

EL EMPRESARIO DE LA PEQUEÑA EMPRESA Y SU COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR

Edith Georgina Surdez Pérez*

Surdez-Pérez E.G. El empresario de la pequeña empresa y su comportamiento emprendedor. Hitos de Ciencias Económico Administrativas 2009; 15 (43):135-138.

RESUMEN

El empresario es una figura importante en toda sociedad, con su talento y recursos económicos, contribuye a dinamizar la economía. Diversos economistas han destacado la importancia del empresario en una sociedad: Schumpeter que lo considera innovador y fuente del cambio; para Keynes visionario que mantiene la rueda del crecimiento; Hayek lo define como un elemento importante en el funcionamiento de los mercados. A los empresarios los caracteriza un agudo sentido de observación de necesidades insatisfechas, que con su iniciativa, creatividad, conocimientos y experiencia traducen en productos o servicios que facilitan las actividades del ser humano, contribuyendo a una vida agradable. Todo empresario exitoso es un *emprendedor*, ya que su negocio perdura y se consolida en un entorno dinámico y él aprovecha los cambios como áreas de oportunidad y genera riqueza. En México existen creencias en torno a las características del empresario de la pequeña empresa expresadas en el discurso teórico pero pocas investigaciones empíricas que hablen de su realidad. Es importante identificar las fortalezas y debilidades de los empresarios de la pequeña empresa; en su personalidad, como directivo y en sus relaciones interpersonales para encontrar la forma de orientarlos, con la finalidad de disminuir la mortandad de organizaciones.

Surdez-Pérez E.G. The businessman of the small seized enterprise and his enterprising behavior. Hitos de Ciencias Económico Administrativas 2009; 15 (43):135-138.

ABSTRACT

The businessman is a very important character in every society. By his talent and economical resources he contributes to invigorate the economy. Several economists have emphasized the importance of the entrepreneur in a society: Schumpeter considers him as innovative and source of change; for Keynes, he is a visionary who maintains the growth circle; Hayek considers him as an important element in the markets operation. The entrepreneurs are characterized by a strong sense of observation of the unsatisfied needs, and through his initiative, creativity, knowledge and experience, they convert them into goods or services that ease the activities of the human being, contributing to a pleasant life. A successful businessman is an *enterprising man*, because his business remains and is consolidated in a dynamic environment of the economy, taking advantage of the changes by considering them as opportunity areas in order to create wealth. In Mexico, there are beliefs around the small businessmen's characteristics that are explained in the theoretical discourse but there are just a few empiric researches related to their reality. It is very important to identify the strengths and weaknesses of the small businessmen, in their personality, as directors, and in their interpersonal relationships in order to find the way to guide them, with the intention to reduce the companies' mortality.

Palabras clave: Empresario. Pequeña Empresa. Personalidad. Iniciativa. Innovación y Comportamiento.

Key words: Businessman. Small seized business. Personality. Initiative. Innovation. Behavior.

DIRECCIÓN PARARECIBIR CORRESPONDENCIA: Correo electrónico: edith.2109@hotmail.com

*Maestra en Administración. Profesora-Investigadora de la División Académica de Ciencias Económico Administrativas. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Fecha de recibido: 9 de noviembre de 2009 Fecha de aceptación: 2 de diciembre de 2009.

La palabra empresario se deriva de vocablos franceses que significan “entre” y “tomar”, el primer término alude al hecho de que el empresario es aquél que toma una posición “entre” un proveedor y un comprador, el segundo a que “toma” el riesgo, de llegar a tener éxito. Peter Drucker definió al empresario como una persona que saca los recursos económicos de un área y los lleva a otra de mayor productividad y rendimiento. Jeffrey A. Timmons consideró que ser empresario significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir prácticamente de la nada. Es la búsqueda insistente de la oportunidad independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de éstos. Requiere una visión y la pasión y el compromiso para guiar a otros en la persecución de dicha visión. También requiere la disposición de tomar riesgos calculados. (Lambing y Kuehl, 1998: 10).

Existen diversos tipos de empresarios: El empresario que desarrolla un nuevo concepto (producto o idea) y construye un negocio alrededor de éste.

El empresario que desarrolla una empresa a raíz de un producto o servicio que ya existe, pero que considera que puede satisfacer de una mejor manera al mercado. El empresario que adquiere una empresa que ya está funcionando.

