

El emprendedor. Una reflexión crítica sobre usos y significados actuales de un concepto

The entrepreneur. A critical reflection on the current uses and meanings of a concept

Richard Pfeilstetter

Personal Investigador en Formación. Departamento de Antropología Social. Universidad de Sevilla.
rgp@us.es

RESUMEN

El artículo consiste en una reflexión teórica general crítica del concepto de emprendedor empleado actualmente en las ciencias sociales. El surgimiento, auge y consolidación del término, para denominar y conceptualizar una nueva agencia estrella del desarrollo, es descrito como el resultado de una sociedad moderna centrada en la percepción del cambio social como resultado de la acción individual de algunos sujetos héroes. El autor revisa nociones actuales del emprendedor, tanto hegemónicas como periféricas, recurriendo para ello al análisis de contenido de una serie de textos indicativos. Finalmente, el artículo propone una vuelta a los orígenes etimológicos y teóricos del término, que permite superar algunos de los problemas epistemológicos que el uso no reflexivo y reduccionista del concepto en la actualidad conlleva.

ABSTRACT

This paper consists of a general theoretical criticism of the entrepreneur as a concept currently employed in the social sciences. The rise, popularity, and consolidation of the term, to describe and conceptualize a new favourite agency of development, is described as the result of a modern society centred on the perception of social change as a result of individual action of some subjects conceptualized as heroes. The author reviews current hegemonic and peripheral notions of the entrepreneur, by analysing the content of a series of representative texts. Finally, the paper proposes a return to the etymological and theoretical origins of the term, which overcomes some of the epistemological problems of the current non-reflective and reductionist use of the concept.

PALABRAS CLAVE

emprendedores | emprendimiento | antropología del desarrollo | creación de empresas | Schumpeter

KEYWORDS

entrepreneurs | entrepreneurship | anthropology of development | business creation

Las causas del cambio social es una de las preguntas centrales de las ciencias sociales desde sus orígenes. Para su explicación se ha recurrido a modelos que describían como principal responsable de la evolución social, a determinados agentes o colectivos -las élites, los obreros, los políticos- o a ciertas "fuerzas", como los medios de comunicación, las identidades sociales, las inversiones monetarias, etc. Todo ese tipo de teorías, al intentar definir el sujeto del cambio a base de una diferencia simple, han provocado una oposición en los mismos términos: no son los obreros sino la burguesía, no son los medios de comunicación de masas sino los líderes sociales, no son las inversiones monetarias sino la "cultura", los responsables del desarrollo. Es a este problema a lo que se refería el sociólogo N. Luhmann cuando afirmaba que "el concepto de fin ha sido concebido originariamente a partir de la acción aislada" (Luhmann 1983: 6). Todos esos modelos universalistas, unilineales y omnicomprensivos para definir una única agencia del cambio durante al menos dos siglos de historia de las ciencias sociales, podemos encontrarlos de alguna u otra manera, en todos los estudios que tratan hoy del desarrollo de las sociedades. Lo que ha cambiado son los conceptos con los que se quiere describir a esa agencia del cambio. Para nombrar algunas de esas sujetos del cambio que están comunicados hoy en día como responsables del desarrollo, se podría pensar en los *think tanks*, las redes sociales en Internet, los organismos internacionales, las ONG, los activistas o los emprendedores.

El emprendedor, como un nuevo protagonista clave para impulsar procesos de cambio social, ha sido destacado en los últimos años en la comunicación de múltiples sistemas funcionales, sobre todo desde el científico, el político y el económico. Hay una extensa producción de artículos y libros sobre la cuestión,

revistas especializadas, cátedras, etc. Actualmente hay aproximadamente 500 mil artículos académicos relacionados con la palabra *entrepreneur* registrados en la plataforma Google, en instituciones diversas convocan concursos para emprendedores, hay agencias de creación reciente que fomentan el desarrollo de iniciativas emprendedoras desde las administraciones y universidades, premios públicos y privados para emprendedores, centros incubadoras de empresas, etc. La figura del emprendedor ha sido abordada desde muchos campos de conocimiento y desde diversas perspectivas, no existiendo un acuerdo común sobre el término y el concepto de emprender (Shane y Venkataraman 2000; Alonso Nuez y Galve Górriz 2008: 5).

El emprendedor como expresión máxima del hombre moderno

Como quiero defender en las líneas que siguen, la aparición en los últimos años del emprendedor como sujeto estrella del cambio social no es casualidad. Entender el sujeto económico como la clave para explicar el desarrollo, frente a la idea de que colectivos o variables estructurales son el fundamento subyacente de los cambios sociales, tiene sus raíces en los valores de una sociedad determinada. La base social de ese auge de un nuevo sujeto estrella, que parece ser una nueva vía para explicar el porqué del desarrollo de las sociedades, es el contexto de la modernidad tardía en occidente, que diferentes sociólogos prestigiosos nos han descrito en términos de *individualización* y *riesgo* (Beck 1986), *flexibilización* (Sennett 2000), *creciente reflexividad* (Giddens 1991), *diferenciación funcional* (Luhmann 1987) e *imposición neoliberal* (Bourdieu 1991). Veremos, cómo el conjunto de esas interpretaciones sociológicas de la sociedad occidental contemporánea nos pueden contextualizar las bases socio-económicas, de la aparición del emprendedor en los estudios de desarrollo y los presupuestos ideológicos implícitos que nutren el concepto.

