

LA EVOLUCIÓN DEL ESPÍRITU  
EMPRESARIAL COMO CAMPO DEL  
CONOCIMIENTO.  
HACIA UNA VISIÓN SISTÉMICA  
Y HUMANISTA\*

*Fernando Pereira Laverde\*\**

---

\* Este es un artículo de revisión conceptual para tesis doctoral y aún está en desarrollo. El artículo se recibió el 30-04-2007 y se aprobó el 29-11-2007.

\*\* Candidato a Doctor en Administración, Ecole Des Hautes Etudes Commerciales (HEC), Canadá; Magíster en Administración, Universidad de los Andes, Colombia, 1989; Ingeniero industrial, Pontificia Universidad Javeriana, Colombia, 1985. Profesor asociado de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Pontificia Universidad Javeriana, Cali, Colombia. Correo electrónico: fpereira@puj.edu.co

***La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista***

RESUMEN

Con el objetivo de comprender mejor el potencial de desarrollo del campo de conocimiento del espíritu emprendedor, en el artículo se examina su estructuración y se afirma que se requiere superar aproximaciones monodisciplinarias que no consideren ni el contexto ni la dimensión temporal en su comprensión. Esta discusión general se complementa con un examen de las limitaciones de las principales escuelas teóricas del campo, el cual invita a asumir una perspectiva sistémica que reconozca que cada escuela contribuye a la comprensión del fenómeno emprendedor. De este modo, se presentan los aportes y limitaciones de las escuelas tales como la económica, la de rasgos de carácter, la estratégica y la de procesos o dialógica. Adicionalmente, se identifican los elementos clave de las oportunidades de investigación centradas en concepciones sistémicas y humanistas, que marcarán el futuro desarrollo de este campo de conocimiento.

**Palabras clave:** espíritu emprendedor, concepción sistémica, desarrollo del campo de conocimiento del espíritu emprendedor.

***The Evolution of Entrepreneurial Spirit as a Field of Knowledge. Towards a Systemic, Humane Vision***

ABSTRACT

For the purpose of better understanding the development potential that the field of knowledge entrepreneurial spirit has, this article examines how it is structured and affirms that it is necessary to go beyond monodisciplinary approaches that do not consider context or temporal dimension to understand it. This general discussion is complemented by an examination of the limitations of the main theoretical schools of thought regarding this field, which invites us to assume a systemic perspective acknowledging that each school contributes to understanding the entrepreneur phenomenon. In that manner, the authors present the contributions and limitations of schools, such as the economic current, the character trait current, the strategic current, and the process or dialogic current. Furthermore, the key components of research opportunities aimed at systemic, humane concepts, which will mark the future development of this field of knowledge, are identified.

**Key words:** Entrepreneurial spirit, systemic concept, development of the field of knowledge entrepreneurial spirit.

## Introducción

El objetivo de este artículo es presentar elementos clave que muestren la tendencia en la investigación en el campo de la administración y del espíritu emprendedor en el ámbito internacional, que permitan a los investigadores interesados tomar posición frente a estas dinámicas conceptuales. Por ello esta contribución se orienta principalmente para investigadores dentro de los campos mencionados.

Con el objetivo de reconocer estas tendencias, inicialmente, se examina la situación actual del campo del espíritu emprendedor, para identificar los puntos clave actuales de discusión a través del análisis de la producción académica. Esta comprensión se enriquece con la identificación de las contribuciones de las principales escuelas de pensamiento y las restricciones que impusieron al campo a través de su desarrollo histórico, y se evidencia la concepción sistémica y humanista del fenómeno emprendedor en la nueva escuela de procesos.

### 1. Punto de partida teórico del concepto de espíritu emprendedor

La proliferación de términos como *emprendimiento*, *emprededurismo*, *empresarismo*, adicionales al *espíritu emprendedor*, exige explicitar qué se entiende por espíritu emprendedor en este artículo y qué representa la comprensión que el autor ha construido a partir de una amplia revisión bibliográfica<sup>1</sup>. Esto es especialmente importante, pues se

toma distancia de la propuesta de Veciana (2005 y 1996), reconocido investigador europeo, quien afirma:

Como persona que desde hace años vengo dedicándome a la investigación del empresario, la función empresarial y la creación de empresas, oír hablar de los “emprendedores” me resulta extraño, y me pregunto el porqué de este cambio lingüístico. (Veciana, 2005, p. 34)

En español existe el término “empresario” de uso corriente tanto en el lenguaje cotidiano como en el técnico-científico que traduce perfectamente al de “entrepreneur” francés e inglés, al de “Unternehmer” alemán... (p. 34)

Pero quisiera subrayar que no hay que pensar que la labor de las personas que se deciden a crear una empresa en la actualidad y la función socioeconómica que con ello cumplen en la sociedad creando nuevos puestos de trabajo, son distintas de las del empresario en el pasado. (p. 35)

Es claro que esta concepción se basa en la “labor” y la creación de nuevos puestos de trabajo, en otras palabras, la empresa. Esta base conceptual de partida explica las limitaciones que adelante se explicitan y las bondades del concepto de emprendedor. Inicialmente se retoman los aportes literarios y de diccionarios para la comprensión, a fin de hacer luego la discusión desde el campo del conocimiento del *entrepreneurship*.

El sentido de la expresión *espíritu emprendedor* se toma del término inglés de *entrepreneurship*, cuyo origen está en el término francés *entrepreneur*. En la búsqueda de los

<sup>1</sup> Este trabajo es uno de los resultados de una amplia revisión conceptual para la preparación del marco teórico de la tesis doctoral del autor.

primeros rastros semánticos del concepto de emprendedor, es importante retomar el trabajo presentado por Verin (1982), en su tesis doctoral en literatura, quien encontró el origen histórico del término a finales del siglo XVII y comienzos del XVIII. Este se asociaba con dos usos iniciales:

- La persona que asumía una construcción civil, cuyo diseño es acordado previamente lo mismo que el pago. Esta acepción resalta la idea de una actividad importante retribuida económicamente; además hace énfasis en el conocimiento y no en el capital para realizar la iniciativa.
- El guerrero que emprende una conquista, propio del espíritu de las cruzadas de la Edad Media. Esta idea resalta la característica de arrojo, valentía y riesgos que implica la iniciativa.

En el *Diccionario de la Real Academia Española* se encuentra una concepción similar a la presentada por Verin:

Emprender: determinarse a tratar de hacer cosa ardua y difícil; como una acción militar, una conquista. La raíz desde verbo sale del Latín *apprenbendere*, porque el que resuelve ejecutar algún negocio y empresa de consecuencia, antecedentemente la considera y dispone, para lograr su intento. (1791, p. 359)

El *entrepreneur*, concepto que habla de la persona que se caracteriza por su *entrepreneurship*, se traduce al castellano como emprendedor. Según la Real Academia Española, el término quiere decir: “Emprendedor: la persona que emprende y se determina a hacer y ejecutar con resolución y empeño

alguna operación considerable y ardua” (1791, p. 359).

El término *entrepreneur* apareció por primera vez en el texto *Essai Sur la Nature du Commerce en Général*, escrito por Richard Cantillon (1755), reconocido por muchos historiadores como el primer gran teórico de la economía. La palabra designaba a una persona que se caracterizaba por comprar productos a precios conocidos para venderlos en el mercado a precios desconocidos. Esta concepción asoció al término emprendedor los elementos conceptuales de recursos y riesgo.

Posteriormente, fue enriqueciéndose con los aportes de economistas importantes como Say (1852), Knight (1921), Baumol (1968 y 1993), Braudel (1985), Casson (1982), quienes diferenciaron al emprendedor del inversionista, al reconocer la diferencia en el rendimiento que cada uno espera de sus acciones. El inversionista espera el rendimiento sobre el capital, mientras el emprendedor busca el resultado de quitarle a las utilidades que su acción emprendedora genera los costos incurridos por el uso del capital del inversionista.

Esta diferencia se acentuó con el valioso aporte de Schumpeter (1961 y 1965), quien identificó al emprendedor como el “destructor creativo”, que rompe los ciclos ajustados del mercado –la competencia ha llevado a reducir los precios de los productos hasta el punto de permitir obtener un pequeño margen suficiente para recuperar los costos y lograr un rendimiento financiero sobre el capital invertido–, mediante la introducción de una innovación que le brinda una ventana de

tiempo monopolística que le permite fijar un precio muy superior al costo de los recursos utilizados para la producción. La diferencia entre estos dos valores es el rendimiento del emprendedor, que con el tiempo se reduce cuando es copiado por sus competidores. Esto lleva los precios a niveles bajos, ajustados en el mercado. De este modo se reestablece el ciclo que el emprendedor volverá a romper con otra innovación.

