

EL CONCEPTO DE EMPRENDEDOR: ORIGEN, EVOLUCIÓN E INTERPRETACIÓN

Azqueta Díaz de Alda, Arantxa

Universidad de Navarra, Campus Universitario, 31009, Pamplona, España

Resumen:

La necesidad de incentivar una educación emprendedora ha adquirido gran fuerza por su contribución al desarrollo económico. Aunque es un fenómeno consolidado, falta consenso acerca del concepto de emprender. Esta aportación analiza las bases conceptuales que fundamentan la noción de emprendedor: su génesis, origen etimológico y evolución histórica. Sobre esta base, ha sido posible esbozar un estado de la cuestión. Se ha elegido una metodología de revisión bibliográfica, que parte de autores que, desde el siglo XVIII, han contribuido a la configuración del fenómeno del emprendimiento. Se sigue una presentación, por orden cronológico, de las principales teorías que recoge el concepto, lo cual permite comprender su lógica actual y aportar elementos para un debate sobre su correcta aplicación en el ámbito educativo.

El análisis evidencia dos cuestiones: la limitación del concepto emprendedor a un significado puramente económico, que oculta el sentido más extenso del término. Y la influencia del racionalismo, el subjetivismo y el individualismo metodológico que han contribuido a asentar el capitalismo, absolutizando al *homo oeconomicus*. De estos resultados se concluye la necesidad de reforzar el valor antropológico de esta materia, puesto que se trata de un fenómeno que posee una fuerte identidad económica.

Abstract: Due to its contribution to the economic development, entrepreneurial education has acquired increasing strength in our societies. Being a consolidated phenomenon, though, there is still a lack of consensus about the meaning of “entrepreneurship”. This contribution analyses the conceptual foundations for a concept of entrepreneur: genesis, etymological origins and historical development. On these foundations, it has been possible to sketch out a status of the question, following a methodology of bibliographical review of authors who, from the XVIIIth Century on, have contributed to the shaping of the entrepreneurial phenomenon. Then, a presentation of the main theories about the issue follows, presenting them by chronological order. This opens to a comprehension of its logic and to share some elements for a discussion about its best application in an educational environment.

The analysis brings to the light two issues: first, a delimitation of the idea of “entrepreneur” to a strictly economic significance, that hides the broader sense of the term; and, second, an influence of rationalist, subjectivist and individualistic methodologies that lead to the settlement of capitalism, given an absolute value to the *homo oeconomicus*. As a conclusion from these results, there is a need to reinforce the anthropological value of this subject, in order to enrich its strongly economical approach.

Palabras clave: *entrepreneur; emprendimiento; homo oeconomicus; antropología; utilitarismo.*

Keywords: *entrepreneur; entrepreneurial education; enterprise education; homo oeconomicus ; utilitarianism.*

Introducción:

El estudio de la figura y del fenómeno emprendedor se ha abordado desde muy diferentes ámbitos y perspectivas. La investigación académica señala de manera generalizada que falta consenso acerca del término y el concepto de emprender (Bull y Willard, 1993; Toro, 1999; Shane y Venkataraman, 2000; Pfeilstetter, 2011; Draycott y Rae, 2011; Villamor y Prieto, 2014; Peña Calvo, Cárdenas, Rodríguez Martín y Sánchez–Lissen, 2015; Láckeus, 2016 y 2017; Bridge, 2015 y 2017). Para entender el fenómeno del emprendimiento y el interés por una cultura y mentalidad emprendedora y analizar la necesidad de propiciar una educación que la fomente, resulta clave conocer las bases conceptuales sobre las que se asienta y que han posibilitado su desarrollo. Se trata, en definitiva, del intento de conocer las ideas contenidas en el concepto de emprendedor.

Origen etimológico, significado y primeros usos del concepto emprendedor

Es tal la solicitud por el estudio de la iniciativa emprendedora que precisar el origen y evolución del término se plantea como una tarea indispensable a la hora de profundizar y aportar una explicación del término emprendedor. La lengua expresa el pensamiento y en el lenguaje influyen tanto el contexto

como el marco de uso. Con el paso del tiempo, los términos se enriquecen y adquieren acepciones diversas.

Etimológicamente, los términos emprendedor, empresa y el verbo emprender provienen del francés, *entrepreneur*, *entreprise* y *entreprendre* respectivamente. A su vez, estos términos proceden de la misma raíz del latín vulgar (*in, en, y prendēre*) cuyo significado es coger, atrapar, tomar.

El primer uso del verbo emprender documentado en castellano corresponde a escritos aragoneses de los años 1030 y 1095 con el sentido de “tomó” (Coromines, 1981). En el siglo XIII, Gonzalo de Berceo introduce este término en dos pasajes con significados diferentes. En el primer caso como engendrar, “la cepa es buena, emprendió buen sarmiento” y en el segundo caso, como tomar “Sennor, bien te conseio que nada emprendas” (S. Domingo 9 y 141 respectivamente).

En el siglo XVI se da el nombre emprendedor a los que dirigen expediciones militares, capitanes de fortuna que reclutan tropas mercenarias para ponerse al servicio de príncipes, ligas o ciudades (Toro, 1999; Verin, 2011; Pérez-Sánchez, 2011). Se resalta la característica propia del emprendedor que aborda una conquista, valiente, con iniciativa y arrojo (Verin, 2011). Se propicia que, por extensión, se empiece a aplicar para referirse a todo tipo de aventureros.

Durante los siglos XVI y XVII, el término *entrepreneur* viene a significar pionero y se refiere a los aventureros que viajan al Nuevo Mundo buscando una nueva oportunidad sin tener en cuenta lo que les espera en esas nuevas tierras.