Para R. Sennett (2000), la sociedad posindustrial se define por la imposición de una nueva flexibilidad, causada por la evolución del modelo económico-social capitalista a base de tres pilares: la continua reestructuración de las instituciones, el aumento de la especialización y flexibilización en la producción según las condiciones impuestas por la demanda del mercado y, finalmente, una mayor concentración del poder y de la vigilancia, ocultos por su descentralización física. Sennett muestra, cómo esa filosofía de flexibilización se ha convertido en una ideología no reflexiva, en cuanto apunta que en muchos casos una mayor flexibilización no ha llevado a un mayor beneficio, sino que las demandas inestables del mercado se convierten en organizadores externos del proceso de producción interno (Sennett 2000: 50-53). Esa nueva flexibilidad de la vida profesional y privada, promocionada por las instituciones políticas y económicas, por lo tanto es un pilar para explicarnos el auge de la aparición y el fomento de emprendedores.

Ulrich Beck (1986) ve también en el nuevo sistema flexible, que él analiza no sólo para la vida laboral y denomina *individualización*, nuevas posibilidades para el desarrollo del individuo. Describiendo la sociedad actual como una sociedad de riesgo, apunta que los individuos, una vez expulsados de las seguridades institucionales tradicionales, identidad étnica, parentesco, religión entre otros, se encuentran con un ambiente de incertidumbres globales, ecológicas, financieras, sentimentales, que sólo pueden afrontar construyendo una biografía propia distinguible. La flexibilidad y el riesgo, como principales organizadores de la vida en la modernidad, corresponden a la personalidad de un emprendedor tipo. Es un sujeto que al enfrentarse creativamente con la incertidumbre, empleando su propia flexibilidad, le gana protagonismo.

Para Luhmann y su teoría de la modernidad, también existe un "peso reflexivo del individuo moderno" (Luhmann 1987: 371). El proceso de individualización es para Luhmann el aumento de la interpenetración entre el sistema social y el psicológico, proceso que a su vez crea nuevas libertades y obligaciones, o como él lo llama, nuevos momentos de exclusión e inclusión (Luhmann 1987: 299). La creciente diferenciación funcional de la sociedad en un conjunto de sistemas horizontales como la política, la economía, el derecho, la religión etc. son el clima en el que puede prosperar la acción del sujeto que ya no depende de sólo un sistema social cuya lógica determina todos los miembros de la sociedad tradicional. Esa liberación de los individuos, es la precondition estructural de que los sujetos puedan ser posibles protagonistas del cambio social y no sólo los colectivos. El emprendedor es un agente que utiliza esa independencia que le proporciona la sociedad funcionalmente diferenciada, para relacionarse con todos estos sistemas sociales en beneficio propio.

La modernidad vista por Giddens (1991) constituye un espacio en el que los individuos e instituciones, liberados de sus vínculos tradicionales vuelven a ser reflexivos. Esa necesidad de construir su propia biografía, donde modas y medias ayudan a los agobiados con su tarea, es la base social de la innovación. Frente al modelo de la sociedad tradicional, donde los individuos progresaban en la medida en que seguían fielmente los pasos preestablecidos de su segmento social, esa otra sociedad a la que se refieren los autores que estamos repasando, prima a biografías que justo rompen con esas continuidades generacionales. La novedad del proyecto privado y profesional, la idea de la biografía diferente, la innovación reflejada en la creación de instituciones nuevas, son justo los elementos con los que se define hoy la personalidad del emprendedor.

Para Pierre Bourdieu la sociedad occidental moderna, a veces incluso en oposición a los postulados de su teoría social, es un escenario de lucha, donde un sistema neoliberal capitalista se está imponiendo a todas las esferas sociales del mundo. El campo académico colabora en gran medida con la empresa neoliberal individualista mediante la promoción de las teorías del actor racional, porque el propio científico se ve en ese papel de sujeto héroe y tiende a aplicarse a sí mismo el subjetivismo que al objeto de estudio, al objetivarlo, deniega. La "diferencia generadora de energía (...) energía creadora, espíritu de empresa" (Bourdieu 1991: 231) es para Bourdieu la visión conservadora de la historia, que "establece una distinción absoluta y duradera en lugar de una continuidad" (Bourdieu 1991: 231). El emprendedor, desde esa perspectiva, es el modelo del sujeto en un mundo liberal que se está promocionando desde las instituciones. El emprendedor es el actor tipo que mejor encaja en la economía de mercado, asumiendo su persona, en la práctica, los postulados teóricos del liberalismo.

