

que no son muy capaces de llevarlas a la práctica. Los investigadores en muchas ocasiones se ubican en esta posición que si bien es mucho mejor que la del "burócrata" y crea opciones innovadoras, adolece de la orientación a la acción que es la que genera efectivamente valor.

El comportamiento "líder empresarial/empresario" une perfectamente la alta capacidad de creación/innovación con la alta capacidad de ejecución/acción. Este es el comportamiento que se busca desarrollar a lo largo de este texto. Este comportamiento como ya se ha indicado, será el que permita la creación de valor tanto en empresas nuevas como en empresas existentes.

Mitos sobre el empresario y la acción empresarial

Mito 1. Los empresarios no analizan sino que van haciendo cosas

Esta concepción es muy generalizada e, incluso, con gran frecuencia, los mismos empresarios plantean un desprecio por los métodos de análisis formal cuando dicen: "Yo, para mis empresas, nunca hice un estudio". Esta posición da la idea de que el empresario es un loco, a quien le plantean —o identifica— una oportunidad y, sin ningún raciocinio o consideración, se lanza y se pone en riesgo. Peor aún, pretende ilustrar esta conducta con la que conduce al éxito.

La verdad es distinta: los empresarios exitosos por un largo periodo, no juegan a la ruleta rusa, no se arriesgan por corazonadas o por impulsos emocionales. Ellos analizan muy bien la oportunidad, la miran por todos lados, la evalúan con un *software mental* que ya tienen estructurado y que recibe datos a través de todos los sentidos; calculan con cuidado sus movimientos antes de actuar, comparan los resultados previstos con sus objetivos y, una vez que están claros, en efecto, actúan. Ese *software mental* y esa lectura sensorial de datos forman parte del desarrollo del empresario; ha sido logrado, en muchos casos, a tropezones y, casi siempre, es muy específico para ciertos tipos de empresa en los cuales él tiene experiencia.

Es iluso pedirle que actúe de ese modo a una persona que apenas hará sus primeros intentos en el mundo empresarial. Por lo tanto, es necesario darle un primer esquema de análisis que le permita iniciar su proceso de desarrollo.

Pero también es cierto que existen muchas personas que analizan y analizan, y nunca toman la decisión de actuar. El fracaso de este esquema, en términos empresariales, no se debe a los análisis; obedece, en lo fundamental, a la falta de algunos atributos empresariales.

El verdadero empresario, mediante análisis formales o informales, tiene la habilidad para pensar y evaluar la situación, y actuar en el momento oportuno, bien sea para realizar el proyecto si está convencido de que este puede salir adelante, o para rechazarlo, si cree que sus oportunidades son muy escasas.

Para los amantes de este mito, una sugerencia: pregúntenle a un empresario real cuántas veces ha dicho *no* a una propuesta de empresa y cómo hizo para llegar a esa conclusión. Cuando escuchen su respuesta, se darán cuenta con facilidad, de que si efectúa análisis, y muy profundos; tal vez no en el papel, pues no fue así como aprendió a analizar; quizás lo haga no en la forma en que los académicos lo hacen, pero sí en forma consciente y racional.

A continuación, se presentan los mitos más tradicionales que la literatura presenta, con adaptaciones al entorno de América Latina. Para mayor detalle, es conveniente repasar los trabajos de Ronstadt³⁸ y Timmons³⁹.

La razón básica de esta sección es tratar de demostrar la escasa validez de dichos mitos y presentar una visión positiva del *empresario* y del proceso de *creación de empresa*.



Mito 2. Los empresarios nacen, no se hacen

Esta frase ha sido repetida muchas veces, pero no solo para el caso de los empresarios sino también para políticos, diplomáticos, artistas, gerentes, deportistas, etc.; y en todos los casos se ha demostrado errada.

Existe evidencia clara de que muchos empresarios no tienen ancestro empresarial —entendido esto como tener padres empresarios— y muchos que no son empresarios provienen de padres empresarios.

El ser empresario implica atributos y conocimientos que son adquiridos y aprendidos.

Los empresarios se forjan mediante aprendizaje y experiencias educativas que combinan, en proporciones diversas, lo formal y lo no formal. Nadie va a negar que se requiere salud, energía, un poco de inteligencia, características biológicas necesarias pero no suficientes; tampoco se va a negar que se precisan conocimientos y habilidades que no se dan al nacer sino que se desarrollan en función del ambiente en que se viva: iniciativa, toma de decisiones, capacidad de riesgo, creatividad, etcétera.

Drucker indica cómo, cuarenta o cincuenta años atrás, nadie pensaba que un gerente se podía formar; hoy, la mayoría de la gerencia proviene de las escuelas de administración de empresas. En el mundo moderno, se producen artistas, deportistas, políticos, diplomáticos, y se pueden producir empresarios, como lo atestiguan muchos casos documentados, aun en comunidades deprimidas en lo económico, lo social y lo educativo.