El vocablo *entrepreneur* se incluye por primera vez en un diccionario: en el *Dictionnaire universel, contenant généralement tous les mots François, tant vieux que modernes & les termes des sciences et des arts* de Antoine de Furetière (1609-1688). El término tiene varias acepciones: arquitecto, contratista que abastece al ejército de alimentos y municiones y “empresario” marítimo o de otros mercados que trabaja con un precio establecido (1708, II).

A comienzos del siglo XVIII, se amplía su significado en francés con dos variantes. En primer lugar, se refiere a los constructores y arquitectos de obras públicas, carreteras, puertos, fortificaciones y posteriormente, a los arquitectos que asumen el encargo de construcción mediante contrato. Se asimilan a actividades empresariales, que se retribuyen económicamente y en las que se hace especial énfasis en el conocimiento y no en el capital para realizar la iniciativa. La segunda acepción describe al terrateniente noble, que explota las tierras de su propiedad para obtener beneficios con la venta de los productos (Hoselitz, 1951; Toro, 1999; Verin, 2011; Peña Calvo et al., 2015).

El término francés *entrepreneur* se identifica con el alemán *untrnehmer* y el inglés *undertaker* y hacen referencia al que toma sobre sí la responsabilidad de llevar a cabo una obra que requiere el trabajo de varias personas (Pérez-Sánchez, 2011). En la actualidad el término alemán se conserva. Sin embargo, el inglés sustituye el término *undertaker* por el vocablo francés *entrepreneur* y mantiene la voz *undertaker* para referirse al empresario de pompas fúnebres.

La primera vez que se vincula el vocablo *entrepreneur* a actividades económicas es en 1724 en el *Dictionnaire universel du commerce* de Savary des Brûlons. Los hermanos Savary preparan, para su uso personal, una lista alfabética de palabras relacionadas con el comercio y la industria, junto con ordenanzas e impuestos en Francia y en el extranjero. Explican quién es el *entrepreneur*, “aquel que emprende una obra. Se dice: un empresario de manufactura, un empresario de la construcción; por decir, un fabricante, un maestro (Savary, 1748, tomo II, p. 1050). Esta iniciativa permite que el término se divulgue y facilita que se enriquezca a lo largo del tiempo con aportaciones y acepciones diversas. El término no se generaliza en obras de economía hasta la segunda mitad del siglo XVIII.

El sentido del vocablo francés describe lo que en España se denomina “maestro de obra” o “contratista”. Esta voz se refiere a la persona que recibe por encargo real, la producción de un bien o a la que se le confían contratos reales. Esta actividad se desarrolla prioritariamente con las Indias Occidentales a través de la Casa de Contratación de las Indias. Los contratistas reales financiaban sus actividades comerciales con la seguridad de que sus gastos estaban respaldados por los contratos previos. Este mismo concepto para designar al contratista del gobierno tiene su homólogo inglés en la palabra *undertaker*.

Por tanto, el término emprendedor reúne ambas apreciaciones, la referencia al Nuevo Mundo y la relación con los contratos de producción carentes, en estos primeros momentos, de posibilidad o elementos de riesgo. Su uso se hace extensivo también en Inglaterra, donde el término *merchant adventurer* del siglo XVI, se sustituye por el *entrepreneur* procedente del francés.

Cuervo (1998) destaca tres significados del término emprender en español, diferenciados según el momento histórico y las circunstancias que lo acompañan:

- a) Significado de “acometer”, con dos variaciones:
 - a. Como verbo transitivo: acometer una tarea de manera resuelta y decidida. Este significado incluye implícitamente la idea de riesgo o arrojío.
 - b. Como verbo intransitivo: acometer, resolver y determinarse a poner por obra, dar comienzo, empezar, intentar.

- b) Un segundo uso es el de “arrojarse” sobre alguna plaza u objetivo militar para atacarlo (verbo transitivo). También se usa para arrojarse con presteza sobre personas con intención de atacar o arremeter. En algunas ocasiones, el verbo significa entrar en una tierra o introducirse en el sitio atacado.
- c) El tercer uso se refiere a “encender el fuego”.

En castellano se incluye por primera vez en 1732 en el *Diccionario de Autoridades* con el significado de aventurero: “la persona que emprende y se determina a hacer y executar, con resolución y empeño, alguna operación considerable y àrdua” (Real Academia Española, 1732, tomo III).

El primero en introducir el vocablo *entrepreneur* en el discurso económico es Richard Cantillon (1680–1734). Su obra *Essai sur la Nature du Commerce en Général* (1730) ostenta el mérito de ser el primer escrito de la llamada “economía política” y Cantillon “el padre de la economía de empresa” (Aspromourgos, 1997; Seamus, 2013). La época histórica de Cantillon se caracteriza por el crecimiento de las ciudades, el desarrollo de las actividades comerciales y que en consecuencia se fijen los roles propios de una economía de mercado (Pressman, 2013).

En su trabajo, Cantillon reflexiona acerca del *entrepreneur*, define su perfil y delimita las características del modelo económico que le asiste y que se puede considerar próximo al capitalismo en sus primeras etapas de desarrollo. Se caracteriza por su capacidad de generar riqueza, producción y consumo y no se identifica necesariamente con la posesión de dinero. El principal rasgo que caracteriza al *entrepreneur* es su capacidad para asumir riesgos en condiciones de incertidumbre (Hamilton y Haper, 1994; Van Praag, 1999).

A partir del siglo XVIII la noción de emprendedor corre paralela a la teoría económica y recibe una considerable influencia de la ciencia sociológica en algunas de sus etapas.

Principales aportaciones al concepto de emprendedor desde el pensamiento económico y la sociología

Distintas tradiciones o escuelas de pensamiento económico han contribuido a la forja del concepto y le han aportado sus rasgos definitorios.