El emprendedor es el sujeto social tipo ideal que responde a todos esos aspectos centrales que definen la sociedad actual. En un contexto de universalización e imposición creciente de la lógica liberal y mercantil, el emprendedor responde mediante la construcción reflexiva, flexible y funcionalmente adecuada, de acciones racionales cuyo conjunto desemboca en una biografía única y diferenciada, capaz de enfrentar los desafíos de riesgo e incertidumbre del entorno. Emprendedor es quien, según el Diccionario de la Real Academia Española (22ª edición), "emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas" y emprender es "acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro", presupuesto genérico que conlleva la idea central del hombre moderno de que el esfuerzo personal, la libertad del individuo y la igualdad de oportunidades contribuyen al desarrollo de la condición humana. Ser emprendedor es una forma de vida, una modelo cultural, un modo de estar, una forma de relacionarse con el mundo, tanto un derivado de ese nuevo sistema flexible como un aprovechamiento activo de sus posibilidades liberadoras. Las diferentes teorías actuales acerca del emprendedor, objeto de los análisis que siguen, deben ser juzgadas a la luz de ese contexto social de la sociedad moderna. Entre ellas, las teorías que llamaremos en el punto siguiente *subjetivistas* del emprendedor, a menudo son incapaces de contextualizar, histórica y socialmente, su objeto de estudio como ha sido mi pretensión en este prólogo. Las teorías sobre el emprendedor tipo, por otro lado se paran en la crítica de las implicaciones neoliberales del término, dejando de considerar que ese nuevo modelo de sociedad al que responde el emprendedor no sólo puede ser descrito en términos negativos.

Teorías subjetivistas del emprendedor: La acción racional y el economicismo

Las teorías sobre el emprendedor que aquí quiero llamar subjetivistas, son sin lugar a dudas las más populares, ya que no producen ningún tipo de conflicto con el contexto social en el que son construidas. Sus defensores se sitúan primordialmente en el campo de producción de las ciencias económicas, aunque también en algunas orientaciones especiales de la sociología, la psicología y el derecho. Se pueden agrupar bajo una corriente que se ha venido en llamar "teorías de la acción racional". Se fundamentan en un presupuesto ontológico que prima el libre albedrío sobre los condicionantes ambientales, e interpreta las acciones de los individuos como la consecuencia de cálculos racionales o utilitaristas, que se realizan a base de valorar conscientemente las ventajas e inconvenientes de una acción cualquiera. Aplicada esa teoría a los estudios del emprendimiento, el impulso de procesos de institucionalización de iniciativas innovadoras, se ve más como el resultado de acciones aisladas de agentes especialmente capacitadas que de causantes ambientales.

A partir de ello, esas teorías del emprendedor buscan en los discursos formalmente razonados de los

agentes, en los documentos autodescriptivos y en la capacidad de la personalidad o de la configuración psicológica, la explicación que ha llevado tanto a la decisión de emprender como al éxito de la empresa. Menos atención reciben las condiciones sociales e históricas de producción de la acción emprendedora, el entorno del pasado y del presente, para explicar el surgimiento y éxito evolutivo de la institución emergente.

Por otro lado, esas teorías conllevan cierta inclinación manifiesta o latente para interpretar el acto de emprender, tanto en sus causas como en sus efectos, como económico en el sentido de sus implicaciones materiales para sujeto y objeto del desarrollo. Esa primacía de la visión económica del emprendedor conlleva, aunque no de modo lineal, una inclinación a la metodología cuantitativa, al ser el mundo material a primera vista más proclive a la representación y el análisis matemático. También el enfoque economicista se inclina por entender como emprendedor a la persona física que crea una empresa con ánimo de lucro en el contexto de una economía de mercado.

Dibujado ese cuadro, quizás un tanto reduccionista pero ilustrativo de una gran cantidad de estudios sobre emprendedores, veremos ahora algunos ejemplos seleccionados porque se adecuan de manera prototípica a esa mirada subjetivista y economicista del emprendedor y discutiremos los principales problemas que ese enfoque conlleva.

El Global Entrepreneurship Monitor (GEM), cofinanciado en Andalucía entre otros por el Centro de Estudios Andaluces, el CIS de la comunidad autónoma si así queremos, es un estudio cuantitativo longitudinal, iniciado por el Babson College en Estados Unidos y la London Business School en 1999. Esa red de investigadores entiende al emprendedor como la "persona que está inmersa en el proceso de creación de una empresa o en sus primeras fases de consolidación. Puede ser independiente o autónomo -si lo hace por cuenta propia-, o corporativo -si forma parte de su trabajo habitual como empleado de otra empresa" (Global Entrepreneurship Monitor 2005: 147).

El emprendedor se entiende en esa definición 1) como un sujeto y no un colectivo o una institución, 2) como un actor generalmente económico y 3) necesariamente como creador de una nueva institución jurídicamente definida como empresa. Viene de la mano de esa definición conceptual, una metodología cuantitativa del estudio que lleva a afirmaciones como la siguiente:

"En general, los hombres son mucho más dados a iniciar un negocio que las mujeres. En ninguno de los países participantes en GEM 2006 son las mujeres más activas que los hombres para iniciar y poseer empresas" (Global Entrepreneurship Monitor 2006: 20).