Por lo tanto, lo que realmente diferencia al emprendedor es un proceso de desarrollo caracterizado por la innovación constante. En otras palabras, para diferenciar el concepto de emprendedor de otros, es necesario centrarse en el proceso de desarrollo y no en los resultados de la acción. Lo que permite caracterizarlo como tal no es el resultado de la acción del emprendedor, concretada en la creación de una empresa o en una gran acumulación de capital. El real aspecto diferenciador del emprendedor es la innovación constante.

Por otra parte, el concepto de empresario se define en el *Diccionario de la Real Academia Española* como: “Empresario, ria: El que toma a su cargo alguna empresa o negociación en que intervienen otras personas, poniendo los fondos necesarios para ella, y recayendo en él las pérdidas ó las ganancias que resulten” (1837, p. 790)

Es claro que el concepto de empresario hace énfasis en la empresa que este toma a su cargo y más específicamente en el resultado de sus acciones. Es interesante pensar si sería válido seguir llamando empresario o empresaria a la persona en cuestión, en el caso en que la empresa desapareciera, sea por quiebra o porque otra empresa la absorbiera.

Si la esencia del objeto que lo caracteriza (la empresa) desaparece, no tendría sentido seguir llamándolo empresario. Caso distinto para el concepto de emprendedor, porque lo que le da sentido a su nombre es el continuo proceso innovador.

El punto más importante en esta discusión es responder a la posición de algunos expertos que cuestionan la validez del concepto de emprendedor, al reconocer que el término *empresario* es adecuado y suficiente; argumentan que el primer término es obsoleto. Sin embargo, la bondad de la palabra *emprendedor* surge al constatar la limitación del concepto de empresario en lo referente a la variable innovación. Si bien es posible que el empresario sea innovador al momento de iniciar su empresa, no es requisito sine qua non que lo siga siendo para asegurar la existencia de la empresa.

Es posible que el empresario asuma la posición de un inversionista preocupado por maximizar el retorno sobre la inversión inicial hecha en la empresa. En ese momento, el empresario pierde la característica de emprendedor y hace necesario revisar la validez del término *emprendedor*. Por lo tanto, un empresario puede ser emprendedor en algún momento de su vida, pero que sea empresario no es garantía que siempre sea innovador.

Esto se ajusta al reclamo que hizo McClelland (1976a) en el prefacio del libro *The Achieving Society*, quien aclaró que el rol de emprendedor lo puede asumir cualquier persona durante un período y luego dejarlo de lado. Por ello es necesario valorar el concepto de emprendedor, que se refiere a la persona que vive un proceso de innovaciones

continuas. En el momento en que deja de realizarlas, deja de ser emprendedor.

En resumen, es posible afirmar que los conceptos de emprendedor y empresario no son equivalentes, dadas las diferencias discutidas. Por ello es equivocado utilizar indistintamente las expresiones *espíritu emprendedor* y *espíritu empresarial*. Este último se entiende a partir de la existencia de una empresa y cuyo fomento ha sido entendido como el fomento de modelos de formación empresarial, tal como lo afirman Rusque, Ramírez, Guzmán, Gatica y Torres (1998). El desarrollo del espíritu emprendedor está centrado en el individuo y en estudiar sus dimensiones<sup>2</sup> psicológicas, culturales y económicas, desde una perspectiva sistémica y evidentemente humanista.

## 2. Adolescencia del campo de conocimiento del espíritu emprendedor

Es necesario iniciar esta reflexión ubicando como punto de partida la comprensión amplia del campo de conocimiento del espíritu emprendedor. Para ello se construye una imagen a partir de los análisis de publicaciones sobre el tema, bajo el supuesto de que estos espacios de socialización del conocimiento son un claro indicador del desarrollo de este campo de conocimiento. Una apreciación general en que concuerdan todos los autores es el estado preteórico (Dery y Toulouse, 1994), su etapa de adolescencia (Gregoire, Déry y Béchar, 2001), su limitado progreso hacia su conso-

lidación como disciplina de conocimiento (Romano y Ratnatunga, 1996; Busenitz et al., 2003). Esta situación puede observarse como una dificultad o como una oportunidad para contribuir a su desarrollo.

Para que el campo de conocimiento del espíritu emprendedor sea legitimado en medio de otros campos existentes, se requiere que posea una base ontológica y epistemológica propia, diferenciada y reconocida. Para ello tuvo que partir de discusiones teóricas basadas en modelos conceptuales prestados de otras disciplinas (Bygrave, 1989a) y en estudios empíricos que prueban y validan los nuevos modelos teóricos explicativos.

Este proceso debe lograr una nueva teoría articulada, que integre todos los elementos propios del fenómeno emprendedor y sea reconocida por colegas de otros campos de investigación. Un indicador del logro de esta identidad es el contar con preguntas, conceptos y relaciones propuestas, diferentes a las planteadas por otros campos del conocimiento y que se haga explícito que el problema propio del campo no puede entenderse completamente con las “lentes” conceptuales de otros campos. En ese momento se podrá reconocer la existencia de un nuevo campo de conocimiento, el del espíritu emprendedor.

### 2.1 Posibilidades de desarrollo del campo del espíritu emprendedor con el estudio de las interrelaciones

La contribución de Busenitz et al. (2003) permite identificar los espacios vacíos en la producción científica del campo, que abre las puertas a nuevas contribuciones.

<sup>2</sup> Se entiende por *dimensión* (Diccionario Virtual de la Real academia Española, disponible en <http://www.rae.es>) cada una de las magnitudes de un conjunto que sirven para definir un fenómeno.

Dado que el campo de conocimiento del espíritu emprendedor se inscribe dentro de la disciplina administrativa, se entiende que para el análisis de los artículos publicados se deben tomar las revistas especializadas más importantes de la administración. Así es como los autores escogieron los artículos sobre espíritu emprendedor publicados en las siete revistas especializadas más reconocidas de administración –*Academy of Management Journal* (AMJ), *Academy of Management Review* (AMR), *Strategic Management Journal* (SMJ), *Journal of Management* (JOM), *Organization Science* (OS), *Management Science* (MS) y *Administrative Science Quarterly* (ASQ)<sup>3</sup>– en el período 1985-1999.

Se identificó que la proporción de artículos sobre el tema de espíritu emprendedor (97) es muy baja frente al total de artículos publicados (1,8%). Esta proporción es creciente a través del tiempo (el promedio anual de artículos publicados creció de 4,9 entre 1985-1991 a 7,9 entre 1992-1999) y los artículos se caracterizan por ser primordialmente de tipo empírico.

Se ha identificado una paulatina consolidación del campo del espíritu emprendedor, reflejada en un creciente “edificio” teórico. Los investigadores lograron identificar en los artículos sobre el tema una proporción gradual de citaciones de revistas especializadas en *entrepreneurship* y una disminución en citas de fuentes distintas de revistas especializadas en el espíritu emprendedor. La revista especializada sobre espíritu emprendedor más citada es el *Journal of Business*

*Venturing*, que es el quinto *journal* del total de revistas académicas citadas. Esto es un indicador de la consolidación de uno de sus espacios de construcción social de conocimientos. Existen otros espacios centrales, como las conferencias de *Frontiers of Entrepreneurship Research*, que más adelante se discuten.

Los autores constataron, igualmente, una alta permeabilidad del campo del *entrepreneurship* a investigadores de otros campos de conocimiento. Esta situación, dicente del desarrollo alcanzado, abre la puerta a la “fragmentación acumulada” de conocimientos (Harrison y Leitch, 1996), al posibilitar la aplicación de modelos y conceptos unidisciplinarios a problemas emprendedores. Estas aproximaciones monodisciplinarias del problema, que son las semillas sobre las que se construye un nuevo campo de conocimiento (Bygrave, 1989a), requieren ser elaboradas y transformadas en aproximaciones multidisciplinarias y en concepciones más amplias del problema de estudio.

El objeto de estudio debe ampliarse de la dimensión propia de la disciplina (por ejemplo, el problema de los recursos en el caso de la economía) hacia una concepción más amplia del problema, que recoja las relaciones entre los elementos “monodisciplinarios” del objeto de estudio. Esto es, superar la limitación planteada por la parábola de Kipling, de los hombres ciegos que analizaban a un elefante, quienes con tocar sólo una pata o la cola no podían construir una concepción sintética del problema.

Para identificar los elementos centrales al fenómeno emprendedor, Shane y Venkataraman (2000) afirman que las oportunidades

<sup>3</sup> Para conocer una clasificación de estas revistas se puede consultar Tahai y Meyer (1999).