El grado de creatividad y de visión del empresario en la clasificación anterior varía. El común denominador a todos ellos es que asumen un riesgo financiero.

Contribución del empresario en el desarrollo de un País. Diversos economistas han destacado la importancia del empresario en una sociedad. Jean Baptiste Say se interesó grandemente en las actividades del empresario. Él concebía el desarrollo de la economía a través de la creación de empresas, veía al emprendedor sobre todo como un tomador de riesgos, puesto que invierte su propio dinero para generar riqueza (Filion, 2002).

Por otra parte Schumpeter asocia al empresario con el desarrollo económico, considera que para que se produzcan niveles más altos de renta, es necesario que existan empresarios que apliquen innovaciones, tanto técnicas como de organización, por tanto considera al empresario un agente de cambio que percibe y explota nuevas oportunidades (Brunet y Alarcón, 2004).

Hayek sin embargo, resalta un “problema de conocimiento”: El inconveniente no es meramente la escasez de recursos, sino, fundamentalmente, la ignorancia acerca de cuáles y cuántos recursos y qué tecnologías están disponibles para transformarlos, en este sentido los empresarios logran aprovechar las

oportunidades que entrega el estar en un mercado donde la información es imperfecta y son importantes para una sociedad porque generan valor para otros. (Ravier, 2006). También Casson, desarrolla una teoría en donde son asociados los emprendedores y el desarrollo económico, como coordinadores de recursos y tomadores de decisiones (Filion, 2002).

Para Varela (2001) Son elementos importantes para el desarrollo socioeconómico de un País la *elasticidad* (capacidad de responder a cambios en el ambiente), la *innovación* (propensión a experimentar nuevas formas), la *iniciativa* (el deseo de llevar a cabo proyectos útiles); los empresarios las poseen, entonces podemos deducir la importancia del empresario en el avance de un País.

Por tanto, el empresario es una figura importante en toda sociedad, con su talento y recursos económicos, contribuye a dinamizar la economía. A la mayoría e ellos los caracteriza un agudo sentido de observación de necesidades insatisfechas, que con su iniciativa, creatividad, conocimientos y experiencia traducen en productos o servicios que facilitan las actividades del ser humano, contribuyendo a una vida agradable y en continua mejora.

Además, el empresario genera empleos, es fuente de ingresos para el gobierno a través del pago directo e indirecto de impuestos y contribuye al incremento del producto nacional bruto (PNB).

También muchos empresarios apoyan la investigación y la formación de futuros técnicos y profesionistas a través de conceder que estudiantes realicen prácticas profesionales en sus negocios o apoyándolos con información para que realicen sus tesis.

El empresario de la pequeña empresa en México.

Existen pocos estudios en México específicos sobre el empresario de la pequeña empresa, la mayoría de los trabajos, en sus muestreos incluyen a empresarios micros, pequeños y medianos (Rodríguez, 1999, Acevedo, 2002).

En uno de los estudios específicos se exponen interesantes características del empresario de la pequeña empresa:

Antes de iniciar una empresa o tomar posesión por herencia de un negocio se han desempeñado como subordinados en alguna organización.

Muestran un importante interés en la introducción de líneas y productos alternos; lo hacen en base a experiencias pasadas, de acuerdo a cómo se presenta la demanda, en relación a la competencia y por medio del sentido común.

La organización de la producción la establecen ellos y en algunos casos sus hijos, sin considerar la participación de los trabajadores, si acaso, solo consideran su opinión en problemas operativos.

Consideran que la consolidación de sus empresas se deben básicamente a tres razones: autoconfianza, fe en el señor y amor a sus tradiciones (Borboa, 2004).

Sin embargo hay comportamientos y decisiones en los empresarios de la pequeña empresa, que propician el deterioro o hasta el cierre de las mismas:

Contratan a miembros de su familia que no cuentan con la formación y actitud necesaria para desempeñar los puestos en los que se les ubica, perjudicando la eficiente organización y por ende la productividad del negocio.

No reinvierten en el negocio por la falta de una clara diferenciación entre los recursos de la empresa y los propios.

Son desconfiados y por tanto reacios a formar alianzas con otros empresarios para producir en conjunto o adquirir materias primas y refacciones.