Las explicaciones causales que generan a base de esas evidencias, se sitúan en un plano generalista hipercoherente, coherencia que facilita al mismo tiempo la definición excluyente del emprendedor, por ejemplo: hay más mujeres emprendedoras en los países con bajos ingresos porque hay más restricciones en el mercado laboral. Las mujeres en el primer mundo gozan de un sistema de seguridad social que les permite no emprender. Esa adaptación del objeto de estudio a las necesidades impuestas por encuestas masivas, la podemos encontrar en la siguiente subcategoría del emprendedor emergente: "Nuevos empresarios son las personas, entre 8 y 64 años de edad, que han tomado algunas medidas para la creación de una nueva empresa en el último año". Las encuestas del Global Entrepreneurship Monitor son proclives a generar datos no fiables, en cuanto preguntan a sus informantes si son emprendedores por necesidad u oportunidad, si su servicio es innovador o no, etc., lo que lleva al estudio a afirmar, por ejemplo, que en países con bajo ingreso per cápita hay mayor índice de emprendedores. Para contrarrestar el sobrepeso de datos cuantitativos, introducen preguntas a expertos que en un segundo paso también son cuantificados.

Para su versión individualista del emprendedor precisamente definido, el entorno es un todo difuso que de alguna manera influye en el individuo y en sus correspondientes países: "Los entornos institucionales -políticos, legales y culturales- en los que operan los empresarios influyen directamente en su actividad y, por lo tanto, en el curso del desarrollo económico del país". El mero hecho de crear una empresa en el sentido jurídico, es para el GEM como equivalente al aumento del grado de desarrollo. Caen en un segundo plano preguntas sobre cuáles han sido las causas de la creación, cuáles son sus aportaciones para una región al nivel meso-social, qué causas y efectos no económicos han de ser tomados en cuenta, entre otros.

Frente a ese macroproyecto internacional de investigación de gran impacto en la comunidad científica de estudios sobre emprendedores, que representa el GEM, normalmente nos encontramos en los estudios sobre emprendedores, con investigadores que desarrollan su actividad en algunos de centros de estudios empresariales y económicos situados en el mundo académico de la Universidad. Un ejemplo de ello, puede ser el artículo de De Carolis y Saporito (2006), que definen el emprendedor por su capacidad de reconocer y explotar oportunidades y ventajas competitivas, su capacidad de innovación. En el mismo sentido que para el GEM, el individuo y sus habilidades están pensados como dados, son el punto de partida, en los que influye posteriormente su entorno social. Tanto la cognición como el capital social, la agenda capaz de generar el emprendedor, se ven como un recurso de los individuos y su entorno como un mundo de oportunidades. Llama también la atención que la propia existencia de una relación recíproca entre individuo y entorno social, está presentada en esos estudios economicistas como si fuera una variable nueva a descubrir.

También para Chadwick, Glasson y Lawton (2005), el talento de los individuos prima sobre la importancia de las redes y las acciones colectivas. Su definición del emprendedor, la capacidad de agentes para crear negocios nuevos, no se distingue sustancialmente de los ejemplos del emprendedor sujeto. Dos cosas son importantes en el desarrollo regional para Chadwick, Glasson y Lawton: la presencia de individuos con talento y el efecto que tiene eso en los demás. El entorno social de los emprendedores se percibe como el conjunto de los emprendedores restantes. Es un entorno facilitador igual que para De Carolis y Saporito (2006). Esa "clase creativa" y su devenir histórico es la que explica en su estudio el desarrollo de un territorio.

Es de interés ese último ejemplo en cuanto que pertenece a la categoría de investigaciones del emprendedor, economicistas y subjetivistas que, frente a lo común en esos estudios, utilizan una metodología cualitativa. Su estudio explica el desarrollo económico exponencial de un territorio mediante el análisis de 22 actores claves que, según los autores, lo impulsaron. Ese tipo de metodología puede eficazmente resolver algunos de los problemas resultantes de estudios empiristas, como los que hemos visto del GEM. Pero la propuesta resulta cojo, en cuanto no resuelve el problema teórico que tiene la concepción de los agentes del cambio como "héroes" más o menos independientes de lo que les rodea, aislando así una élite selecta como determinante para su entorno. El texto de Chadwick, Glasson y Lawton es un buen ejemplo para ilustrar, que el modo de trabajar empíricamente, no puede resolver los problemas resultantes de un corpus teórico que apuesta por una visión subjetivista del mundo social y de sus modos de cambio.

Que ese tipo de estudios del emprendedor, que he llamado aquí subjetivistas y economicistas, configuren actualmente el estatus quo del debate, lo puede ilustrar otro artículo que he seleccionado para tales fines. Alonso y Galve (2008) pretenden ofrecer una visión general de las investigaciones sobre emprendedores actualmente en discusión. El hecho de que en ese texto, que trata de resumir el estado de la cuestión, no aparezcan autores que no confunden el emprendedor con el empresario y no piensan la teoría del actor racional como teoría genérica, ilustra que estamos ante un panorama de investigación en ese campo, que cuenta con un paradigma dominante y una periferia a la que dirigiremos nuestra mirada ahora.