La época clásica del pensamiento económico (1750–1850 aprox.) formula los principios de la nueva ciencia económica. Destacan dos autores por su contribución a la configuración del concepto emprendedor: Jean-Baptiste Say (1767–1832) y John Stuart Mill (1806–1873).

El pensamiento de Say marca un punto de inflexión en la historia de la ciencia económica. Sus principales aportaciones están relacionadas con la teoría del empresario, al que atribuye un papel vital en el sistema de distribución del capital (Say, 1804). El *entrepreneur* se caracteriza porque está obligado a riesgos y aprovecha las oportunidades: “está expuesto a todos los riesgos, pero en cambio se aprovecha de todo lo que puede serle favorable” (Say, 1821, pp. 413–414). En el original francés, Say emplea la expresión *entrepreneur*, palabra que no existe aún en los diccionarios castellanos de la época y se traduce como fabricante, maestro, hombre de negocios (RAE, 1791) o pero cuyos significados difieren del *entrepreneur* de Say (O’Kean y Menudo, 2005). No es hasta la edición de 1821 cuando se comienza a traducir como empresario (Say, 1821).

Casi desde su origen, el término *entrepreneur* es sinónimo de empresario, gestor del desarrollo económico y social. Con el apogeo de la Revolución Industrial en Gran Bretaña, el empresario comienza a ajustarse a las nuevas demandas que exige el emergente desarrollo industrial y se convierte en un empresario multifacético, que asume facetas propias de un gestor (Hamilton y Harper, 1994).

Siguiendo un orden cronológico, destaca la figura de Stuart Mill, último representante de la escuela económica clásica y primer teórico del utilitarismo.

El interés del utilitarismo reside en su influencia en la configuración del estado del bienestar. Es una teoría ética de talante normativo que señala como criterio básico de la acción humana la búsqueda de beneficios y la maximización del bienestar (Mill, 1984). Según el planteamiento utilitarista, el bien común no es la expresión de un orden natural o del fin propio de la sociedad; sino que es la maximización de la utilidad que se torna en modelo de vida para el ser humano. La mejor acción es la que maximiza la utilidad que se convierte de esta manera en un valor puramente instrumental (Martínez Real, 2000; Arendt, 2008).

Algunos autores señalan las dificultades de la teoría de Mill (Sen, 1976; Arendt, 2008). Para (Arendt, 2008) el utilitarismo fuerza la convivencia del bienestar individual con el bienestar colectivo porque convierte la utilidad en modelo de vida para los hombres:

La perplejidad del utilitarismo radica en que se encuentra atrapado en una interminable cadena de medios y fines sin llegar a algún principio que pueda justificar la categoría de medios y fin, esto es, de la propia utilidad. El “con el fin de” ha pasado a ser el contenido del “en beneficio

de”; en otras palabras, la utilidad establecida como significado genera la significación (Arendt, 2008, pp. 172–173).

Este planteamiento transforma al empresario–emprendedor en una figura clave del proceso productivo porque facilita esta tarea y aporta valor al progreso económico y social.

A finales del siglo XIX y principios del XX, el desarrollo del pensamiento económico neoclásico coincide con la consolidación de los mercados nacionales, la mejora de las primeras grandes industrias y la libertad de comercio. Este ambiente propicia el desarrollo de la figura de un nuevo empresario.

El principal representante de la Escuela Neoclásica es el economista británico Alfred Marshall (1842–1924), continuador de las teorías del emprendedor de Say e impulsor de la que denominará economía del bienestar y pionero del emprendimiento.

Los economistas neoclásicos proyectan una ciencia económica que sigue los principios mecanicistas, evolucionistas y utilitaristas, tiene vocación predictiva y pretende eliminar la incertidumbre. Dos rasgos definitorios de la teoría neoclásica son, por un lado, la teoría de la utilidad marginal y, por otro, el individualismo metodológico. Ambas teorías asientan las bases del capitalismo económico.

En primer lugar, Marshall, influido por la obra de Carl Menger, integra el análisis marginalista de raíz subjetivista. Rompe con la concepción clásica de la teoría del valor–trabajo, en la que los bienes tienen una valoración objetiva en función del trabajo y de los costes de producción. Aplica el principio de utilidad marginal, por el que el precio de un bien no se define por la utilidad objetiva sino por la utilidad marginal, en la que la escasez resulta clave y condiciona la utilidad y el precio. Este planteamiento desencadena la imposición progresiva de la soberanía de los consumidores, porque “los objetos dejan de tener un valor en sí, para depender de la utilidad que proporcionan a la persona que los consume. (...). Las cosas deben ahora gustar, producir utilidad al que las compra” (Zaratiegui, 2002, p. 8).

En segundo lugar, Marshall lleva a cabo un análisis económico que se caracteriza por el recurso al individualismo metodológico, parte de la “teoría de la elección racional” que define al *homo economicus* como un “maximizador de utilidades” (Martínez Real, 2000). La racionalidad se aplica a la teoría económica, busca la maximización de utilidades que tiene como condición suficiente la búsqueda del propio interés. Esta propuesta supone un empobrecimiento antropológico porque encierra al hombre en sí mismo, limita la libertad personal a la satisfacción de su propia necesidad y rebaja los intereses a los puramente económicos y monetarios. Por otro lado, reduce la posibilidad de contemplar la propia existencia como don abierto a los demás.

Junto a la Escuela Neoclásica convive en la segunda mitad del siglo XIX la tradición de pensamiento económico conocida como Escuela Austríaca. Ambas escuelas contribuyen a que en la modernidad se asiente la doctrina que ha dado soporte intelectual al fenómeno emprendido y en la que influyen dos figuras principales: el economista Karl Menger (1840-1921) y el sociólogo Max Weber (1864-1920).