Mito 3. El empresario clásico O puro

Existe la creencia de que solo es empresario quien cumple todos los requisitos que se puedan formular sobre el proceso empresarial o sobre las características empresariales. Esto lleva a posiciones ingenuas, como la que afirma que quien no parte de una invención o de alta tecnología, no es empresario. En la realidad, existen empresarios que cumplen todas las características del modelo ideal, pero también hay muchas excepciones. Lo que define a un empresario es su perspectiva empresarial. Por eso, son empresarios tanto el empresario rural como el de alta tecnología, no por la tecnología o los mercados que manejan, sino por su perspectiva empresarial.

Asimismo, no se puede pensar que solo es empresario quien con frecuencia empieza una empresa pues, como ya se anotó, el crecimiento y la supervivencia a largo plazo de la empresa forman parte de la función del empresario. Además, es importante entender que la perspectiva empresarial no depende

del sector económico, o de la tecnología que se maneje, o de la finalidad o no del lucro, o del tamaño de la empresa.

Este mito es tan fuerte que incluso hay consultoras y universidades que, antes de aceptar a un participante en un curso de espíritu empresarial, chequen sus habilidades y conocimientos y, si los tienen, lo aceptan; de lo contrario, lo rechazan. Pero la verdad es que si ese empresario ya tiene todas esas características, no necesita ese entrenamiento. Por otro lado, los indicadores de éxito de esas organizaciones son apenas obvios, pues si empiezan con empresarios, es muy difícil terminar sin estos. La misión del proceso educativo es proveer y despertar las competencias necesarias para que una persona que no ha actuado como empresario, empiece a hacerlo.

Mito 4. Todo lo que se necesita es dinero

Esta es la disculpa más frecuente de quienes no son empresarios para explicar su falta de creatividad, decisión e iniciativa. A veces, hasta los gobiernos caen en esta disculpa. Una de las habilidades empresariales es identificar y conseguir recursos; entre ellos, recursos financieros. Otro aspecto suficientemente documentado en investigaciones a escala mundial es que, en general, la mayor parte del dinero invertido para empezar una empresa proviene de ahorros personales, de familiares y amigos. Incluso, muchas veces, la abundancia de dinero, más que una ayuda, es un perjuicio, pues no se valoran las decisiones y se cometen grandes desperdicios económicos.

Por otro lado, la falta de dinero es más un síntoma que la causa del problema. Muchas veces, la gente quiere que le den dinero para una idea general, o para una idea de empresa que no ha sido evaluada ni analizada, y en la cual el presunto empresario no tiene experiencia. Claro, en ningún lugar del mundo esta persona va a conseguir lo necesario. Igual ocurre con la búsqueda de garantías: todos queremos que las entidades financieras nos sujeten dinero sin ningún respaldo. Esto es imposible, pues esas entidades manejan recursos de otros y tienen el compromiso de responder por ellos.

Existen muchas formas de hacer un proyecto y la tarea del empresario es identificar la forma que es funcional para su nivel de recursos.

Mito 5. Los empresarios son genios

Este concepto se escucha con frecuencia, y hay evidencias como estas. «Si usted mira a los empresarios famosos de hoy, que tal vez empezaron su actividad en 1950, se da cuenta de que ellos no fueron a la universidad y tal vez ni siquiera al bachillerato». Claro, uno puede continuar afirmando: «Si usted mira a los empresarios de 1900, verá que no fueron siquiera a la escuela primaria».

Sin dudas, este es un razonamiento falaz, pues deja de lado las características del país. En 1950, el porcentaje de ciudadanos de América Latina que terminaba el bachillerato era mínimo; el número de empleos disponible también era mínimo. Por lo tanto, lo normal era que los empresarios de esa época tuvieran como característica no haber ido a la universidad.

Las condiciones actuales de los países desarrollados son muy distintas. La mayoría de los empresarios de las décadas de 1980 y 1990 son personas con títulos universitarios, y esto —de nuevo— no es más que un fenómeno ambiental. Cada día en América Latina, más y más empresarios tienen educación superior, pues sin dudas esos conocimientos no pueden perjudicar el ejercicio empresarial.

Es claro también que existen empresarios muy exitosos que lograron desarrollar sus competencias empresariales por fuera o en paralelo con el sistema educativo y que, de pronto, hechos circunstanciales apuraron su proceso empresarial y ello no les permitió terminar sus procesos formales de preparación, pero eso no significó que como empresarios no continuaron sus procesos formativos para terminar de desarrollar sus competencias.

Es fácil también apreciar que los empresarios, día tras día, mejoran su calificación y tratan de remediar su falta de conocimientos. Todos los programas de apoyo empresarial exitosos empiezan por la capacitación de los empresarios, pues esta es la única forma de mejorar su habilidad de gestión y elevar las probabilidades de supervivencia y crecimiento de la empresa.

El empresario no juega al avestruz: cuando él se mete en una empresa es porque ha estudiado el tema; conoce los pro y los contra; sabe cuáles son los puntos débiles y tiene una estrategia para resolverlos; es consciente de que cuando actúa, no tiene todas las respuestas, no porque no quiera, no porque rehuya el conocimiento o la información, sino porque no las puede conseguir.