Teorías sobre emprendedores tipo

Frente a los estudios economicista-financieros hegemónicos sobre "emprendedores genéricos" creadores de empresas, se sitúan una serie de teorías complementarias, y a veces opuestas a aquéllas, añadiéndole al término algún complemento, para orientarlo hacia otros campos de significación menos percibidos como económicos. Esos estudios o bien se centran en algún colectivo concreto, definido mediante criterios de diferenciación social tales como edad, género, etnicidad, etc., o se interesan en determinados sectores de actividades, como pueden ser las nuevas tecnologías, la creación de asociaciones, etc. De ahí salen creaciones conceptuales como emprendedores o emprendedoras étnicas, sociales, jóvenes..., emprendedores de la red, emprendedores morales, etc. A menudo esos estudios conllevan alguna valoración ideológica o de simpatía para el grupo o la actividad que se describe, subrayando implícitamente la mayor importancia o mayor legitimidad de estos emprendedores frente a otros. Existen estudios sobre "emprendedores tipo", prácticamente desde la totalidad de las disciplinas en ciencias sociales, y parece que ello se debe a la gran inflación de estudios sobre emprendedores que provoca la evolución de cierta especialización o diferenciación interna de ese campo.

Igual que los estudios no reflexivos sobre el emprendedor genérico, también los estudios sobre el emprendedor o la actividad emprendedora de tipo "no económico", se centran en un grupo social que pretenden describir. Desviando la importancia hacia la definición de unidades perfectamente diferenciadas, están perdiendo capacidad de centrarse en los procesos del cambio social. Desenfocan con ello la acción y la comunicación, que no siempre se rige por lógicas de pertenencia o identificación a grupos sociales diferenciados mediante criterios de observación del científico orientada en esa distinción. Eso se pone de relieve cuando, por ejemplo, se da por sentado que es la actividad formal que se clasifica la que es especialmente novedosa, mientras que el acto mismo de emprender, no merece una atención investigadora especial.

Ligado a ello, está el problema metodológico mismo de la elección del grupo o la actividad que se procura estudiar, el peligro del sesgo de complicidad con el objeto de estudio. Esos nuevos comunitarismos en el campo de los estudios sobre *entrepreneurship*, no solo reifican los grupos sociales que estudian y les otorgan mayor coherencia de la que realmente gozan, perdiendo así de vista la acción significativa como objeto de estudio primordial, sino que también contienen la tendencia de una oposición simple respecto a los estudios genéricos sobre el emprendedor. Caen en el otro extremo epistemológico. Mientras que las teorías economicistas desvaloran los efectos no económicos de la economía, las teorías sobre el emprendedor tipo, a menudo desconocen o menosprecian los efectos económicos secundarios de emprendedores "sociales".

Muchos son los estudios que se centran en algún grupo o actividad emprendedora en concreto, y no existe, en menor medida aún que en los estudios sobre emprendedores genéricos, un corpus teórico o una metodología común. Los estudios sobre emprendedores étnicos (Arjona Garrido y Checa Olmos 2005), sociales (Bornstein 2005, Austin, Stevenson y Wei-Skillern 2006), jóvenes (Fernández Esquina y Ruiz Ruiz 2006), morales (Becker 1997), de la red (Ericksen 2001), trabajadores (Narotzky 2007), culturales (Swedberg 2006, Global Entrepreneurship Monitor 2005), rurales o campesinos (Bryant 1989, Korsching y Allen 2004, Camarero y Sampedro 2007), por nombrar sólo la selección discutida para ese ensayo, son como vemos heterogéneos, abundantes y recientes. A partir de ahí podemos constatar en la literatura combinaciones entre esas categorías, como mujeres rurales emprendedoras (Camarero y Sampedro 2007) o mutaciones conceptuales como *corporate entrepreneurship* o *intrapreneurship* para denominar iniciativas que se producen dentro de instituciones ya existentes. Me centraré por lo tanto en unos pocos casos ilustrativos para tal campo complejo de estudios.

El texto de Narotzky (2007), es un buen ejemplo para esos estudios que establecen una distinción entre emprendedores, en función del contexto socio-económico y cultural en el que desarrollan su actividad. Los conceptos de centro-periferia, se usan para oponer al concepto del emprendedor hegemónico otro tipo de emprendedor menos "capitalista". Esa distinción se hace tanto entre el Primer y el Tercer Mundo o, como en el ejemplo de Narotzky, para el centro y la periferia europea:

"Las actividades económicas en las áreas de producción descentralizados, como el sur de Europa, estructurado en torno a redes de subcontratación informal, las pequeñas empresas familiares y el empresario autónomo no pueden describirse o explicarse en términos de las categorías estándar de la descripción sociológica del ámbito "económico" en las sociedades capitalistas occidentales" (Narotzky 2007: 403).

En esa misma línea de centro-periferia, podríamos situar las teorías sobre el campesino emprendedor (Bryant 1989; Korsching y Allen 2004). Es el medio social en el que se desarrolla la actividad y el tipo de actividad, lo que sirve como elemento distintivo entre tipos de emprendedores. La pertinencia para denominar esos colectivos como emprendedores, se justifica por una oposición al modelo comúnmente empleado para denominar a los emprendedores. Visibilizar acciones de personas y colectivos en contextos socio-económicos definidos como "problemáticos", mediante el slogan del "emprendedor" es la motivación de los autores. Esa simpatía por la "comunidad" hace hablarles de *entrepreneurial communities* o comunidades como cuasi emprendedores (Bryant 1989). El imperativo ético se revela en la hipótesis (un tanto tautológica) de partida, de que los emprendedores con un compromiso con la comunidad lo tienen porque surgen de la comunidad (Korsching y Allen 2004).