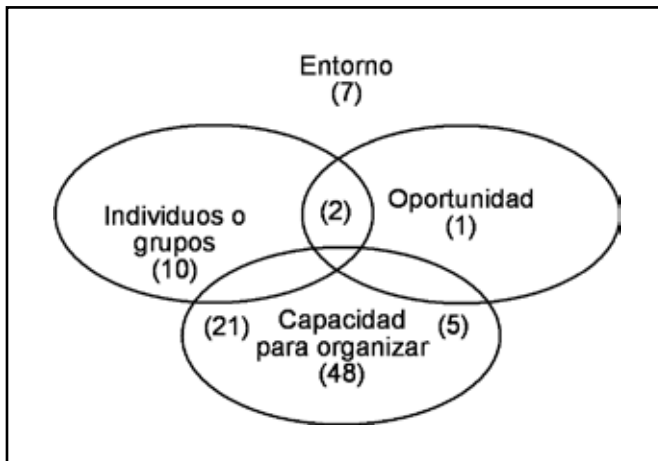
existen independientes de las personas o emprendedores. Esta idea deja ver una concepción estructuralista de fondo. Más, Busenitz et al. (2003) afirman que esta oportunidad no dará frutos sin la percepción, las perspectivas y las interpretaciones de los emprendedores y sin la capacidad de organizar e implementar una organización para explotar esta oportunidad.

Esta concepción sugiere que el espíritu emprendedor no puede entenderse sólo desde el concepto de la oportunidad; tampoco desde las características del individuo emprendedor, y tampoco a partir de sus capacidades de organizar efectivamente. El espíritu emprendedor se entiende en la intersección de estos elementos planteados. Esta comprensión del *entrepreneurship* abre la puerta a la identificación de un nuevo campo de conocimiento que estudia las relaciones entre estos tres

elementos centrales. El estudio unidimensional de sólo uno de ellos únicamente dará resultados informativos pero no contribuirá a la comprensión del fenómeno emprendedor. Aceptar esta afirmación implica reconocer la naturaleza compleja del problema.

Al partir de los elementos propuestos del fenómeno emprendedor, Busenitz et al. (2003) clasificaron los artículos sobre espíritu emprendedor para entender el avance en la consolidación del campo. El primer resultado es la clara concentración de artículos que trabajan los elementos individualmente. Así mismo, es sorprendente el ínfimo número de artículos que tratan el tema de la oportunidad; pero lo más importante para la consolidación del campo es la muy limitada producción científica, medida en términos de artículos, que estudie las interrelaciones entre los elementos centrales del fenómeno emprendedor (Gráfico 1).

Gráfico 1  
**Dominio conceptual del espíritu emprendedor como campo de conocimiento**



Fuente: Busenitz et al. (2003).



En resumen, la oportunidad está en estudiar las interrelaciones y no los elementos, lo cual plantea un mayor reto, pues no es posible asumir una posición monodisciplinar. Esta condición orienta el trabajo de investigación a asumir una perspectiva sistémica del problema.

## **2.2 Enriquecimiento del campo del espíritu emprendedor: contextualización y dimensión temporal**

Dada la importancia del *Journal of Business Venturing*, vale la pena retomar el estudio de estructuración social del campo de conocimiento del espíritu emprendedor realizado por Déry y Toulouse (1994) a partir de los artículos publicados en este *journal*. Con un estudio empírico de los artículos publicados por la revista, desde su fundación en 1986 hasta 1993, con una metodología de análisis de red, los autores identificaron tres características del campo:

- La existencia de una fragmentación social.
- La existencia de un juego colectivo de luchas y alianzas estratégicas en el campo.
- Un repliegue disciplinario, aun cuando posee una imagen de ser multidisciplinario.

Desde el punto de vista epistemológico, el campo del emprendimiento se caracteriza por mantener unas reflexiones epistemológicas normativas y de inspiración formal y filosófica, como nos lo dicen Déry y Toulouse (1994). Esta dirección episte-

mológica es contraria a las epistemologías emergentes en este siglo, las cuales, aunque basadas en la investigación empírica, tienen una actitud descriptiva y comprehensiva antes que normativa y apoyadas en estudios sociológicos e históricos que contextualizan la problemática.

En el caso del campo del emprendimiento, esta dimensión sociológica e histórica no se ha trabajado, y se ha dejado así con una característica de ser un campo de investigación asocial y atemporal. Esta debilidad grave debe ser corregida para futuras iniciativas investigativas en el área. La variedad de conocimientos que caracteriza este campo, que incrementa su complejidad, está basada en cuatro características (Déry y Toulouse, 1994):

- La variedad de campos de apoyo que sirve a los investigadores contribuye a diversificar las problemáticas admitidas en el espíritu emprendedor, que hacen difícil un control sobre su desarrollo. El estudio de las referencias de los artículos analizados indica que utilizan 34 disciplinas de apoyo diferentes, aunque se concentran en unas pocas principalmente. Ante esta situación se entiende la inquietud de Sexton (1988), al preguntarse si el campo del espíritu emprendedor está avanzando o si sólo se está expandiendo en tamaño.
- Los investigadores dirigen sus trabajos a un auditorio sumamente diversificado, a partir del cual obtienen la credibilidad de su trabajo con diferentes grados de valoración y exigencia. Por lo tanto, no es estrictamente necesario para un investigador obtener el reconocimiento de la comunidad científica para ser acep-

tados como miembros del campo, pues son varias las instancias que brindan ese reconocimiento.

- Los miembros del campo tienen acceso a una gran variedad de medios de difusión de sus trabajos que les brindan validez.
- El campo de investigación está impulsado por dos líneas distintas: el desarrollo del conocimiento científico y la contribución a la práctica de los empresarios.

La fragmentación social encontrada se refleja en la escasa acumulación de conocimientos a partir de los artículos publicados y en el aislamiento existente entre los autores, quienes no se relacionan entre sí citándose para lograr la construcción social del conocimiento. Del gran número de referencias encontradas en los artículos analizados, el 76% de ellas sólo apareció una vez en el total de artículos analizados, y menos del 12% fueron utilizados más de dos veces. Es decir, cada artículo se constituye en una isla que no se utiliza para avanzar en la construcción social del conocimiento en el campo.

Este hecho es consistente con el juego colectivo de luchas y alianzas estratégicas, evidenciado al analizar el comportamiento social de los investigadores en su dimensión de publicación conjunta. Los autores crean redes de alianzas y apoyo para hacer valer y reconocer sus perspectivas de investigación. Esta falta de integración entre los investigadores de los campos administrativo y de espíritu emprendedor se refleja en la siguiente característica llamada *repliegue disciplinario*.

Por último, el repliegue disciplinario se identificó al analizar las referencias de los artículos. De ellas se identificaron provenientes de 34 disciplinas, pero una elevada concentración de referencias (78%) en el campo del espíritu emprendedor y en ciencias de la gestión, especialmente gestión general. Sólo el 13% de los artículos se basó en otras disciplinas, lo cual indica que el campo del espíritu emprendedor está cerrado, y no busca avanzar por medio de otros apoyos. Esta situación se hace crítica cuando se asocia con el hecho de que el campo de conocimientos está en una etapa de preteoría, como lo dice Bygrave (1989a), situación que lo obligaría a tomar metodologías y teorías de otras disciplinas para su desarrollo.

De igual manera, Déry y Toulouse (1994) identifican una falta de madurez científica en el campo del espíritu emprendedor, por la variedad de definiciones, la multiplicidad de instrumentos de medición, la profusión de conceptos y variables y las pocas uniones entre las diferentes investigaciones, que muestran la falta de consenso en este campo de investigación.

Conocidas las características del campo de investigación, es necesario conocer las principales preguntas y temas sobre los que los investigadores trabajan. Dery y Toulouse (1994) identificaron tres redes de referencias clave, agrupadas alrededor de las características del emprendedor, de los proyectos emprendedores y de la estrategia. Estos tres elementos coinciden con los planteados por Busenitz et al. (2003). Las redes de referencias identificadas a partir del análisis de las referencias utilizadas en los 237 artículos son:

- La red de las características del emprendedor, que incluía el interés por el emprendedor y sus motivaciones (McClelland, 1976a), la dimensión psicológica (Brockhaus, 1982), la dimensión social (Shapero y Sokol, citados por Déry y Toulouse, 1994), las habilidades de los administradores (Sexton y Browman, 1986, citados por Déry y Toulouse, 1994), las diferencias con los propietarios de pequeñas empresas (Carland et al., citados por Déry y Toulouse, 1994), el tema de inserción en redes sociales (Aldrich y Zimmer, citados por Déry y Toulouse, 1994) y el estudio del rol económico del emprendedor (Schumpeter, 1965).
- La red centrada en los proyectos emprendedores, que consideraba los criterios para evaluar los proyectos (MacMillan et al., citados por Déry y Toulouse, 1994) y su desempeño financiero (Tyebee y Bruno y Cooper y Bruno, citados por Déry y Toulouse, 1994).
- La red centrada en la reflexión estratégica, que incluía los temas de lanzamiento de nuevas empresas (Hobson y Morrison y MacMillan y Day, citados por Déry y Toulouse, 1994), su crecimiento (Roberts, citados por Déry y Toulouse, 1994), su diversificación (Biggadike, citados por Déry y Toulouse, 1994) y sus procesos de innovación (Kanter, Peters y Waterman, citados por Déry y Toulouse, 1994).