Los principales rasgos del pensamiento austriaco son el subjetivismo, el mecanicismo y el individualismo metodológico. En primer lugar, la estimación subjetiva según la cual “el valor de los bienes se fundamenta en la relación de los bienes con nuestras necesidades, no en los bienes mismos. El valor no es algo inherente a los bienes, no es una cualidad intrínseca de los mismos” (Menger, 1997, p. 178). Este planteamiento implica un dualismo en los objetos reales: por una parte, existen como objetos con dimensiones cualitativas y cuantitativas propias; por otra, su valor depende del sentido que tienen para el ser humano que los percibe como medios para satisfacer una necesidad. En segundo lugar, triunfa una visión mecanicista del mundo que busca relaciones causales entre los fenómenos económico y social. Se aplica la racionalidad a todo: a la conducta, a la profesión, a la teoría económica y se define al *homo economicus* como un portador de intereses y un maximizador de utilidades. Y el tercero, el individualismo, que reconoce que cada ser humano es único, diferente y con necesidades diversas, pero lo cierra a la relación con los demás. Estas determinan sus juicios de valor sobre los bienes que necesita para satisfacerlas, fija la demanda y, acto seguido, la producción.

Este planteamiento supone un empobrecimiento antropológico porque encierra a la persona humana en un plano intramundano, olvida la orientación trascendente, limita la libertad personal a la satisfacción de necesidades, erosiona el fundamento del valor de bien y reduce la posibilidad de contemplar la propia existencia como don abierto a los demás. Si para la tradición humanista la razón, en colaboración con la voluntad, determina en qué medida los bienes son acordes a la dignidad de la naturaleza humana y establece una jerarquía entre ellos; para el subjetivismo, el valor de bien lo marcan los sentimientos o una razón autónoma del bien. A nivel educativo esta situación comporta que la acción educativa desarrolle virtudes desligadas del bien, que las acciones estén dominadas por el interés y primen los fines utilitaristas y mercantilistas de la educación que se convierte en un producto y se cosifica.

Progresivamente la actividad empresarial se desarrolla y se constituye en vehículo fundamental de la mejora social. El emprendedor se erige en protagonista y responsable del progreso. Como se verá a continuación, el siglo XX aporta una serie de economistas que contribuyen directamente a la configuración del nuevo paradigma emprendedor.

El nuevo paradigma emprendedor en el siglo XX y la consolidación del emprendimiento como disciplina

A lo largo del siglo XX destacan una serie de pensadores que plantean el estudio del fenómeno emergente del empresario y del emprendedor y han permitido la consolidación del emprendimiento como teoría económica y disciplina científica. Destacan la aportación de algunos economistas –como Schumpeter, Knight y los herederos de la nueva Escuela Austriaca de economía.

A Joseph Alois Schumpeter (1883–1950) se le debe la introducción del concepto de innovación. Lo define como la combinación de factores de una manera diferente que incorpora novedades y lo relaciona con el emprendimiento (Schumpeter, 1939). Sus aportaciones tienen un impacto considerable, especialmente sobre la comprensión del empresario como innovador que propicia el progreso económico (Van Praag, 1999; McGraw, 2006; Rodríguez Sedano y López de Pedro, 2013; Baumol, 2015). Considera características básicas del emprendedor la capacidad de innovar y la tenacidad:

La función de los emprendedores es la de reformar o revolucionar las formas de producir poniendo en uso una invención o, más en general, una posibilidad tecnológica aún no probada de producir una mercancía nueva o producir una ya conocida en una forma nueva: abriendo una nueva fuente de abastecimiento de materias primas o un nuevo mercado, reorganizando la empresa, etcétera. Actuar con confianza más allá del horizonte de lo conocido y vencer la resistencia del medio requiere aptitudes que solo están presentes en una pequeña fracción de la población y que definen tanto el tipo como la función del emprendedor (Schumpeter, 1966, p. 132).

A su vez define al empresario–emprendedor como un tipo excepcional, dotado de lo que Schumpeter llama “espíritu emprendedor” –*unternehmergeist*– (Schumpeter, 1966). Es a su vez intuitivo, con voluntad de cambio y transformación, rompe rutinas, capaz de mantener situaciones de incertidumbre, atrae la actividad económica y consigue beneficios importantes mediante una competencia que no se basa en los precios sino en la innovación.

Schumpeter asume el concepto de racionalidad de Weber y el de necesidad de Menger y lo extiende a todo el comportamiento humano donde la voluntad, en ese proceso de racionalidad, tiene un papel central: “la repetición de procesos racionales y sus sucesivos logros conforma en la persona hábitos de conducta mediante los cuales se extienden tales procesos a otras esferas de la actividad humana” (Rodríguez Sedano y López de Pedro, 2013, pp. 4–5). Por otro lado, afirma que la cuantificación monetaria es el mejor método de ponderar el valor. Aunque en un principio se limita al

orden económico, posteriormente lo extiende a todos los sectores de la actividad humana. Las consecuencias de este desenfoco que supedita todo a la razón económica, y más en concreto monetaria, es que desprovee a la realidad de un planteamiento trascendente y teleológico. Este planteamiento reduce los fines de la educación a un planteamiento mercantilista y supedita la investigación y la innovación a los intereses del beneficio.

Toda esta tarea desemboca en el desarrollo de un nuevo modelo empresarial en el que los emprendedores se constituyen en pilares del crecimiento. La comprensión del desarrollo y forja de la noción de emprendedor deja claro que se precisa un nuevo paradigma emprendedor. Se hace necesario un modelo más acorde con la estructura antropológica y psicológica de la persona que supere la inmanencia y la sola búsqueda del bienestar económico, se abra a la trascendencia y busque el bien común.