Quieren conservar su empresa como algo muy personal o familiar, negándose a tener socios a otorgar licencias o a franquiciar, por lo que limitan el crecimiento de sus negocios.

Desconocen los apoyos y orientaciones que pueden obtener de diversas instituciones.

También existen mitos y saberes sobre el empresario de las micro, pequeñas y medianas organizaciones: El empresario de la micro, pequeña y mediana organización (MPYMO) es quien marca el rumbo de la misma, es multifuncional, puede contar o no con capacidad emprendedora y gerencial, su nivel educativo es relativamente alto, se caracteriza por una visión empresarial a corto plazo, es más intuitivo que analítico, puede ser reactivo o proactivo, expresa autoritarismo respecto a las decisiones que definen el quehacer de la empresa, antepone sus intereses personales a los de su empresa, se caracteriza por una falta de compromiso social, débil tradición asociativa y por la resistencia a trabajar en equipos y a compartir oportunidades de riesgo (López, 2005: 97, De la Rosa, 2000: 201).

El empresario y su comportamiento emprendedor.

Origen del concepto emprendedor.

El término *emprendedor* se acuñó en 1880, por J.B.

Say, considerándolo en su alocución como una persona que cambia los recursos económicos, de una área de muy baja productividad, hacia otra área de las más alta productividad y rendimiento, postuló que la función más importante del emprendedor era explotar el cambio, no para hacer las cosas mejor, sino para hacerlas diferentes. Joseph Schumpeter, en su obra *La teoría de la Dinámica Económica* publicada en 1911 apoyó el concepto de Say de que el desequilibrio dinámico (dirigido primordialmente por el emprendedor innovador) era la norma de una economía saludable, y no el estar en equilibrio y la optimización. (Zimmerer y Scarborough, en García, 2002: 32).

En base a lo anterior todo empresario exitoso es un *emprendedor*, ya que su negocio perdura en un entorno dinámico y él aprovecha los cambios como áreas de oportunidad. Así también muchos emprendimientos (crear algo nuevo o darle un nuevo uso a lo ya existente) se concretan en una entidad cultural social y económica denominada empresa.

Comportamiento emprendedor.

El comportamiento emprendedor es la actuación emprendedora de una persona resultado de sus creencias, actitudes, talentos, habilidades, motivos, necesidades y valores.

Fishbein y Aizen (en Dehter, 2004) han ilustrado como las creencias y valores impulsan intenciones de emprender de la siguiente manera:

Creencias => Actitudes => Intenciones => Conducta

El autor expone que los hechos que se destacan en esta relación de factores son:

1. *La meta dirige al comportamiento*, de manera tal que si se pretenden provocar comportamientos emprendedores hay que comenzar proponiendo metas de independencia que los individuos y sus instituciones crean y comprueben que pueden alcanzar por sí mismos.

2. *La necesidad para el logro (McClelland, 1961) y la necesidad de mando (Brockhaus, 1981) predisponen en los individuos sus intenciones de emprender*, de manera tal que si se pretende que una institución o una comunidad se inflame de espíritu emprendedor es necesario que sus miembros sientan explícitamente que pueden tomar control de las situaciones y modificar su contexto para tornar lo propicio para materializar exitosamente sus iniciativas.

3. *La percepción de la autoeficacia es un importante factor determinante para alentar o inhibir la intencionalidad de emprender*, lo que sugiere que los

atributos y aptitudes emprendedoras se basan en el cultivo de las cualidades, rasgos y actitudes a nivel individual y los estímulos culturales a nivel social.

Comportamientos emprendedores.

De acuerdo a la metodología desarrollada por el Programa Internacional Empretec¹ los comportamientos emprendedores son:

I. Comportamientos orientados al logro.

- Búsqueda de oportunidades e iniciativa.
- Capacidad para asumir riesgos.
- Persistencia.
- Cumplimiento.
- Capacidad de exigir eficiencia y calidad.

II. Comportamientos orientados a la planificación, es decir, pensar antes de actuar, identificando metas concretas o resultados que se desean alcanzar y diseñar planes consistentes para desempeñarse aprovechando las oportunidades y anulando las amenazas del entorno.

- Fijación de metas.
- Búsqueda de información.
- Planificación sistemática y capacidad de seguimiento.