Al agrupar las redes de proyectos emprendedores y de estrategias de las firmas y contrastarlas con la red de característi-

cas del emprendedor, es evidente que se repiten las dos corrientes que actualizan el conflicto clásico: la perspectiva macro frente a la micro, el proceso emprendedor frente a las características del emprendedor, el determinismo frente al voluntarismo. Para que avance este campo es necesario que estas dos dimensiones se integren, tal como lo afirman Déry y Toulouse (1994); por ello proponen acudir a la teoría de la estructuración de Giddens (1984 y 1990, citado por Déry y Toulouse, 1994), a la teoría de la enactación (Weick, 1979; Maturana y Varela, 1980) o a la teoría de la autoorganización (Dupuis y Dumouchel, 1983, y Dupuy, 1992, citados por Déry y Toulouse, 1994).

En resumen, la fragmentación social, la dinámica de juego colectivo de luchas y alianzas estratégicas y el repliegue disciplinario permiten afirmar que el campo de investigación del espíritu emprendedor se encuentra en una etapa de falta de madurez científica. Es más importante reconocer, sin embargo, que es clave para su futuro incluir la dimensión temporal y social en sus estudios, que permita ampliar la comprensión del problema. Es equivocado asumir que el entorno no incide en el desarrollo del emprendedor. Su reconocimiento social en una cultura (Braudel, 1985), su discriminación social (Hagen, 1962) y la transmisión de valores y de necesidad de logro a través de las historias infantiles (McClelland, 1976) son ejemplos de impulsores que explican el desarrollo emprendedor, que recuerdan que no es posible desconocer la dimensión del contexto del problema emprendedor.

### 3. Limitaciones conceptuales aportadas por las principales escuelas en el campo del espíritu emprendedor

Antes de entrar en la presentación de las escuelas, es importante proponer al lector una perspectiva sistémica, donde se reconozca que cada escuela aporta a la comprensión del fenómeno emprendedor. Esto implica que no es posible considerar que una escuela es mejor y excluye a las otras. Este acercamiento recomendado es el propuesto por Kilby (1971), quien afirma que antes de considerar como fuente de confusión la diversidad de escuelas del pensamiento emprendedor, es necesario reconocer que cada una participa de una comprensión adicional al fenómeno emprendedor, al explicarlo a partir de las premisas de su propia disciplina.

Así es como la escuela económica se concentra en estudiar el resultado de la acción del emprendedor y sus relaciones con su entorno económico, mientras la escuela de los rasgos psicológicos del emprendedor se interesa por responder cómo las características psicológicas del individuo permiten explicar el hecho de ser emprendedor. La escuela de procesos resalta la relación y la interacción, al valorarla más que los elementos considerados independientemente y atemporalmente.

La clasificación de las diferentes escuelas es diferente entre los autores que han intentado realizar una compilación de ellas. Por ello se parte de cuatro propuestas de clasificación de importantes investigadores actuales (Bridge, O'Neil y Cromie, 1998; Hernández, 1999; Filion, 1997; Cunningham y Lischeron,

1991), que permite obtener un panorama general del campo del conocimiento.

Bridge et al. (1998) proponen una distribución en seis escuelas: teorías de la personalidad, teorías comportamentales, escuela económica, perspectiva sociológica, otras perspectivas y perspectivas integradas. La escuela de teorías comportamentales incluye modelos referentes a competencias de los emprendedores, por lo que no hace referencia al concepto psicológico.

Hernández (1999) identifica tres etapas en el desarrollo del campo emprendedor, tal como en el desarrollo de las ciencias de la gestión. La primera, llamada *fundamentalista*, busca identificar un perfil del emprendedor diferenciándolo de los no emprendedores y las características diferenciadoras del emprendedor exitoso frente al no exitoso. Incluye las escuelas de los rasgos del emprendedor, el modelo de Shapero (1975, citado por Hernández, 1999) y el modelo de Belley (1990), que resulta de agregar el proceso del reconocimiento de la oportunidad al modelo anterior.

La segunda etapa, llamada de *contingencia*, trata de mostrar la extremada variedad de situaciones de creación y de entidades creadas. Se parte del supuesto de que no existe una solución universal apropiada para todas las situaciones. La tercera etapa, la *procesual*, rescata la nueva orientación en el campo del espíritu emprendedor. Esta perspectiva valora más la interacción y la relación, que el estudio de los elementos aislados bajo una óptica reduccionista y atemporal.

Filion (1997) propone cuatro grandes grupos: comienza por la escuela de los econo-

mistas. Posteriormente, identifica la escuela comportamental. Luego reseña la explosión del campo hacia diversas disciplinas de las ciencias humanas y administrativas. En esta situación, el autor valoriza la escuela de la tipología de emprendedores, por aportar a la comprensión de la lógica de los emprendedores utilizando una clasificación.

Cunningham y Lischeron (1991) presentan una clasificación con seis numerales del campo del espíritu emprendedor, luego de una amplia revisión bibliográfica. La Escuela de la Gran Persona, basada en las biografías de reconocidos emprendedores exitosos; la escuela de las características psicológicas, que estudia el comportamiento de los emprendedores, de acuerdo con sus valores como una búsqueda por satisfacer sus necesidades; la escuela clásica, que comprende las propuestas desde la economía; la escuela de la administración; la escuela del liderazgo, y la escuela del *intrapreneurship*.

Al revisar las diferentes clasificaciones, se identifican algunos puntos en común como las escuelas económicas y la de los rasgos personales, que se discuten en este documento. La escuela económica es importante por haber sido la primera escuela en interesarse por el problema emprendedor y por influir en su desarrollo. La escuela de los rasgos personales recoge al individuo dentro del proceso emprendedor valorando su contribución, sin el cual no podría entenderse la acción emprendedora.

Dada la cercanía de la escuela económica a una de las nuevas direcciones de desarrollo del campo emprendedor, se presenta la escuela estratégica basada en los recursos, impulsada por las conferencias de Babson,

*Frontiers of Entrepreneurship Research*. Se presenta, así mismo, el trabajo de Gregoire et al. (2001), que permite una clara comprensión de su desarrollo. Finalmente, se seleccionó la escuela procesual, propuesta por Hernández, pues marca la nueva dirección de desarrollo del campo del espíritu emprendedor.

### **3.1 Concepción estructuralista de la escuela económica**

Históricamente, el concepto de emprendedor se comenzó a discutir en lo que más tarde se constituyó en la ciencia económica, lo cual influyó en su desarrollo. Esta escuela se caracteriza por estudiar al emprendedor a través de sus acciones (von Mises, 1949). Von Mises es claro al afirmar que la economía, la praxeología y el racionalismo no tratan el profundo resorte de la acción, es decir, las fuerzas innatas profundas de los impulsos e instintos que mueven a la acción, sino que estudia los medios aplicados para obtener el fin buscado.

La acción del hombre es entendida como la manifestación de su deseo por sustituir la situación actual por otra más satisfactoria. La incomodidad actual, la imagen del estado más satisfactorio y la expectativa de poder remover o aliviar la inconformidad con su comportamiento son las tres condiciones para actuar. Su comportamiento se caracteriza por impulsos racionalizados, a diferencia de los animales, que le permite organizar sus deseos en una escala y escoger cuál atender con la valoración de los recursos necesarios y los resultados obtenidos.

Los medios que el hombre escoge para satisfacer sus profundidades son determinados por una consideración racional de gastos

y éxitos. Esta delimitación del objeto de estudio de la economía muestra claramente dos problemas: primero, la fragmentación del hombre aportada por el reduccionismo racionalista, que separa su mundo interior del mundo de la acción, desconociendo el primero, y, segundo, asumir el supuesto cuestionable de que el hombre sólo puede tener un tipo de comportamiento, el racional económico propio del *Homo economicus*. A continuación se presenta una rápida revisión de los principales autores de esta escuela:

Cantillon (1931) y Say (1852) fueron los primeros en tratar de identificar al emprendedor. Su concepción lo veía como un tomador de riesgos que invertía su dinero comprando a un precio definido para vender a un precio incierto. Knight (1921) retoma igualmente esta dimensión de riesgo para comprenderlo. Say avanzó en diferenciarlo del capitalista, al señalar la rentabilidad que ambos reciben: mientras el segundo obtiene un rendimiento sobre su capital, el emprendedor logra su recompensa al explotar una oportunidad, por lo cual lo asocia a la innovación.

Hayek (1945) mostró el rol del emprendedor como un informante de las novedades en el mercado, con lo cual ayudaba a la conformación de nuevos precios. Casson (1982c) presenta al emprendedor como un coordinador de recursos y tomador de decisiones; no obstante, Schumpeter (1961 y 1965) impulsa el concepto de emprendedor dentro de la teoría económica, al diferenciarlo por su dimensión innovadora. Con su innovación, el emprendedor es el responsable de la destrucción del ciclo estable del mercado y de la creación de una discontinuidad en el mercado, que le brinda una venta de tiempo con rentabilidad monopolística hasta cuando

los seguidores lo copian. Esta es la función destructiva creativa que se constituye en el dinamismo del sistema económico.

