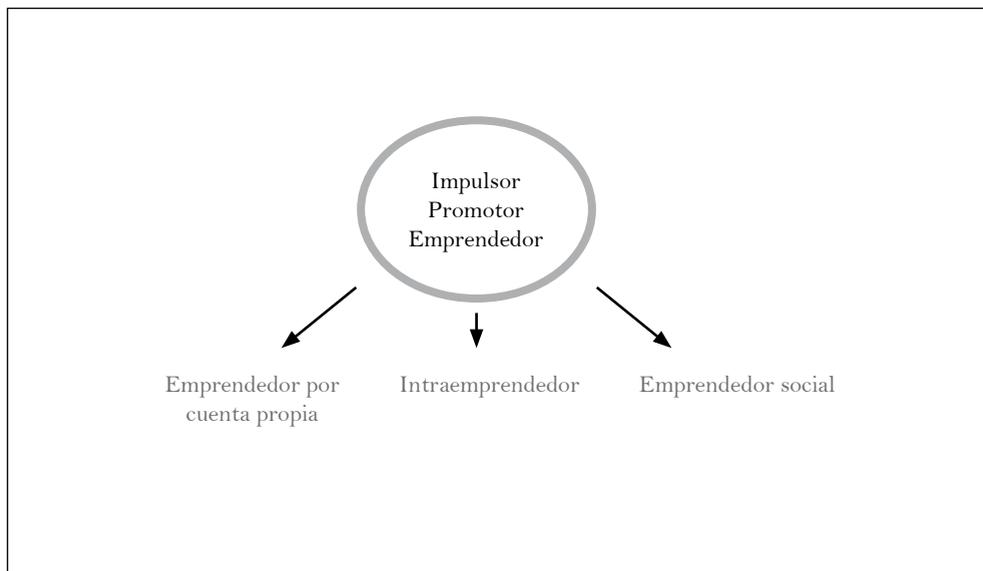


Gráfico 2. Tipos de emprendedores

especialización de funciones más eficiente (Jensen y Meckling, 1976), ya que puede haber buenos gestores y emprendedores que carezcan de fondos.

Ahora bien, este planteamiento ayuda a entender que el emprendimiento no se circunscribe a la función empresarial. Existen otros muchos emprendedores que no son empresarios. De entre ellos, destacan dos: los intraemprendedores (*corporate entrepreneurs*) y los emprendedores sociales.

Los intraemprendedores son emprendedores por cuenta ajena. Innovan dentro de la organización para la que trabajan. Las empresas y las entidades públicas más dinámicas son conscientes de que sólo pueden mantener una cultura de innovación y emprendimiento si consiguen que su capital humano sea intensivo en intraemprendedores. Las prácticas de gestión de recursos humanos son claves para atraer, retener y motivar a los intraprendedores. Por lo que respecta a los emprendedores sociales, serán tratados a continuación.

¿Qué es un emprendedor social?

Un emprendedor social promueve el cambio con el fin de que el valor creado beneficie a un colectivo más o menos amplio, que no tiene por qué coincidir con la propiedad de la organización. La misión de su actuación es puramente social. Mien-

tras que el empresario se apropia del valor generado, en retribución por asumir el riesgo, coordinar a los demás factores e innovar.

Aunque los emprendedores sociales y los empresarios parecen dos especies diferentes, en realidad son dos grupos muy próximos atendiendo a su comportamiento (Dees, 1998). Los emprendedores sociales ponen el énfasis en la responsabilidad social y articulan los recursos necesarios para conseguir su misión. Es decir, gestionan, pero con un fin social y sin ánimo de lucro. En cambio los empresarios enfatizan la búsqueda del beneficio, aunque sin desdeñar la responsabilidad social. También gestionan, pero con ánimo de lucro.

La responsabilidad social (Nieto y Fernández, 2004) o valor compartido (Porter y Kramer, 2011) deberían estar presentes en las decisiones de los emprendedores sociales y los empresarios. Mientras que para los primeros sería la razón de ser, para los segundos es una restricción relevante para la supervivencia a largo plazo. Pero tanto emprendedores sociales como empresarios impulsan nuevas iniciativas y, llegado el caso, las gestionan (Mort, Weerawardena y Carnegie, 2003).

Peredo y McLean (2006) apuntan que los emprendedores sociales tienden a desarrollar su actividad en un entorno con gran escasez de recursos. Asimismo, también se les asocia con una mayor persistencia (Dees, 2008), con una actitud más visionaria o con una motivación más inquebrantable. Aún siendo cierto, ninguna de esas características es ajena a un gran número de emprendedores empresariales, especialmente a los que promueven iniciativas de menor tamaño y que tienen que adoptar comportamientos de lo más ingenioso para salir adelante.