La influencia de Schumpeter en el desarrollo del concepto emprendedor es innegable y sus aportaciones alimentan los enfoques del modelo empresarial de Knight en el que el emprendedor es clave del sistema económico, afronta la incertidumbre e introduce en el centro de la tarea emprendedora un nuevo elemento, la necesidad de decidir. El juicio es resultado de interrelacionar distintas variables, como son la empresa, el beneficio y la incertidumbre. Hace famosa la distinción entre riesgo e incertidumbre siendo esta última la tarea propia y justifica la tarea del empresario emprendedor puesto que ofrece oportunidades atractivas (Knight, 2006).

Frente a la figura de Schumpeter, que presenta al emprendedor como innovador y Knight, que concibe el emprendimiento como reducción de incertidumbre, resalta la contribución de la Nueva Escuela Austriaca. Esta aglutina a economistas herederos de la tradición mengueriana que buscan instaurar una economía de intención pragmática (Huerta, 2002). Su importancia radica en que contribuyen al protagonismo del empresario dentro de la economía. Entre sus miembros, destacan las aportaciones de Ludwig Von Mises (1881–1973) e Israel Meir Kirzner (1930–).

Von Mises manifiesta que el elemento esencial de la función empresarial es la capacidad creativa, propia de la racionalidad de la mente humana. Para triunfar en el mundo de los negocios no se precisa título académico y, por tanto, las escuelas y facultades no preparan empresarios porque no se puede enseñar a ser empresario: “el hombre se hace empresario sabiendo aprovechar oportunidades y llenando vacíos” (Huerta, 2002, p. 282).

Para Israel Meir Kirzner, los emprendedores son las fuerzas equilibrantes en el proceso de mercado. El emprendedor percibe oportunidades, está alerta, tiene habilidad para aprovecharlas, toma decisiones

para desarrollarlas y compite con otros empresarios que tienen interés por entrar en el mercado y conseguir beneficios dentro de una economía de mercado (Van Praag, 1999).

Estos planteamientos han llevado a que se asocie el fenómeno empresarial con el concepto de oportunidad para la generación de nuevas empresas. Las instituciones públicas se han interesado por impulsar proyectos de desarrollo empresarial partiendo del diagnóstico de oportunidades. El valor económico es el valor el cambio que a su vez lo define monetariamente el mercado que convierte la acumulación de capital en valor supremo porque permite comprar todo con dinero en una sociedad mercantilizada (Castells et al., 2017).

El empresario, profesionalizado por Max Weber, caracteriza al mundo moderno que promueve un nuevo orden dentro del sistema capitalista en el que los emprendedores son protagonistas del cambio social y son en pilares del crecimiento. La racionalidad se aplica como categoría analítica. Se supedita todo a la razón económica y más en concreto a la cuantificación monetaria como método para ponderar el valor. Se asientan, en definitiva, los valores del *homo oeconomicus* y el emprendedor es una figura relevante en la sociedad neoliberal. Este se convierte en modelo cultural, depositario de un modo de vida a imitar, representante de una nueva categoría social y exponente de un modo de estar y de relacionarse con el mundo que se profesionaliza.

Paralelamente al desarrollo de la teoría económica se produce un aumento de la necesidad e interés por el desarrollo de la formación emprendedora. El campo del emprendimiento adquiere popularidad, un perfil de desempeño más alto y una mayor relevancia (Laukkanen, 2000). Esta situación favorece, como se muestra en el siguiente apartado, que se introduzca como materia que puede ser enseñada.

Una figura clave dentro de la formación emprendedora es Peter Drucker (Viena, 1909 – EEUU, 2005) al que se considera creador del *management* como disciplina y que supone que pueda aprenderse. Sus características propias son tres. La primera, la innovación, cualidad del ser humano que como creador busca nuevos logros, identifica lo nuevo, trata de alcanzarlo y acepta riesgos. El segundo es el resurgir de la responsabilidad y de la ética porque toda innovación lleva implícita una valoración moral. Un tercer rasgo distintivo es su visión del mundo en el que el conocimiento y la educación son un factor competitivo (Stein, 1998).

La consideración del emprendimiento como materia de estudio y disciplina independiente ha sido posible gracias al apoyo de instancias políticas y académicas. Una cultura y economía emprendedora contribuye a mejoras sociales y económicas, tanto a nivel individual como social.

El emprendedor como protagonista del cambio social. Uso y significado actual

Corresponde a la ciencia económica el haber dimensionado el concepto de emprendedor y **destacar su valor como protagonista del cambio social y la mejora económica (Toro, 1999; Cassis y Pepelasis, 2005)**. Este planteamiento también ha provocado que se deje de lado el significado más extenso del término (Toro, 1999). **Se parte de considerar al “sujeto económico como la clave para explicar el desarrollo” (Pfeilstetter, 2011, p. 2).**

La noción de racionalidad y el individualismo metodológico se aplican como categorías analíticas de raíz económica a todos los ámbitos y han absolutizado el imperialismo del *homo oeconomicus*: “lo que da a la economía su poder invasivo es el hecho de que nuestras categorías analíticas, la escasez, los orígenes, preferencias, oportunidades, etc.; tienen realmente una aplicabilidad universal (...). Por eso la economía constituye la gramática universal” (Hirschleifer, 1985, p. 53). Este paradigma económico pervive actualmente en la teoría económica neoliberal (Martínez Real, 2000). Son importantes los vínculos que desarrolla el emprendimiento con la práctica neoliberal (Erkkilä, 2000; Komulainen et al., 2011; Berglund, 2013; Fougère et al., 2017). Este es el motivo por el que encuentra una fuerte oposición por parte del profesorado (Láckeus, 2017).