Para el caso de los estudios de género aplicado al campo de la investigación sobre emprendedores, también se distinguen las mujeres emprendedoras, o como es el caso de Camarero y Sampedro de

female rural entrepreneurs (2007), de sus compañeros masculinos. Los estudios de género, fijándose no en el contexto o la actividad del emprendedor sino en su condición social de mujer o hombre, se interesan por describir y revelar la desigualdad social entre los sexos en el campo de la creación de empresas, creando perfiles sociales de las empresarias rurales en España, como es el caso de Camarero y Sampedro (2007).

A un nivel más generalista que los casos mencionados hasta el momento, están los estudios que oponen al modelo del emprendedor económico el del emprendedor social, cultural o moral. Algunos, como el texto de Austin, Stevenson y Wei-Skillern (2006), entienden como emprendimiento social, la aplicación de procedimientos empresariales en el sector de las instituciones no lucrativas. El problema común a estas investigaciones reside en la dificultad de definir quien produce a través de su iniciativa "valor social añadido", efecto latente que no necesariamente coincide con la misión formal manifiesta de una organización y sus estatutos. En ese mismo sentido el ya mencionado Global Entrepreneurship Monitor emplea el término de emprendedor cultural, no como una contrapartida a su concepto de emprendedor genérico, que consecuentemente deberían llamar "económico", sino para hablar de empresarios de incorporación reciente que "venden cultura":

"La cultura se manifiesta como una importante fuente de oportunidad en la creación de empresas. Los emprendedores culturales son mayoría sobre los emprendedores no culturales, tanto en España (68,58%) como en Andalucía (73,75%). Esta apreciación de la cultura como fuente de oportunidad es proporcionalmente mayor en Andalucía que en España, tanto en opinión de la población como de los expertos. Las actividades emprendedoras relacionadas con la cultura aparecen como más competitivas" (Global Entrepreneurship Monitor 2005).

Una de las entidades que más ha popularizado el término de emprendedor social, ha sido la Fundación Schwab impulsada por el poderoso creador del *World Economic Forum*. La organización, creada en 1998, se dedica al estudio y fomento de iniciativas con finalidades sociales. Para los objetivos de este artículo nos limitaremos a estudiar brevemente la conceptualización teórica del emprendedor social que va fomentando esa fundación. Su definición del emprendedor social supera algunas de las dificultades discutidas anteriormente, ya que entiende que también entidades con fines lucrativos pueden, en ciertas circunstancias, crear valor social añadido. Emprendedor social es para la Fundación Schwab el que "se centra ante todo en la creación de valor social y/o ecológico, y trata de optimizar la creación de valor financiero" (Social Entrepreneur of the Year Competitions). Aunque el concepto de la entidad sigue pensando que el modo de trabajar de cualquier emprendedor es "económico": "Los emprendedores sociales crean organizaciones híbridas que emplean métodos de negocios, pero su resultado final es la creación de valor social" (Social Entrepreneur of the Year Competitions). El emprendedor social, como vemos en esos casos, es un concepto complementario o en oposición al emprendedor genérico, estudiado bajo la hipótesis de que lo que hacen esos primeros es algo "bueno" frente a los que simplemente se dedican a enriquecerse.

Una mirada antropológica sobre la acción emprendedora

Como hemos visto en el prólogo a este capítulo, el emprendedor como categoría para describir actores y acciones innovadoras, es tanto producto como productor de una nueva organización social llamada modernidad. La popularidad del término se debe tanto a su referencia a realidades sociales nuevas como a un nuevo tipo de idiosincrasia que la promueve. Ni el rechazo estoico del término, como si el surgimiento del término sólo se debiera a una estrategia de las instituciones promotoras del neoliberalismo, hemos visto el caso de la fundación Schwab ligada al *World Economic Forum* o el *Global Entrepreneurship Monitor*, ni su asunción no reflexiva, como si discursos y prácticas fueran una misma cosa, ni la desfragmentación del término para describir sólo aquellos fenómenos que nos interesan adornándolos con un término en boga, da cuenta con suficiente rigor de las implicaciones sociales complejas de ese concepto. Los estudios que se construyen en base a una diferencia que es la oposición al modelo emprendedor genérico y sus implicaciones economicistas, abandonan la lucha por la definición de su significado, centrándose en la mera crítica. Esa postura del tercero autoexcluido, que mira desde las esferas de la puridad intelectual el escenario teórico, se define por defender las críticas que he desarrollado hasta el momento sin pronunciar una postura propia. A veces tales autores abogan por el uso de otro tipo de conceptos sustitutos, pero de modo general se satisfacen con la función crítico-analítica de la academia y el hábito desvelador de la opresión simbólica oculta. Un estudio que asume,

que el auge de los trabajos sobre emprendedores responde a una realidad social cuya interpretación es motivo de disputa teórica, explora las diferentes interpretaciones de esa realidad para incluir la disputa misma en nuestro análisis del mundo social.