Además es interesante destacar que las fronteras entre ambos grupos son totalmente permeables. De hecho muchos empresarios asumen a tiempo parcial el liderazgo de proyectos sociales. Al igual que hay emprendedores sociales que transforman sus organizaciones en verdaderas empresas. Un típico caso son las empresas de inserción social. No serán mundos tan distintos si se transita con tanta naturalidad de un entorno a otro.

En todo caso, los emprendedores sociales han sido los últimos en captar la atención de los decisores. Las administraciones públicas se han volcado en la promoción y formación de empresarios emprendedores. Las organizaciones públicas y privadas internamente valoran cada vez más el intraemprendimiento. Pero en el ámbito del emprendimiento social está casi todo por hacer.

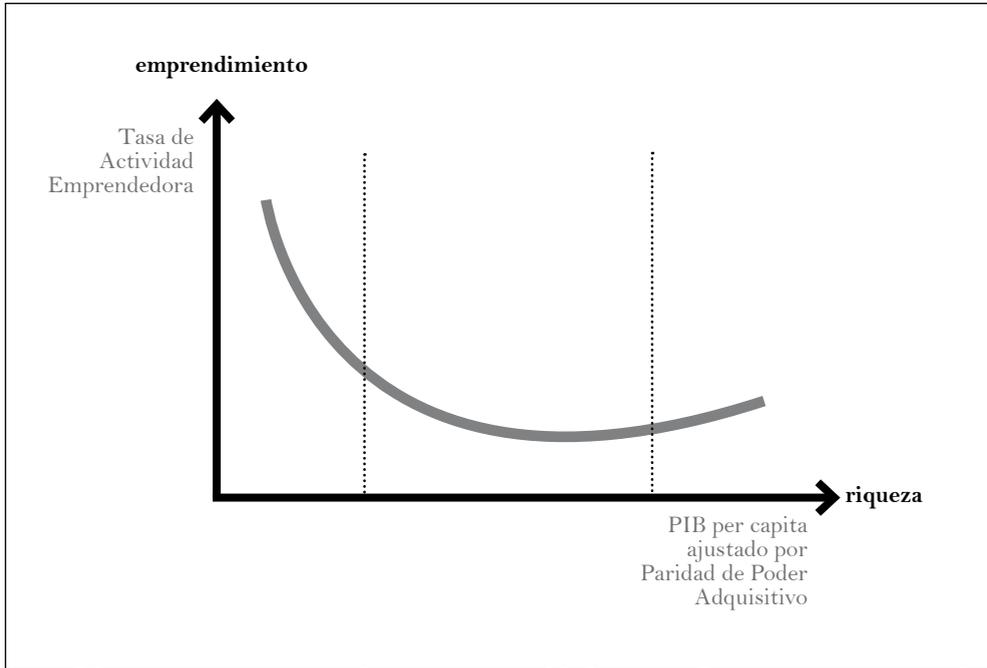
Emprendedor, ¿se nace o se hace?

Los investigadores académicos llevan décadas debatiendo sobre si las características del emprendedor son innatas o adquiridas. Se reproduce así la misma dico-

tomía que en las teorías sobre el liderazgo. Por un lado, una escuela de pensamiento propugna que los rasgos ideales del emprendedor son congénitos (mayor tolerancia al riesgo, deseo de control interno, toma de decisiones eficaz o actitud visionaria, entre otros) y que el carácter emprendedor se tiene o no se tiene. Por otro lado, otros investigadores postulan que la actitud emprendedora tiene un fuerte componente social y que, por lo tanto, puede estimularse, transmitirse y desarrollarse. Incluso hay una tercera corriente que defiende que ser emprendedor tiene un alto componente situacional: la mayoría de las personas se convertirían en emprendedores ante un determinado contexto externo, por ejemplo en situaciones de marcada necesidad.

Dicho esto, parece claro que la dicotomía «nacer» versus «hacer» es demasiado reductora. En realidad las dos fuerzas están presentes. Que existe un elemento innato es innegable, pues no todas las personas tienen los mismos rasgos de personalidad. Ahora bien, aún partiendo de las restricciones impuestas por la propia naturaleza, el ser humano tiene un margen inmenso para mejorar sus capacidades emprendedoras. Pero lograr individuos más emprendedores no se consigue únicamente a través de la educación reglada. La familia, el círculo de relaciones, las instituciones y los valores de la sociedad conforman un entramado que influye, para bien o para mal, en el capital emprendedor de un territorio (Carrasco y Castaño, 2008). Desgraciadamente muchas políticas y programas de fomento del emprendimiento no tienen en cuenta esa lógica sistémica. Recurriendo a un símil, es como si se realiza un gran esfuerzo en inyectar aire (recursos) a través de la válvula (formación) de una cámara (capital humano) que está llena de pinchazos: el aire se va, la rueda continúa sin presión y estaremos más cansados.