III. Comportamientos orientados al ejercicio del poder, que implica la capacidad de generar estados de ánimo positivos en las personas que se traduzcan en compromisos de apoyo para el desarrollo de sus proyectos o negocios, así también establecer vínculos con personas o instituciones que aporten a su progreso.

Se manifiesta a través de técnicas de comunicación efectiva.

- Persuasión y capacidad para aprovechar redes de apoyo

Finalmente se puede decir que el comportamiento emprendedor deriva de tener autoconfianza y autoestima.

CONCLUSIÓN.

Las pequeñas empresas contribuyen al desarrollo de un país porque en ellas se generan una gran cantidad de ideas e innovaciones, también por la constante generación de empleos que aportan y por ser proveedoras de la gran empresa.

Las actitudes y comportamientos de los empresarios influyen significativamente en el destino de las pequeñas organizaciones.

Es importante identificar las fortalezas y debilidades de los empresarios de la pequeña empresa; en su

personalidad, como directivo y en sus relaciones interpersonales para encontrar la forma de orientarlos, con la finalidad de disminuir la mortandad de organizaciones.

Conscientes de esta situación, las instituciones educativas están desarrollando programas para fomentar las actitudes y conductas emprendedoras en los alumnos, también debido a la problemática del desempleo, para lo que la creación de pequeños negocios es una alternativa.

Sin embargo, es necesario que se realicen investigaciones empíricas que den cuenta de los factores de éxito de las pequeñas empresas, entre ellos, los atribuibles a la forma de ser y proceder de los empresarios, para que haya una retroalimentación para los programas de emprendedores.

REFERENCIAS

Acevedo, J. A. La cultura del Empresario y su relación con la permanencia y crecimiento de las micro y pequeñas empresas en los distritos de Centro, Etlá y Tlacolula en el Estado de Oaxaca. (2000-2002), *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, 8, 20, 2002.

Borboa, M. S. Prácticas y estrategias de la gestión organizacional. Historias de Vidas, Universidad Autónoma de Sinaloa, México, 2004

Brunet I. y Alarcón A. Teorías sobre la figura del emprendedor. *Papers*, 73, p.p.81-103, 2004 <http://ddd.uab.es/pub/papers/02102862n73p81.pdf>.

Dehter, M. Factores para el surgimiento: enfoque de las identidades, la intencionalidad y la actuación emprendedora (publicado en línea) Carta con contenido, 28, VII, <http://www.slideshare.net/marceloleonv/factores-de-emprendimiento>.

De la Rosa, A. La micro, pequeña y mediana empresa en México: sus saberes, mitos y problemática, *Revista Iztapalapa*, 20, 48, 2000.

Filion, L J. Emprendedores y propietarios-dirigentes de pequeña y mediana empresa (PME), capítulo 9 de la obra: *Les PME: Bilan et Perspectives* (3ª. ed.) (L.E. López, trad.) CANADA: GREPME Presses Inter-Universitaires, 2002.

García, E. Et. Al. *Formación de Emprendedores*, Compañía editorial continental, México, 2002.

Lambing P. y Kuehl C., *Empresarios pequeños y medianos*, Editorial Prentice Hall, México, 1998.

López A., De la Rosa, A. y Lozano O. Comportamiento organizacional individuo y pequeñas organizaciones: Elementos para su análisis a partir de un caso de estudio, *Reflexiones Economía y Políticas Públicas, Órgano de difusión del Colegio de Posgraduados del CIDE A.C.*, México, 2005.

Ravier, A. O. Aplicando el Market Based Management. *Documento de Trabajo No. 4* de Fundación Friedrich A. Von Hayek, pp. 1-21, 2006 <http://hayek.org.ar/new/images/fotos/2006-04.pdf>.

Rodríguez, T. *Propuestas de alternativas viables para potencializar estratégicamente las micro y pequeñas empresas en el estado de Tabasco 1988, con el enfoque de la nueva cultura empresarial, tesis de maestría*, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco México, 1999.

¹ El programa EMPRETEC es un programa de capacitación creado en el ámbito del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) para la promoción y el desarrollo de la capacidad emprendedora en los individuos emprendedores de los países en vías de desarrollo (Saboia y Martin, 2006)