El modelo social de la modernidad tardía de Occidente, en el que se ancla el sujeto emprendedor se define con diversas claves. El sociólogo Ulrich Beck destaca el valor que se concede a la individualización en la que él llama la “sociedad del riesgo”, y que define “como condición estructural inevitable de la industrialización avanzada” que vive en condiciones de incertidumbre (Beck, 2007, p. 10). Las instituciones clave de la modernidad, como la empresa, la ciencia y la política, no garantizan la seguridad, sino que son fuentes de riesgo en las que el individuo debe hacer frente a la incertidumbre y donde la “gente debe depender de sí misma” (Beck, 2007, p. 15). Es el sujeto quien se enfrenta de manera creativa a la incertidumbre social (Pfeilstetter, 2011).

La innovación resulta clave para el éxito empresarial y se considera fruto del talento de las personas que junto a la influencia sobre otros individuos contribuye al desarrollo de un entorno emprendedor (Chadwick, Glasson y Lawton, 2005).

El emprendedor se convierte en el sujeto social propio de la sociedad neoliberal. Progresivamente, el término se ha cargado de economicismo y se ha convertido en una categoría social, en una forma de vida, un modelo cultural, un modo de estar y de relacionarse con el mundo que se ha profesionalizado. En la economía de mercado, el emprendedor asume los principios del neoliberalismo (Pfeilstetter, 2011; Marttila, 2012; Kenny y Scriver, 2012; O’ Rourke, 2014). Estos planteamientos han

transcendido al ámbito educativo que se ha visto urgido por la necesidad de hacer crecer la competitividad del tejido industrial en todo el ámbito europeo (Bernal Guerrero, 2015).

Conclusiones:

Las palabras son fruto del uso que se ha hecho de ellas a lo largo del tiempo. Se enriquecen con connotaciones fruto de la “historia que han vivido” y del carácter vivo del lenguaje. Para ganar en calidad comunicativa y en científicidad que consolide la terminología propia de cada ciencia – reivindicación continua de los académicos y especialistas en emprendimiento– se requiere precisar lo propio y lo específico de cada término (García–Aretio, Ruiz–Corbella y García–Blanco, 2009). En consecuencia, el análisis precedente ha puesto en evidencia dos cuestiones principales. La primera es la reducción del concepto emprendedor a un significado puramente económico (Toro, 1999; Toca, 2010; Pfeilstetter, 2011; Bernal Guerrero, 2014; Villamor y Prieto, 2015; Peña Calvo et al., 2015; García del Dujo, 2015):

[El fenómeno emprendedor] Esconde una forma individualista de entender el sujeto que de no ser deconstruida en toda su estructura y reconstruida con los oportunos contrapesos sociales, no logra entenderse adecuadamente como fenómeno característico de una determinada sociedad ni la formación del sujeto da razón suficiente de su desarrollo (García del Dujo, 2015, p. 63).

El lenguaje coloquial y, sobre todo, la fuerza imparable de la economía desde el siglo XIX, han arrastrado al concepto emprendedor, a tomar una óptica eminentemente económica y ha dejado oculto el significado más extenso del término. Resulta necesario reivindicar una noción de emprendedor no ligada únicamente a la economía y a la generación de empresas. Se requiere una visión integradora, multidimensional y transversal del emprendimiento en la que tengan cabida otros ámbitos (Hisrich, 1999; Thompson, 1999; Du Gay, 2004; Toca, 2010; Kenny y Scriver, 2012; O’ Rourke, 2014). Una mirada más global y menos económica, más acorde con su origen etimológico, donde el emprendedor se considera un constructor del entorno y un facilitador de cambios (Toro, 1999; Jaramillo, 2008). El emprendimiento es una forma de pensar, razonar y actuar que busca dar respuesta a las necesidades, destaca oportunidades, calcula el riesgo, se adapta al cambio y a la multidisciplinariedad, se hace cargo de las situaciones con visión global. Sin embargo, no se puede olvidar que la dimensión personal dilata la perspectiva conceptual. De esta manera, el emprendedor es un humanizador del entorno, un innovador, un facilitador de cambios. La consecuencia es la creación de valor que beneficia a la persona,

empresa, a la economía y a la sociedad. Este es el motivo que lleva a la educación a interesarse por la emprendeduría: “no se trata solamente de educar para el trabajo, sino de fomentar actitudes y valores que abran los caminos de la creatividad personal y lleven a nuevas formas de comprometer el trabajo individual y colectivo” (Lorenzo et al. 2015, p. 300). Es alguien que crea algo diferente y con valor más allá de lo económico, capaz de beneficiar en primer lugar a la persona y en consecuencia a la sociedad. Por eso conviene que esté presente en todas las profesiones, no solo en las ciencias empresariales y necesita que al mismo tiempo ejerza un liderazgo ético. Ampliar la significación del emprendimiento se presenta como tarea imprescindible para hacer frente a los desafíos educativos de las próximas décadas y para su correcta inclusión en las aulas. A su vez esta tarea también es importante para facilitar que el emprendimiento se asiente como disciplina científica y como materia educativa: se requiere que los límites de su objeto de estudio y el campo de la realidad sobre la que genera conocimiento sean claros.

En segundo lugar, el concepto emprendedor recoge el aporte teórico del racionalismo, el subjetivismo y el individualismo metodológico. Estas tres teorías han contribuido a asentar el capitalismo, absolutizando al *homo oeconomicus*. Este se caracteriza porque aplica las categorías analíticas de raíz económica a todos los ámbitos, convierte el mercado y la satisfacción de necesidades en el principal exponente de la cultura de la libertad y se desinteresa por la acción social, porque prima el individuo, que no el hombre, en relación consigo mismo frente a los bienes y la responsabilidad compartida. Este es el sustrato cultural que subyace a la cultura empresarial que ha convertido el individualismo en una forma de vida, y donde la obtención de beneficios a corto plazo es el principio rector de la toma de decisiones cada vez más arriesgadas. Posteriormente, el espíritu emprendedor allana el camino para la liberalización de la economía mundial y la globalización del libre mercado. Se concluye la necesidad de reforzar el valor antropológico de esta materia, puesto que se trata de un fenómeno que posee una fuerte identidad económica.