Aunque circunscritos al ámbito empresarial, los estudios del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) han permitido verificar empíricamente que existe una relación entre el nivel de bienestar de un territorio y su tasa de actividad emprendedora (Kelley, Bosma y Amorós, 2011). Tamo como muestra el gráfico 3, las sociedades con menores niveles de renta tienen unos altos niveles de emprendimiento, aunque éstos sean mayoritariamente por necesidad. En cambio, a medida que el nivel de bienestar aumenta, los individuos encuentran empleos por cuenta ajena que les permiten obtener una renta mayor y por lo tanto se reduce el porcentaje de emprendedores. Esa disminución está asociada a etapas de industrialización, aparición de grandes empresas y desarrollo económico. Sin embargo, esa tendencia tiene un punto de inflexión, puesto que los territorios con mayores niveles de renta exhiben mayores tasas de actividad emprendedora: más personas inician nuevos negocios, más personas trabajan por cuenta propia, más innovaciones llegan al mercado y más servicios se externalizan en redes de proveedores especializados (Cuervo y Montoro, 2010). En



este último contexto, emprender por oportunidad es más frecuente que emprender por necesidad y la calidad de las iniciativas es mucho mayor.

Gráfico 3. Emprendimiento y nivel de renta

Conclusión

Si es factible cultivar el factor emprendedor y si las sociedades más desarrolladas son intensivas en emprendedores, el objetivo de acción política está claro. Pero sin olvidar que estamos ante un problema que depende de un sistema, no de una única variable, y que requiere una apuesta estable a largo plazo.

Además del emprendimiento empresarial, los territorios tienen que estimular y apoyar a los emprendedores sociales ya que: (i) son una fuente de empleo y riqueza; (ii) crean cohesión social y (iii) son una cantera de emprendedores empresariales.

Aunque es un tema aún por estudiar, no es aventurado suponer que existe una correlación entre el emprendimiento empresarial y social. En entornos de rentas bajas y alto emprendimiento por necesidad, cabrá esperar elevadas tasas de emprendimiento social. A medida que el nivel de renta aumenta y el sector público asume

competencias protectoras, disminuirá todo tipo de emprendimiento. Pero la sociedad civil será de nuevo más pujante, innovadora y transgresora en entornos de rentas altas y con alto emprendimiento por oportunidad.

Referencias

BERLE, A.A. y G.C. Means (1932): *The modern corporation and private property*, Macmillan, New York.

BRUNET, I. y F. Baltar (2010): *Creación de empresas: innovación e instituciones*. Rama, Madrid.

CARRASCO, I. y M.S. Castaño (2008): «El emprendedor shumpeteriano y el contexto social», *Información Comercial Española*, 845, Noviembre-Diciembre, 121-134.

CUERVO, A. (2004): «Creación Empresarial: sobre los empresarios». En S. Roig, D. Ribeiro, V. R. Torcal, A. de la Torre, E. Cerver (eds.) *El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I*. Universitat de Valencia. Valencia.

CUERVO, J.A. y M.A. Montoro (2010): «Iniciativa emprendedora y vocación global: el empresario en la pequeña y mediana empresa como emprendedor-directivo», *Economía Industrial*, 375, 125-137.

DEES, J.G. (1998): *The meaning of social entrepreneurship*. Draft Report for the Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership. Stanford University. Mimemo.

JENSEN, M.C. y W. Meckling (1976): «Theory of the firm: Managerial behaviour, agency costs, and capital structure», *Journal of Financial Economics*, 3, 305-360.

KELLEY, D.J.; N. Bosma y J.E. Amorós (2011): *Global Entrepreneurship Monitor: 2010 Global Report*. Babson College y Universidad de Desarrollo.

MORT, G. S.; J. Weerawardena y K. Carnegie (2003). «Social entrepreneurship: Towards conceptualisation», *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8(1): 76-89.

NIETO ANTOLÍN, M. y R. Fernández Gago (2004): «Responsabilidad social corporativa: la última innovación en management», *Universia Business Review*, Primer trimestre, 28-39.

OCDE (1998): *Corporate governance. Improving competitiveness and access to capital in global markets*, OECD, París.

PORTER, M.E. y M.R. Kramer (2011): «Creating shared value», *Harvard Business Review*, January- February.

SCHUMPETER, J.A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, Harvard University Press.