Con esta mirada crítica es posible afirmar que esta escuela se centra en los conceptos de creación y desarrollo de la empresa, el manejo de los recursos y de sus relaciones con el entorno económico. El emprendedor es identificado como un buscador de oportunidades y como un coordinador innovador de recursos en busca de una utilidad (Bridge et al., 1998). Esta concepción coloca en el centro de su modelo los recursos económicos, que llevan a una perspectiva estructuralista. La función de la persona, centrada en identificar los espacios libres que la estructura del mercado ofrece, es sólo reactiva a las condiciones del mercado.

### ***3.2 La diversidad y la complejidad atentan contra la escuela de rasgos de carácter***

Previo al desarrollo de esta escuela de los rasgos de carácter, tenía predominancia la escuela comportamentalista, entre los años sesenta y setenta, liderada por McClelland (1976a), Brockhaus (1982), Timmons (1973, citado por Filion, 2001), entre otros. A comienzos de los años ochenta se comenzó la búsqueda de las características del emprendedor. En el Cuadro 1 se presentan las más corrientes.

Los resultados de los trabajos inscritos en esta escuela no fueron los esperados, en parte por la amplia diversidad de casos de emprendedores y de contextos donde se desarrollaron. Por otro lado, la falta de un concepto de emprendedor aceptado ampliamente por los investigadores hace que se busquen elementos en caminos distantes unos de otros. Tal como afirma Filion:



**Cuadro 1**  
**Características más frecuentemente atribuidas al emprendedor por especialistas comportamentales**

|                            |   |
|----------------------------|---|
| Innovador                  | Necesidad de logro                            |
| Líder                      | Dimensión personal interior                   |
| Tomador de riesgo moderado | Confianza en sí mismo                         |
| Independiente              | Horizonte de largo plazo                      |
| Creador                    | Tolerancia a la ambigüedad y la incertidumbre |
| Enérgico                   | Iniciativa                                    |
| Perseverante               | Aprendizaje                                   |
| Original                   | Utilización de recursos                       |
| Optimista                  | Sensibilidad hacia los otros                  |
| Orientado a resultados     | Agresividad                                   |
| Flexible                   | Tendencia a confiar                           |
| Desenvuelto                | Dinero como medida del desempeño              |

Fuente: Filion (2001).

Estas investigaciones, realizadas con metodologías probadas, dieron resultados muy variados y a menudo contradictorios. Al día de hoy no es aún posible establecer un perfil psicológico científico absoluto del emprendedor.

No hemos llegado al punto en que podamos evaluar una persona y establecer con certitud que será exitosa como emprendedora. Sí es posible identificar si esta persona tiene características y aptitudes que se encuentran frecuentemente en los emprendedores. (Filion, 2001, p. 80. Traducción libre del autor)

Una tendencia actual es tratar de identificar las competencias requeridas para desempeñarse como emprendedor, que incluyen elementos como modos de aprendizaje personal y organizacional, para ajustarse a la dinámica emprendedora. En esta revisión es claro que la complejidad de la dimensión personal en el fenómeno emprendedor

imposibilita definir un perfil ideal de este; pero se reconoce como necesario rescatar la dimensión humanista del problema, para profundizar su comprensión, como se ve más adelante.

### **3.3 La escuela estratégica: Frontiers of Entrepreneurship Research**

Uno de los espacios de socialización de conocimiento más importante del campo del espíritu emprendedor es la conferencia anual del Centro para el Espíritu Emprendedor de Babson College<sup>4</sup>, Estados Unidos. La ventaja de trabajar con los materiales presentados en esta conferencia anual frente a los de una revista especializada es que los artículos pueden ser más diversos y dar una visión más completa de este campo de conocimiento. No obstante,

<sup>4</sup> Para mayor información puede consultar la página web: <http://www2.babson.edu/babson/Babsoneshipp.nsf/Public/FrontiersofEntrepreneurshipResearchWelcome>



para este autor es claro que este espacio no logra cubrir la producción científica del campo del espíritu emprendedor, pues no recoge, por ejemplo, las nuevas propuestas de la escuela de procesos, que más adelante se discute.

Gregoire, Déry y Béchar (2001) estudiaron las *conversaciones convergentes* que conforman el campo del espíritu emprendedor a través del análisis de 13.593 citaciones de los 752 artículos publicados en las memorias del *Frontiers of Entrepreneurship Research*, entre 1981 y 1999. En este último caso, los autores afirman que la investigación en el campo ha sido convergente, centrada alrededor de cinco ejes:

- Factores que afectan la decisión de una persona de iniciar una nueva empresa.
- Variables que afectan el desempeño de una nueva empresa.
- Prácticas de los inversionistas y sus impactos.
- Influencia de las redes sociales.
- Perspectiva estratégica basada en recursos.

La importancia de los ejes ha cambiado con el tiempo. Se inició con el eje de las características personales del emprendedor (período 1981-1985), luego hubo un tiempo de conversaciones paralelas con poca convergencia (período 1985-1990), pasó después a una estructuración del campo alrededor de la estrategia (período 1991-1995), para seguir hacia la dimensión estratégica basada en recursos, en los últimos cinco años (período 1995-1999).

La perspectiva basada en recursos (*resource based perspective*) propone que las ventajas

competitivas requeridas por las empresas para poder competir en un mercado en una perspectiva de largo plazo no son resultado de variables externas a la empresa o de recursos que pueden adquirirse (Barney, 1991 y 1995; Barnett y Burgelman, 1996; Wernerfelt, 1984). Estas ventajas sostenibles a largo plazo, que deben ser inimitables, insustituibles y, por lo tanto, de origen interno a la empresa, son el resultado de la construcción que esta ha hecho de los recursos y capacidades a través del tiempo en su toma de decisiones.

Esta concepción se distancia del modelo ecológico organizacional (Hannah y Friedman, 1977), que afirma que el dirigente no podrá influenciar o marcar una diferencia en la conformación de las ventajas competitivas durables. Al contrario, él comprende e identifica el potencial de desarrollo económico de los recursos, que le permitirá construir las ventajas (Barney, 1991).

Por ejemplo, el desarrollarse en un entorno altamente competitivo marcará las características del emprendedor o la ventaja competitiva entre dos empresas que compran una misma máquina con última tecnología. La ventaja la tendrá la que haya construido unas capacidades propias para controlar la nueva tecnología, fruto de sus aprendizajes previos. En otras palabras, la ventaja no está en comprar una empresa “llave en mano” con una máquina de última tecnología.

Es claro el énfasis puesto en la disposición de los recursos y el consecuente aprendizaje de su manejo, que lleva a considerar el entorno como elemento central en la comprensión del problema, propio de la concepción estructuralista del campo de la estrategia, heredado de la economía clásica y neoclásica. Aunque la participación del individuo es más amplia

en esta escuela que en la propuesta por Porter, limitada a seleccionar el mercado donde entrar a competir, el centro del problema siguen siendo los recursos y las condiciones que el mercado impone.

Adicionalmente a los ejes dominantes en cada momento del tiempo, se identifican conversaciones paralelas que no se logran consolidar en una integración dominante del campo. Esta dinámica la caracterizan los autores como sucesivas *pockets of convergence* (Grégoire et al., 2001) o momentos de convergencia, que se distancian de un paradigma dominante continuo del campo de estudio. Esta fragmentación es entendida por los autores a partir de la alta proporción de discusiones sobre el fenómeno emprendedor desde perspectivas monodisciplinares, tal como es el caso de la reciente corriente estratégica, antes que sobre discusiones acerca del espíritu emprendedor en sí mismo. Es necesario recordar en este momento la pregunta que se hacía Sexton (1988) en lo relativo a si el campo está avanzando o si sólo está expandiendo su tamaño.

En resumen, es posible afirmar que siendo este uno de los principales espacios de construcción de conocimiento en el campo, su marcada orientación hacia una perspectiva estratégica lo inscribe dentro de un punto de vista económico que comparte las mismas críticas presentadas al discutir la escuela económica. La persona desarrolla un papel reducido dentro de la comprensión del modelo.

#### **4. La escuela de procesos: opciones sistémicas y humanistas**

Esta nueva escuela recoge una concepción sistémica y humanista del problema, que

supera las limitaciones de perspectivas economicistas. Sus propuestas ponen al individuo en el centro del problema, como actor proactivo y no reactivo a las condiciones impuestas por el mercado.

#### **4.1 Modelo dialógico de Bruyat y Julien**

El modelo desarrollado por Bruyat y Julien (1999) propone una definición de espíritu emprendedor como un campo de investigación desde la perspectiva constructivista, que supera la vieja discusión sobre la definición del emprendedor a partir de sus características y funciones. El emprendedor es responsable por el proceso de crear un nuevo valor, sea una innovación en una empresa existente o una nueva organización, creación que forma parte del proceso emprendedor.