Una vez asumido ese contexto social e ideológico mayor, en el que surgen los emprendedores como categoría y el discurso y la práctica institucional en torno a ellos, se debe de situar el término históricamente, esto es, interrogarse sobre qué denominaciones han recibido los actores sociales de la innovación socio-cultural en el pasado, qué relación mantienen con el presente y por qué surge un cambio en la interpretación y autointerpretación de los agentes del cambio. Hay que situar el término, en un contexto histórico de categorías acerca del sujeto del cambio como los activistas, cuadros, élite, líderes, revolucionarios, etc., o sus correspondientes instituciones o colectivos, las iniciativas, empresas *start-up* y *spin-off*, movimientos sociales, *grass root movements*, ONG, etc. Cada una de esas maneras de denominar a los agentes sociales del cambio, responde a contextos histórico-sociales concretos cuyas implicaciones han de reflexionarse.

Si situamos el término emprendedor históricamente, vemos que en su origen está el emprendedor dibujado como alguien movido principalmente por fuerzas no económicas. Es el joven economista Vienense Schumpeter quien se dedicó por primera vez a una conceptualización del emprendedor al principio del siglo pasado. De acuerdo con sus escritos, no son las ideas, ni la legalización institucional o el estatuto de la institución que ha creado, lo que lo distinguen de las demás personas sino su forma de actuar. El emprendedor es un *Mann der Tat*, un hombre de la acción. Y es por ello que Schumpeter entiende al emprendedor, en la versión original de la *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung* (1912), como aquel agente de la sociedad activo y dinámico frente a otros que no lo son (Swedberg 2006). Esa conceptualización histórica del término, es tanto una manera mucho más abstracta y generalista de pensar el emprendedor como suele ser el *ductus* y el sentido común en torno al término de hoy. Es en esa línea generalista que también respira la definición de la Real Academia, vista anteriormente, en la que conviene enfatizar.

Shane y Venkataraman (2000) mencionan, entre otros, tres problemas recurrentes en los estudios sobre emprendedores. Por un lado las investigaciones en ese campo se han centrado en la persona del emprendedor y no en los procesos. Por otro, podemos aprender de esos autores el problema teórico que supone definir el emprendedor como una persona que crea una institución legalizada o física: procesos innovadores tienen lugar dentro o fuera de instituciones formalmente consolidadas. Y como tercer problema se puede destacar la reducción de la actividad emprendedora a la acción racional y sus efectos económicos.

Evitar esos tres problemas centrales, añadiéndole una visión generalista del emprendedor, tiene implicaciones para la metodología y las técnicas de investigación. El menor grado de determinación de lo que es un emprendedor o una iniciativa emprendedora supone más dificultad para la contabilización estadística simple. Lo que es innovador no se determina mediante clasificaciones teóricas previas sino que ha de buscarse en contextos empíricos concretos. Al mismo tiempo esa visión generalista del emprendedor y el rechazo a las metodologías simples para su estudio requiere un corpus teórico más abstracto.

Mientras algunos estudios ven en el emprendedor la encarnación contemporánea del demonio capitalista, para otros son héroes, profetas y la vanguardia de un mundo mejor, la utopía del hombre libre de determinaciones. En ese contexto conviene apostar por una mirada teóricamente más abstracta sobre lo que llamamos emprendedores. Esa mirada no sólo puede salvarnos un poco más de los imanes ideológicos sino también asegurar cierta ingenuidad empírica.

Hoy, el emprendedor forma parte de un *mainstream* economicista no reflexivo, contrastado por estudios que, mediante adjetivos diversos, lo pretenden redefinir para campos de significado no económicos. Esa necesaria visión más abstracta sobre el acto de emprender, en el sentido schumpeteriano, está al mismo tiempo en su origen etimológico: emprender viene del latín *in-prehendere* que es tomar o coger.

Trabajar con un concepto más abstracto del emprendedor sugiere introducir ideas provenientes de las teorías de la complejidad. Fuller y Moran (2001) proponen para ello entender las dinámicas de iniciativas emprendedoras en términos de adaptación, evolución, interdependencia y ver las organizaciones creadas por emprendedores como estructuras autopoiéticas.

Desde la antropología conviene emplear el concepto de emprendedor en ese sentido más amplio, no solo estrictamente económico. El mundo económico-material está íntimamente ligado al mundo ideático-socio-cultural. Tanto empresas, asociaciones u otros tipos de organizaciones no necesariamente constituidas legalmente, fuera de sus objetivos formales, tienen efectos económicos a su vez que sociales en el contexto territorial en el que se envuelven. El significado central de *emprender* se reduce en la versión subjetivista al ámbito empresarial, a la creación de empresas, de modo que el objeto de estudio científico se funde con el sentido común. Es en ese sentido que dicen Camarero y Sampedro (2007) que en la práctica de esos estudios se impone una visión individualista de la empresarialidad que concuerda con la noción popular del término.

Desde una mirada menos reduccionista tendríamos que entender individuos y colectivos en términos "emprendedores" en cuanto que promueven procesos institucionales azarosos, que son los que en algunos casos logran transformar, en el sentido de un desarrollo, pequeños territorios. Si una institución entra en un proceso de institucionalización legal y qué tipo de objetivos formales persigue la iniciativa, no guarda una relación mecánica con los efectos sociales, económicos y culturales en un espacio social determinado. Es justo esa diferencia entre las funciones formalmente asignadas por el sistema jurídico, por ejemplo sin o con ánimo de lucro, frente a sus efectos latentes, de la que una metodología cuantitativa no puede dar cuenta.