Referencias bibliográficas:

Arendt, H. (2008). *La condición humana*. Barcelona: Paidós.

Aspromourgos, T. (1997). Cantillon on real wages and employment: a rational reconstruction of the significance of land utilization. *Journal of the History of Economic Thought*, 4 (3), pp. 417-443.

Baumol, W. J. (2015). Joseph Schumpeter: the long run, and the short. *Journal of Evolutionary Economics*, 25, pp. 37-43.

- Beck, U. (2007). Vivir en la sociedad del riesgo mundial. *Relaciones dinámicas interculturales*, 8. Barcelona: CIDOB Editorial. ProQuest ebrary.
- Berglund, K. (2013). Fighting against all odds: entrepreneurship education as employability training. *Ephemera*, 13 (4), pp. 717-735.
- Bernal Guerrero, A. (2014). Competencia emprendedora e identidad personal. Una investigación exploratoria con estudiantes de Educación Secundaria Obligatoria. *Revista de Educación*, 363, pp. 384-411.
- Bernal Guerrero, A. (2015). Sobre la relevancia del factor personal en la investigación en educación emprendedora. En L. Núñez Cubero (Coord.) *Cultura emprendedora y Educación* (pp. 127-132). Sevilla: Editorial Universidad de Sevilla.
- Bull I. y Willard, G. E. (1993). Towards a theory of entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8, pp. 181-195.
- Bridge, S. (2015). Is enterprise education relevant to social enterprise? *Education + Training*, 57, (8/9), pp. 1009-1019.
- Bridge, S. (2017). Is “entrepreneurship” the problem in entrepreneurship education? *Education + Training*, 59 (7/8), pp. 740-750.
- Cassis, Y. y Papelasis, I. (2005). *Entrepreneurship in Theory and History*. New York: Palgrave MacMillan
- Castells, M. et al. (2017). *Otra economía es posible. Cultura y Economía en tiempos de crisis*. Madrid: Alianza.
- Chadwick, A, Glasson, J y Lawton Smith, H. (2005). The geography of talent: entrepreneurship and local economic development in Oxfordshire. *Entrepreneurship & Regional Development*, 17 (6), pp. 449-478.
- Coromines, J. (1981). *Breve diccionario etimológico de la lengua castellana*. Madrid: Gredos.
- Cuervo, R. J. (1998). *Diccionario de construcción y régimen de la Lengua castellana*. Tomo III (letra E). Instituto Caro y Cuervo. Barcelona: Herder.
- Draycott, M. y Rae, D. (2011). Enterprise education in schools and the role of competency frameworks. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 17 (2), pp. 127-145.

- Du Gay, P. (2004). Against 'Enterprise' (but not against 'enterprise', for that would make no sense), *Organization*, 11 (1), pp. 37-57.
- Erkkilä, K. (2000). *Entrepreneurial Education. Mapping the debates in the United States, the United Kingdom and Finland*. New York: Garland Publishing.
- Fougère, M., Segercrantz, B. y Seeck, H. (2017). A critical Reading of the European Union's social innovation policy discourse: (Re)legitimizing neoliberalism. *Organization*, 24 (6), pp. 819-843.
- Furetière, A. (1708). *Dictionnaire universel, contenant généralement tous les mots François, tant vieux que modernes & les termes des sciences et des arts*.
- García Aretio, L., Ruiz Corbella, M., García Blanco, M. (2009). *Claves para la educación. Actores, agentes y escenarios en la sociedad actual*. Madrid: Narcea-Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED).
- García del Dujo, A. (2015). De la utilidad de las virtudes clásicas (para resguardar al sujeto de las inclemencias del tiempo). En L. Núñez Cubero (Coord.) *Cultura emprendedora y Educación* (pp. 61-68). Sevilla: Editorial Universidad de Sevilla.
- Hamilton, R.T. y Haper, D. A. (1994). The entrepreneurs in theory and practice. *Journal of Economic Studies*, 21 (6), pp. 3-18.
- Hirschleifer, J. (1985). The Expanding Domain on Economics. *The American Economic Review*, pp. 53-68.
- Hoselitz, B.F. (1951). *The early history of entrepreneurial Theory. Explorations in Entrepreneurial History*, 3 (4), pp. 193-220.
- Huerta de Soto, J. (2002). *Nuevos estudios de Economía Política*. Madrid: Unión Editorial
- Jaramillo, L. (2008). *Emprendimiento: Concepto básico en competencias*. Lumen-Instituto de Estudios en Educación, 7, pp. 1-6.
- Kenny, K. y Scriver, S. (2012). Dangerously empty? Hegemony and the construction of the Irish entrepreneur. *Organization*, 19 (5), pp. 615-633.
- Knight, F. H. (2006). *Risk, Uncertainty and Profit*. New York: Dover
- Komulainen, K., Naskali, P., Korhonen, M. y Keskitalo-Foley, S. (2011). Internal entrepreneurship -a Trojan horse of the neoliberal governance of education? Finnish pre-and in-service teachers'