El emprendimiento se interesa por dos dimensiones centrales del modelo: la creación de nuevo valor y el cambio y desarrollo del individuo. El futuro emprendedor creará un nuevo valor, el cual le impondrá ciertas restricciones a las que él debe ajustarse. Esta relación dialógica (Morin, 1989), de doble vía, es el centro del sistema emprendedor, que es dinámico. Este sistema, que es capaz de aprender, crear y de tener la intención de actuar, está abierto a interactuar con el entorno. Y se puede inscribir dentro del concepto de *proceso emprendedor*, que tiene la dimensión tiempo incluida en el modelo.

Los dos conceptos clave de la relación dialógica son individuo y valor. Los autores identifican al individuo como el cuerpo vivo organizado, con existencia propia que no puede dividirse sin destruirse, concepto pro-

piamente sistémico. El concepto de valor lo toman de la teoría económica neoliberal, que afirma que un objeto tiene valor sólo a partir de su valor de intercambio, no a partir de un valor intrínseco. Por lo tanto, el fenómeno emprendedor se debe considerar dentro del sector del mercado comercial (no obstante, podrán incluirse organismos sin ánimo de lucro, cooperativas o parte pequeña del Estado que hagan transacciones en el mercado).

El modelo propone una clasificación de las iniciativas emprendedoras basada en dos variables: los cambios de la persona y la creación de nuevo valor. Si los cambios en el individuo son pocos y la creación de nuevo valor también, tenemos una reproducción emprendedora al frente. En cambio, si la creación de valor es alta, la situación se caracteriza como de valorización empresarial. Por otro lado, si los cambios en el individuo son grandes y pequeña la creación de valor, estamos ante un caso de imitación emprendedora. Por último, si los cambios en el individuo son grandes, lo mismo que grande es la creación de valor, hablamos de un negocio emprendedor.

Este modelo incorpora las dimensiones sistémicas y humanistas al centrarse en el desarrollo de la persona. Mas es necesario reconocer una de sus limitaciones, pues hace falta profundizar en el modelo la dimensión social y temporal que permitirá conocer su contexto sociológico e histórico, tal como lo proponía Déry y Toulouse (1994).

## 4.2 Verstraete y la organización emprendedora

El estudio del espíritu emprendedor propuesto por Verstraete en su libro *Entrepreneuriat*:

*Connaître l'entrepreneur, Comprendre ses actes* (1999) se centra en el estudio de la organización impulsada por un emprendedor, quien por su persistencia emprendedora concreta su visión en una organización creada que le brinda la autonomía para insertarse en el tejido social generando nuevo valor económico.

El modelo propuesto por Verstraete (1999) recoge la propuesta de Bruyat (1993) y Bruyat y Julien (1999), basado en la relación dialógica entre el individuo y la creación de valor nuevo, y le integra un modelo de las dimensiones de la organización emprendedora. Este último incluye las dimensiones cognitiva, estructural y praxeológica o de la acción. En el primer modelo la dialéctica se da entre el emprendedor y la creación de valor nuevo, mientras que en el segundo, entre el emprendedor y la organización.

Para completar este modelo dialógico de Bruyat, Verstraete agrega las tres dimensiones de la organización emprendedora. De manera resumida, el creador comienza con su idea de organización (dimensión cognitiva), la cual se concreta con la ayuda de esquemas que facilitan la elaboración de planes de acción (dimensión praxeológica). Esto para construir la estructura de la empresa que se desea instaurar en el ámbito social que lo rodea (dimensión estructural). La dimensión cognitiva está compuesta por tres componentes:

- La visión o el pensamiento estratégico centrado en la organización, basado en Fillion (1990).
- El aprendizaje, basado en la selección y retención de conocimientos, pasiones, emociones y predisposiciones, resultado

de experiencias pasadas. Concepto basado en Weick (1979).

- El componente reflexivo, que implica comprender lo que se hace mientras se hace. Concepto basado en Giddens (1984 y 1990, citado por Verstraete, 1999).

La dimensión praxeológica, que constituye la concreción del fenómeno en la realidad tangible, tiene dos subdimensiones: la primera, el posicionamiento del creador en espacios sociales donde interactúa –por ejemplo, su posicionamiento en la red social que puede brindarle acceso a recursos de los otros a cambio de dar lo que los otros necesitan; así se crea la interestructuración–. La segunda, la puesta en marcha de una organización o configuración de los recursos necesarios para concebir los servicios o productos con los que se hará el intercambio para insertarse en el espacio social deseado.

La tercera y última dimensión del modelo de la organización emprendedora es la dimensión estructural, compuesta por las variables materiales e inmateriales aplicables a la estructura de la organización. La concepción sistémica propuesta por Verstraete muestra al emprendedor como quien percibe una oportunidad en un desorden dentro de la estructura. Para ello él tratará de dar orden, tal como lo visualiza, de manera que le sea rentable construyendo una organización para explotarlo. El establecimiento de esta estructura dentro de la estructura social existente se desarrolla como una interestructuración basada en el intercambio, dado que la nueva organización es considerada un sistema abierto.

Este modelo integra la dimensión de la organización, que no tomaron en cuenta

Bruyat y Julien. Esta concepción de organización recoge elementos como la enactación (Weick) y la reflexividad (Giddens), que complementan la visión estratégica para lograr una comprensión más sistémica.

## Conclusiones

El campo de conocimiento del espíritu emprendedor es identificado en una etapa preteórica, dada la falta de un modelo teórico central aceptado que logre ofrecer una comprensión del fenómeno y que retome tanto sus elementos centrales como las relaciones entre estos. La comprensión ofrecida por un modelo integrador de este tipo será superior a la que brindan los modelos monodisciplinarios externos, que centran su explicación a partir de un solo elemento central. Es necesario integrar las dimensiones sociales y de contextualización en el tiempo para enriquecer el poder explicativo de los nuevos modelos del espíritu emprendedor.

Este énfasis en las relaciones y los procesos permite validar la comprensión del concepto emprendedor, en contraposición con el de empresario. Si bien aún existen discusiones entre investigadores hispanoparlantes sobre la validez del primero, es evidente el beneficio de reconocer en el concepto de emprendedor el relieve puesto en el proceso de desarrollo de la persona, no incluido en la concepción de empresario.

Este último sólo se entiende en términos de los resultados de su acción, la creación de una empresa o de nuevos puestos de trabajo (Veciana, 2005). El hacer hincapié en el proceso de desarrollo del individuo brinda amplios frentes de investigación para el

crecimiento de este campo de conocimiento, que le permitan superar el estado actual caracterizado como preteórico (Dery y Toulouse, 1994) o por su etapa de adolescencia (Gregoire et al. 2001). Los aportes que cada escuela reconocida a lo largo del avance cronológico, desde varias perspectivas monodisciplinarias, evidencian la necesidad de nuevos rumbos.

La escuela económica, primera en abordar este objeto de estudio, ofrece una comprensión del fenómeno sólo desde las acciones del individuo (von Mises, 1949) y asume que el motor hacia la acción del *Homo economicus* es únicamente la maximización de la utilidad y, por ende, su bienestar. Esto permitiría esperar que todos los individuos que compartan la misma racionalidad sean emprendedores, lo cual no es cierto y conlleva trasladar el ámbito de la pregunta de la racionalidad a la propiedad de los recursos.

Es común escuchar que no se es emprendedor, pues no se cuenta con los recursos necesarios; pero múltiples casos de emprendedores exitosos que comenzaron sus iniciativas sin contar con los recursos necesarios muestran que el problema no puede centrarse en los recursos y su propiedad. Por lo tanto, se requiere agregar las explicaciones de otro campo del conocimiento para comprender mejor el fenómeno emprendedor.

Posteriormente, la escuela de rasgos personales intentó recuperar la influencia de la persona dentro del modelo de comprensión del emprendedor, sin mucho éxito. Su objetivo de identificar el perfil psicológico que diferencia al emprendedor de éxito del resto de la población no reconoció la complejidad del problema, por lo que obtuvo

resultados a veces contradictorios, al tratar de generalizar sus conclusiones. Hoy no es posible identificar el perfil psicológico del emprendedor (Filion, 2001), de manera que sea reproducible. Lo que permitieron identificar estas investigaciones son ciertas características personales, no exclusivas del emprendedor, pero sí presentes, como la necesidad de logro, la disposición a asumir riesgos, entre otros.

Actualmente se han identificado dos nuevas escuelas dominantes, la escuela estratégica basada en recursos y la escuela de procesos, que abren nuevos horizontes a la investigación. La primera está inscrita dentro de la lógica económica, propia del origen del campo de la estrategia, que se evidencia en las discusiones del espacio de divulgación académica dominante en Estados Unidos, como el *Frontiers of Entrepreneurship Research* (Grégoire et al., 2001).