Las críticas que ha recibido el modelo del actor racional, promovido por la economía neoclásica, han sido de diversa índole, pero principalmente por su obvia simplificación de las motivaciones humanas. Hay una gran cantidad de motivaciones irracionales en la conducta humana, análisis que el mero sentido común puede avalar. La misma idea de una razón única conductora de sentido, desatiende el hecho de que desde lugares y perspectivas diversas la interpretación de sentido es variado. Por otro lado, como anota Bourdieu, ese tipo de análisis económico de los actores sociales sobrevalora la reflexividad de los actores y confunde las prácticas científicas con las prácticas sociales.

Bibliografía

- Alonso Nuez, María Jesús (y Carmen Galve Górriz)
2008 "El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución", *Acciones e Investigaciones Sociales*, nº 26: 5-44.
- Austin, J. (H. Stevenson y J. Wei-Skillern)
2006 "Social and commercial entrepreneurship: same, different or both", *Entrepreneurship Theory and Practice*, nº 30:1-22.
- Beck, Ulrich
1986 *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Frankfurt am Main, Suhrkamp.
- Becker, Howard Saul
1997 *Outsiders: studies in the sociology of deviance*. New York, Free Press.
- Bornstein, David
2005 *Cómo cambiar el mundo: los emprendedores sociales y el poder de las nuevas ideas*. Madrid, Debate.
- Bourdieu, Pierre
1991 *El sentido práctico*. Madrid, Taurus.
- Bryant, C. R.
1989 "Entrepreneurs in the rural environment", *Journal of Rural Studies*, nº 5: 337-348.
- Camarero Rioja, Luis (y Rosario Sampedro Gallego)
2007 "Mujeres empresarias en la España rural. El sujeto pendiente del desarrollo", *Revista Internacional*

de Sociología, nº 48: 121-146.

Checa Olmos, Juan Carlos (y Ángeles Arjona Garrido)

2005 "Emprendedores étnicos en Almería, ¿una alternativa laboral a la segmentación del mercado de trabajo?", *Sociología del Trabajo*, nº 54: 101-125.

De Carolis, Donna Marie (y Patrick Saparito)

2006 "Social Capital, Cognition, and Entrepreneurial Opportunities: A Theoretical Framework", *Entrepreneurship Theory and Practice*, nº 30: 41-56.

Ericksen, Gregory K.

2001 *Emprendedores de la red*. Bilbao, Deusto.

Real Academia Española de la Lengua

2001 *Diccionario de la lengua española*. Madrid, Espasa Calpe.

Fernández Esquinas, Manuel (y Jorge Ruiz Ruiz)

2006 *Los jóvenes y la creación de empresas: actitudes y comportamientos emprendedores en la juventud andaluza*. Madrid, Instituto de Estudios Sociales Avanzados de Andalucía.

Fuller, Ted (y Paul Moran)

2001 "Small enterprises as complex adaptive systems: a methodological question", *Entrepreneurship & Regional Development*, nº 13: 47-63.

Global Entrepreneurship Monitor

2005 *GEM Andalucía 2005*. Informe disponible en:

http://www.davidurbano.es/pdf/Libros/GEMAndalucia2005_2006.pdf

2006 *GEM 2006*. Informe disponible en:

<http://www.gemconsortium.org/download.asp?fid=532>

Giddens, Anthony

1991 *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford, University Press.

Korsching, P. F (y J. C. Allen)

2004 "Locality based entrepreneurship: A strategy for community economic vitality", *Community Development Journal*, nº 39: 385-400.

Luhmann, Niklas

1983 *Fin y racionalidad en los sistemas. Sobre la función de los fines en los sistemas sociales*. Madrid, Editora Nacional.

1987 *Soziale Systeme. Grundriss einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt am Main, Suhrkamp.

Narotzky, Susana

2007 "The project in the model. Reciprocity, Social Capital, and the Politics of Ethnographic Realism", *Current Anthropology*, nº 48(3): 403-424.

Schumpeter, Joseph

1912 *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*. Berlin, Duncker & Humblot, 2006.

Sennett, Richard

2000 *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Barcelona, Anagrama.

Shane, Scot (y S. Venkataraman)

2000 "The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research", *The Academy of Management Review*, nº 25: 217-226.

Smith, L. (J. Glasson y A. Chadwick)

2005 "The geography of talent: entrepreneurship and local economic development in Oxfordshire", *Entrepreneurship and Regional Development*, nº 17: 449-478.

Social Entrepreneur of the Year Competitions

http://www.schwabfoundseoy.org/en/competitions/active_competitions

Swedberg, Richard

2006 "Social entrepreneurship: the view of the young Schumpeter", en Chris Steyaert y Daniel Hjorth (coord.), *Entrepreneurship as social change: a third movements in entrepreneurship book*. Cheltenham, Edward Elgar Publishing: 21-34.