- implementation of and resistance towards entrepreneurship education, *Journal for Critical Education Policy Studies*, 9 (1), pp. 341-374.
- Lackéus, M. (2016). *Value Creation as Educational Practice-Towards a new Educational Philosophy grounded in Entrepreneurship?* Doctoral dissertation. Goteborg: Chalmers University of Technology.
- Lackéus, M. (2017). Does entrepreneurial education trigger more or less neoliberalism in education? *Education + Training*, 59 (6), pp. 635-650
- Laukkanen, M. (2000). Exploring alternative approaches in high-level entrepreneurship education: creating micro-mechanisms for endogenous regional growth. *Entrepreneurship and Regional Development*, 12, pp. 25-47.
- Lorenzo, M., Civilá, A., Fernández-Salinero, C. y Naval, C. (2015). Programas de emprendimiento en contextos educativos formales. En L. Núñez Cubero (Coord.) *Cultura emprendedora y Educación* (pp. 299-325). Sevilla: Ediciones Universidad de Sevilla.
- Martínez Real, F. J. (2000). Entre la virtud y la eficiencia. Teoría económica y ética. En J. R. López de la Osa y C. Campo Sánchez (Eds.) *Crisis de valores y de normas a finales del siglo XX*. Colección de ética teológica. Madrid: PS.
- Marttila, T. (2012). *The Culture of Enterprise in Neoliberalism: Specters of Entrepreneurship*. New York/London: Routledge.
- McGraw, T. (2006). Schumpeter's Business Cycles as Business History. *Business History Review*, 80, pp. 231-261.
- Menger, C. (1997). *Principios de Economía Política*. (2ª ed). Madrid: Unión editorial.
- Mill, J. S. (1984). *El Utilitarismo*. Madrid: Alianza Editorial.
- O'Kean J.M y Menudo, J. M. (2002). La théorie de la fonction entrepreneuriale chez J.-B Say: La tradition Cantillon-Turgot-Say. En J.-P. Potier y A. Tiran (eds.), *Jean- Baptiste Say: Nouveaux regards sur son œuvre* (pp. 577-604). París: Economica.
- O'Rourke, B. K. (2014). Learning from interacting: language, economics and the entrepreneur. *On the Horizon*, 22 (4), pp.245-255.
- Peña Calvo, J.V., Cárdenas Gutiérrez, A.R., Rodríguez Martín, A y Sánchez-Lissen, E. (2015). La cultura emprendedora como objetivo educativo: marco general y estado de la cuestión. En L. Núñez

- Cubero (Coord.) *Cultura emprendedora y Educación* (pp. 19-60). Sevilla: Editorial Universidad de Sevilla.
- Pérez-Sánchez B. (2011). Reseña crítica del empresario en la fisiocracia y la economía clásica. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas*, 17 (47), pp. 27-38.
- Pfeilstetter, R. (2011). El emprendedor. Una reflexión crítica sobre usos y significados actuales de un concepto. *Gazeta de Antropología*, 27 (1), pp. 1-11.
- Pressman, S. (2013). *Fifty major economists*. (3ª ed.) (pp. 12-16). Nueva York: Routledge.
- Real Academia Española (1732). *Diccionario de Autoridades*, tomo III. Recuperado de:
<http://www.rae.es/recursos/diccionarios/diccionarios-antiguos-1726-1996/diccionario-de-autoridades> (consultado el 30 de octubre de 2017).
- Rodríguez Sedano, A. y López de Pedro, J.M. (2013). *Pasado, presente y futuro del emprendedor. La racionalidad en la actividad emprendedora*. Recuperado de: <http://www.espanito.com/pasado-presente-y-futuro-del-emprendedor-la-racionalidad-en-la.html> (consultado el 30 de octubre de 2017).
- Shane, S. y Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25, pp. 217-226.
- Savary des Brûlons (1748). *Dictionnaire universel du commerce*, tomo II.
- Say, J. B. (1804). *Tratado de economía política o exposición sencilla del modo con que se forman, se distribuyen y se consumen las riquezas*. Madrid: Pedro María Caballero.
- Say, J.-B. (1821). *Tratado de economía política o exposición sencilla del modo con que se forman, se distribuyen y se consumen las riquezas*. Madrid: imprenta de Fermín Villalpando
- Seamus, N. (2013). Richard Cantillon. The father of economics, *Ireland History*, 21, (2), pp. 20-23. Wordwell Ltd
- Schumpeter, J. (1939). *Business cycles. A theoretical, historical and statistical analysis of the capitalist Process*. New York, Toronto, London: McGraw-Hill Book Company.
- Schumpeter J. (1966). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Madrid-México-Buenos Aires: Aguilar Ediciones.
- Sen, A. (1976). *Elección colectiva y bienestar social*. Madrid: Alianza editorial.

- Stein, G. (1998). Peter Drucker (II) sobre empresa y sociedad. *Cuadernos de Empresa y Humanismo*, 74. Pamplona: Universidad de Navarra.
- Thompson, J. L. (1999). The world of the entrepreneur, a new perspective. *Journal of Workplace Learning*, 6 (6), pp. 209-224
- Toca, C. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades. *Estudios Gerenciales*, 26 (117), pp. 41-60.
- Toro Lasso, J. y Ortegón, A. M. (1999). Corriendo el telón del concepto emprendedor. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 37 (pp. 133-141). Bogotá: Universidad EAN.
- Van Praag, M. (1999). Some classic views on entrepreneurship. *De Economist*, 147, pp. 311–335.
- Verin, H. (2011). *Entrepreneurs, enterprise: histoire d'une idée* (2ª ed). París: Classiques Garnier.
- Villamor, P. y Prieto, M. (2014). El espíritu emprendedor en educación: un análisis pedagógico. *Procedia. Social and Behavioral Sciences*, 139, pp. 153-159.
- Zaratiegui, J. M. (2002). *Alfred Marshall y la teoría económica del empresario*. Universidad de Valladolid: Secretariado de Publicaciones.