La perspectiva basada en recursos plantea que las ventajas competitivas de largo plazo no son resultado de variables externas a la empresa o de recursos que pueden adquirirse (Barney, 1991 y 1994; Barnett y Burgelman, 1996; Wernerfelt, 1984). Estas ventajas sostenibles a largo plazo, que deben ser inimitables, insustituibles y, por lo tanto, de origen interno a la empresa, son el resultado de la construcción que la empresa ha hecho de los recursos y capacidades a través del tiempo en su toma de decisiones. Por ello la posición que asume la persona dentro del modelo la limita a ser la depositaria de un conocimiento, pero que marcado por su concepción estratégica es principalmente reactivo frente a las condiciones que el mercado establece. Esta concepción del actuar de la acción del emprendedor ciertamente

no permite comprender toda la complejidad del fenómeno estudiado.

La segunda escuela se inscribe en una concepción que valora los procesos, pues coloca al individuo en el centro del modelo, en una relación dialógica entre su desarrollo personal y la creación de valor económico. Esta concepción proactiva del emprendedor entiende el desarrollo del emprendedor como un proceso dinámico y, sobre todo, no terminado.

El estudio de este proceso emprendedor planteado por esta nueva orientación centrada en las relaciones, propia de una perspectiva sistémica, y por el desarrollo de la persona, característica de una concepción humanista, marca esperanzadores caminos al campo de conocimiento del espíritu emprendedor.

### Lista de referencias

- Aitken, H. G. J. (1963). Entrepreneurial research: the history of an intellectual innovation. En *The future of entrepreneurial research: explorations in entrepreneurial history* (pp. 3-9). Cambridge: Harvard University Press.
- Albro, M. (1982). Additional aspects of entrepreneurial history. In C. Kent, D. Sexton, and K. Vesper, K., *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 15-19). New York: Prentice Hall.
- Barnett, W. P. and Burgelman, R. A. (1996). Evolutionary perspectives on strategy. *Strategic Management Journal*, 17, 5-19.
- Barney J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17 (1), 99-120.
- Barney J. B. (1995). Looking inside for competitive advantage. *Academy of Management Executive*, 9 (4), 49-65.
- Barth, F. (1967). On the study of social change. *American Anthropologist*, 69 (6), 661-668.
- Baumol, W. J. (1968). Entrepreneurship in economic theory. *American Economic Review*, 58, 64-71.
- (1993a). The entrepreneur in economic theory. En *Entrepreneurship management and the structure of pay-offs* (pp. 1-24). Cambridge: MIT Press.
- (1993b). Entrepreneurship: productive, unproductive and destructive. *Entrepreneurship management and the structure of pay-offs* (pp. 25-47). Cambridge: MIT Press.
- (1993c). Toward improved allocation of entrepreneurship. En *Entrepreneurship management and the structure of pay-offs* (pp. 239-258). Cambridge: MIT Press.
- Belley, A. (1990). Modèle de création d'entreprises. En A. Belley, *Les milieux incubateurs de l'entrepreneurship* (pp. 6-8). Paris: Fondation de l'Entrepreneurship.
- Bherrer, H. (1986). Le choix de la méthode en fonction de l'objet. En M. Audet et J. L. Malouin, *La production des connaissances scientifiques de l'administration* (pp. 155-165). PUL.
- Birley, S. (1989). The role of networks in the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, 1, 107-117.
- and Westhead, P. (1992). A comparison of new firm in assisted and non assisted areas in great Britain. *Entrepreneurship and Regional Development*, 4 (4), 238-299.

- Braudel, F. (1985). *Les dynamiques du capitalisme*. Paris: Arthaud.
- Brazeal D. and Herbert T. (1999). The genesis of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23 (3), 29-45.
- Bridge S., O'Neill, K. and Cromie S. (1998). *Understanding enterprise, entrepreneurship and small business*. London: Macmillan.
- Brockhaus, R. (1982). The psychology of the entrepreneurs. In C. Kent, D. Sexton and K. Vesper, *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 39-56). Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Bruyat, C. (1993). *Création d'entreprise: contribution épistémologique et modélisation*. Dissertation para el título doctoral en Administración de Empresas, École Supérieure de Affaires, Université Pierre Mendès France, Grenoble, France.
- and Julien, P.-A. (1999). Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 16, 165-180.
- Bull, I. and Willard, G. (1993). Towards a theory of entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8 (3), 183-196.
- Burrell, G. and Morgan, G. (1979). In search of a framework. In *Sociological paradigms and organisational analysis* (pp. 1-37). London: Heinemann.
- Busenitz, L., West III, G., Shepherd, D., Nelson, T., Chandler, G., Zacharakis A. (2003). Entrepreneurship research in emergence: past trends and future directions. *Journal of Management*, 29 (3), 285-308.
- Bygrave, W. (1989a). The entrepreneurship paradigm (I): a philosophical look at its research methodologies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14 (1), 7-26.
- (1989b). The entrepreneurship paradigm (II): chaos and catastrophes among quantum jump. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14 (2): 23.
- (1993). Theory building in the entrepreneur paradigm. *Journal of Business Venturing*, 8 (3), 255-280.
- Bygrave, W. and Hofer, C. (1991). Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16 (2), 13-22.
- Cantillon, R. (1931). Première partie. In *Essai sur la nature du commerce en général* (pp. 2-66). London: MacMillan.
- Casson, M. (1982a). Basic concepts of the theory. In *The entrepreneurs: an economic theory* (pp. 22-38). New York: Barnes and Noble Books.
- (1982b). The concept of coordination. In *The entrepreneurs: an economic theory* (pp. 41-56). New York: Barnes and Noble Books.
- (1982c). The entrepreneur as coordinator. *The entrepreneurs: an economic theory* (pp. 57-66). New York: Barnes and Noble Books.
- (1985). Entrepreneurship. In A. Kuper and J. Kuper, *The social science encyclopedia* (pp. 256-257). New York: Routledge and Kegan Paul.
- Chandler, A. (1988). The beginnings of big business in American industry. In *The essential alfred chandler - essays toward a historical theory of*



- big business* (pp. 47-73). Boston, Mass.: Harvard Business School Press.
- Checkland, P. (1986). Systems approach and research methodology. In M. Audet and J. L. Malouin, *La production des connaissances scientifiques de l'administration* (pp. 167-179). PUL.
- Churchill, N. C. and Hatten, K. J. (1987). Non-market-based transfers of wealth and power: a research framework for family businesses. *American Journal of Small Business*, 11 (3), 51-64.
- Cole, A. (1942). Entrepreneurship as an area of research: the task of economic history, supplément. *Journal Economic History*, 2, 118-126.
- (1965). An approach to the study of entrepreneurship : a tribute to Edwin F. Gay. In H. C. Aitken, *Explorations in enterprise* (pp. 30-40). Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Cooper, A. and Dunkelberg, W. (1986). Entrepreneurship and path to business ownership. *Strategic Management Journal*, 7, 53-68.
- Cossette, P. (1994). Développement d'une méthode systématique d'aide à la mise au point de la vision stratégique chez le propriétaire-dirigeant de PME: une étude exploratoire. In J. J. Obrecht, *Les P.M.E./P.M.I. et leur contribution au développement régional et international* (pp. 73-82), Actes de la 39<sup>e</sup> Conférence Mondiale de l'ICSB, Strasbourg.
- Cromie, S. and Hayes, J. (1988). Toward a typology of female entrepreneurs. *Sociological Review*, 38 (1), 87-113.
- Cunningham, J. B. and Lischeron, J. (1991). Defining entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 29 (1), 45-61.
- Davis, J. and Tagiuri, R. (1994). The advantages and disadvantages of the family business. In B. Ibrahim, *Family business management concepts and practice*. Iowa, W. C. Brown.
- Déry, R. and Toulouse, J.-M. (1994). *La structuration sociale du champs de l'entrepreneurship: le cas du Journal of Business Venturing* [Recherche paper 94-06-02]. Montreal: Maclean Hunter Chair of Entrepreneurship, HEC, the University of Montreal Business School.
- Doutriaux, J. (1992). Emerging high-tech firms: how durable are their comparative advantages. *Journal of Business Venturing*, 7 (4), 303-322.
- Drucker, P. (1985a). L'esprit d'entreprise comme système. En *Les entrepreneurs* (pp. 45-55). Paris : L'Expansion Hachette.
- (1985b). Les sept sources de l'innovation systématique. En *Les entrepreneurs* (pp. 56-63). Paris : L'Expansion Hachette.
- Filion, L. J. (1990). Visions and relations: elements for an entrepreneurial metamodel. In *Frontiers of entrepreneurship research* (pp. 57-71). Chapel Hill: Babson College.
- (1997). *Le champ de l'entrepreneuriat: historique, évolution, tendances*. Montréal: École des hautes études commerciales, Chaire d'entrepreneurship Maclean Hunter.
- (2001). Entrepreneurs et propriétaires-dirigeants de PME. En P. A. Julien, PME, bilan et perspectives. Montreal : École des Hautes Études Commerciales de Montréal, Chaire D'entrepreneurship Maclean Hunter.
- Gartner, W. (1985). A conceptual framework for describing the phenomena of venture creation.

- Academy of Management Review*, 10 (4), 696-706.
- Gartner, W. (1990). What are we talking about when we talk about entrepreneur-ship? *Journal of Business Venturing*, 5, (1), 15-29.
- Gregoire D., Déry, R. and Béchar J. P. (2001). Evolving conversations: a look at the convergence in entrepreneurship research. In *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Chaper Hill: Babson College.
- Hagen, E. (1960). The entrepreneurs as rebel against traditional society. *Human Organization*, 19 (4), 185-187.
- (1962). *On the theory of social change*. Homewood, IL: Dorsey.
- (1982). Les entrepreneurs. *Économie du développement* (pp. 263-283). Paris: Économica.
- Handler, W. C. (1989). Methodological issues and considerations in studying family business. *Family Business Review*, 2 (5), 257-276.
- Hannan, M. and Freeman, J. (1977). The population ecology of organizations. *American Journal of Sociology*, 82, 929-964.
- Harrison, R. and Leitch, C. (1996). Discipline emergence in entrepreneurship: accumulative fragmentalism or paradigmatic science? *Entrepreneurship, Innovation and Change*, 5 (2), 65-83.
- Hayek, F. A. (1945). The use of knowledge in society. *American Economic Review*, 35, 519-530.
- Hernández, É. M. (1999). *Le processus entrepreneurial: vers un modèle stratégique d'entrepreneuriat*. Montréal: L'Harmattan.
- Hornaday, J. A. (1982). Research about living entrepreneurs. In C. Kent, D. Sexton et K. Vesper, *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 20-34). Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.
- Hugron, P. (1991). *L'entreprise familiale: modèle de réussite du processus successoral*. Montreal: Presses HEC.
- Johannisson, B. and Nilsson, A. (1989). Community entrepreneurs: networking for local development. *Entrepreneurship and Regional Development*, 1 (1), 3-19.
- Johannisson, B. and Landström H. (Eds.), (1999). *Images of entrepreneurship and small business: emergent Swedish contributions to academic research*. Lund, Swedish: Studentlitteratur.
- Kets de Vries, M. (1977). The entrepreneurial personality: a person at the crossroads. *Journal of Management Studies*, 14 (1), 34-47.
- Kilby, P. (1971). Hunting the heffalump. *Entrepreneurship and Economic Development* (pp. 1-40). New York: Free Press.
- Kirzner, I. (1973a). The entrepreneur. In *Competition and entrepreneurship* (pp. 30-87). Chicago: University Press of Chicago.
- (1973b). Competition and monopoly. In *Competition and entrepreneurship* (pp. 88-134). Chicago: University Press of Chicago.
- (1973c). Competition, welfare and coordination. In *Competition and entrepreneurship* (pp. 212-242). Chicago: University Press of Chicago.
- Knight, F. H. (1921). Enterprise and profit. In *Risk, uncertainty and profit* (pp. 264-290). Chicago: University of Chicago.

- Knight, F. H. (1942). Profit and entrepreneurial functions. *Journal of Economics*, 2, 126-132.
- Leibenstein, H. (1966). Allocative efficiency vs X efficiency. *American Economic Review*, 56, 392-415.
- (1968). Entrepreneurship and development. *American Economic Review*, 58, 72-83.
- Lee-Gosselin, H. and Grisé, J. (1990). Are women owner-managers challenging our definitions of entrepreneurship?: an in-depth survey. *Journal of Business Ethics*, 9, 423-433.
- Livesay, D. (1982). Entrepreneurial history. In C. Kent, D. Sexton and K. Vesper, *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 7-15). Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- MacMillan, I. (1981). The politics of new ventures. In *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 496-503). Chaper Hill: Babson College.
- (1986). To really learn about entrepreneurship: let's study habitual entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 1 (3), 241-243.
- Maturana, H. R. and Varela, F. J. (1980). *Autopoiesis and cognition: the realization of the living*. Dordrecht: D. Reidel Pub. Co.
- McClelland, D. (1976a). Preface. In *The Achieving Society* (pp. vii-xii). Princeton: Van Norstrand.
- (1976b). Explaining economic growth. In *The Achieving Society* (pp. 1-35). Princeton: Van Norstrand.
- (1976c). Achieving societies in the modern world. In *The Achieving Society* (pp. 63-106). Princeton: Van Norstrand.
- Morin E. (1989, 9 de marzo). Diriger dans la complexité. Documento procedente de la Conferencia en Enterprise and Progress, Paris.
- Mulholland, R. (1994, 27-29 octubre). Approaches to entrepreneurship research. In J. Morent (Eds.), *Actes du 11e colloque Annuel du CCPME : Conseil Canadien de la PME et de l'entrepreneurship* (pp. 122-133), Winnipeg.
- Perreault, Y. (1994). *Mettre de l'ordre dans l'entreprise familiale: la relation famille et entreprise*. Montreal: Fondation de l'entrepreneurship.
- Real Academia Española (1791). *Diccionario de la Real Academia Española*. Madrid: Imprenta de la Real Academia Española.
- (1837). *Diccionario de la Lengua Castellana de la Real Academia Española* (8a ed.). Madrid: Imprenta Nacional.
- Reynold, P. (1991). Sociology and entrepreneurship: concepts and contributions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16 (2), 47-70.
- Romano, C. and Ratnatunga, J. (1996). A citation analysis of the impact of journals on contemporary small enterprise research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20 (3), 7-21.
- Rosa, P. and Bowes, A. (1990). *Entrepreneurship: some lessons of social anthropology*. E.C.S.B. 4<sup>th</sup> Workshop on Research in Entrepreneurship, University of Cologne.
- Rusque, A. M., Ramírez, S. C., Guzmán, S., Gatica, C. C. y Torres, G. (1998). *Medición de capacidad emprendedora de estudiantes de escuelas de administración de Europa y América Latina*. Documento procedente del XII Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial, San José de Costa Rica.

- Say, J.-B. (1852). Première partie. *Traité d'économie politique* (pp. 90-124). Paris: Guillaumin et Cie.
- Schumpeter, J. A. (1961). Entrepreneurial profit. In *The theory of economic development* (pp. 128-156). Cambridge: Harvard University Press.
- (1965). Economic theory and entrepreneurial history. In H. C. Aitken, *Explorations in enterprise* (pp. 45-64). Cambridge: Harvard University Press.
- Shane, S. and Venkatamaran, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25 (1), 217-226.
- Shapero, A. and Sokol, L. (1982). The social dimension of entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton and K. Vesper, *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Sexton, D. (1988). The field of entrepreneurship: is it growing or just getting bigger? *Journal of Small Business Management*, 26 (1), 5-8.
- and Bowman, N. (1986, 1-4 April). From entrepreneurial management to professional management: key factors in the transition process. Document presented at the International Colloquium on Entrepreneurship, École des Hautes Études Commerciales, Université de Montréal, Canada.
- Stevenson, H. and Gumpert, D. (1985). The heart of entrepreneurship. *Harvard Business Review*, mars-avril, 85-94.
- Storey, D. (1982a). The new firm: an economic perspective. In *Entrepreneurship and the new firm* (pp. 47-74). New York: Praeger.
- Storey, D. (1982b). New firm formation: some non-economic approaches. In *Entrepreneurship and the new firm* (pp. 75-96). New York: Praeger.
- Tahai, A. and Meyer, M. J. (1999). A revealed preference study of management journals. *Strategic Management Journal*, 20 (3), 279-296.
- Toulouse, J.-M. (1979). Définition de l'entrepreneuriat. *Entrepreneuriat au Québec* (pp. 1-18). Fides.
- Van de Ven, A. H. (1992). Longitudinal methods for studying the process of entrepreneurship. In Sexton, D. L. and Kasarda, J. D., *The state of the art of entrepreneurship* (pp. 214-242). Boston: PWS-Kent Publishing Company.
- Veciana, J. M. (1996). Emprendedor o empresario. En *Innovando*. Cali: CDEE-ICESI.
- (2005). *La creación de empresas: un enfoque gerencial*. Barcelona: Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona-La Caixa.
- Vérin, H. (1982a). Avant-propos. In *Entrepreneurs, entreprise, histoire d'une idée* (pp. 9-14). Paris: PUF.
- (1982b). Pour une première approche. In *Entrepreneurs, entreprise, histoire d'une idée* (pp. 15-35). Paris: PUF.
- Verstraete, T. (1999). *Entrepreneuriat: connaître l'entrepreneur, comprendre ses actes*. Paris: Éditions L'Harmattan.
- Von Mises, L. (1949). *Human action: a treatise on economics*. New Haven: Yale University Press.

- Weick, K. (1979). *The social psychology of organizing*. Reading, Mass.: Addison-Wesley.
- Wortman, M. (1987). Entrepreneurship: an integrated typology and evaluation of empirical research in the field. *Journal of Management*, 13 (2), 259-279.
- Weber, M. (1974). *Historia económica general*. México : Fondo de Cultura Económica,
- Weber, M. (1999). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Madrid: Península.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5, 171-180.