Poser educación —formal o informal— es indispensable para el empresario del futuro, de lo contrario, sus posibilidades de éxito o crecimiento o ambos son nulas. Por otro lado, el empresario conoce su empresa en detalle, y sobre ese detalle requiere conocimiento y formación.

En el estudio *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), se muestra cómo, en todas las categorías —nacientes o establecidas— y en todos los grupos —países desarrollados o en desarrollo—, la propensión hacia la creación de empresa y, especialmente, de las empresas por oportunidad, crece a medida que el nivel educativo crece. Por otro lado, es de esperarse que a mejor preparación del empresario, mejores serán sus capacidades para orientar y llevar a feliz término la iniciativa empresarial que acometa.

Mito 6. Los empresarios son fracasados

En América Latina existe una tendencia muy marcada a asociar factores de degradación con las personas exitosas. Esto ocurre también con los empresarios, a quienes se les acusa con ligereza de haber sido despedidos del trabajo, de haber tenido bajo rendimiento académico, de ser divorciados, o revolucionarios, o cualquier otro hecho negativo; pero no se acostumbra mirar los factores positivos o las razones por las cuales se dieron los factores negativos.

Una persona pudo haber sido un mal estudiante porque estudió algo que no le gustaba, que le fue impuesto, o que fue su única alternativa. Pero un día encontró la forma de desarrollar su verdadero potencial, y lo hizo. ¿Qué sentido tiene analizar que fue un mal estudiante?

Por otro lado, la gran mayoría de las personas empleadas son despedidas o renuncian a sus cargos más de una vez en su vida. ¿Querrá eso decir que son malos e incapaces? No, la mayoría de las veces se dan conflictos de poder, o procesos de modificación organizacional, o discrepancias con el jefe o, simplemente, insatisfacción en el trabajo.

¿Quién ha dicho que todos tenemos que ser buenos para todo? Es perfectamente válido que unos sean muy buenos como empleados y otros sean muy buenos como empresarios.

En cualquiera de los grupos de empresarios y de no empresarios, se encuentran personas brillantes y personas mediocres en sus estudios académicos; habilidosos e incapaces en sus actividades sociales; casados o divorciados; estables e inestables; malgeniados y sossegados; etcétera.

Además, ¿qué es ser fracasado? ¿Acaso un empresario dueño de una empresa con 20 empleados y con buenas utilidades es un fracasado? Es obvio que no. Es más, ese empresario puede ser más útil a la sociedad y más exitoso que la persona exitosa que se jubila sin haber generado un empleo extra y dependiendo solo de su pensión de vejez.

Mito 7. Todo lo que se necesita es suerte

En este mito se escudan los que no son empresarios, pues no entienden que hay personas que estuvieron en el lugar indicado en el momento apropiado, y fueron capaces de captar la oportunidad que se les presentó. La *suerte* es la capacidad de ver y apreciar las oportunidades; es el trabajo serio que se hace en busca de algo; es aprovechar y maximizar las épocas buenas y minimizar el impacto de las épocas malas. La idea es crearnos la suerte, y no esperar a que ella nos llgue. En síntesis, es crear la empresa y no esperar a que alguien nos la traiga.

Es importante que el empresario tenga conciencia de que siempre habrá resultados no sujetos a su control; que él trabaja con información incompleta y que, por lo tanto, siempre hay riesgo. Pero que esos riesgos se aminoran en la medida que se prepare para enfrentarlos, y no en la medida que espere ser protegido por la buena suerte.

Para estar en el lugar apropiado, en el momento oportuno, y captar esa oportunidad que desfila ante nosotros, se necesita un proceso de análisis de factores; en resumen, se necesita espíritu empresarial y no suerte.

Con gran frecuencia, las personas esperan identificar una empresa que, en poco tiempo, les resuelva sus problemas económicos; y rechazan muchas oportunidades porque no muestran todo el potencial que ellos esperaban. La mayoría de estas personas muere sin encontrar ese *Dorado*; y, resulta obvio, mueren frustradas.

Como ya se dijo, el proceso empresarial es un proceso continuado, en el que se establecen oportunidades de empresas en forma permanente, por lo cual es importante iniciar el camino, aunque las primeras acciones no rindan muchos frutos económicos. Esas primeras acciones tienen el valor de proveer de aprendizaje y acceso a empresas cada vez mejores. Ese principio, denominado por Ronstadt¹⁰ el *principio del corredor*, es el que maravilla cuando vemos a algunos empresarios maduros, con gran frecuencia al frente de nuevas empresas. Los novatos se preguntan, ¿cómo lo hacen?, ¿de dónde sacan tantas ideas? La respuesta está en que cada empresa genera múltiples nuevas opciones, y eso le facilita a ese empresario su expansión.

El ser empresario requiere práctica; requiere un inicio y es muy probable que algunos intentos no sean exitosos. Muchos empresarios famosos han tenido varios fracasos y de ellos aprendieron nuevas técnicas y procedimientos que luego los hicieron exitosos.

Mito 5. La mayoría de las empresas tardan rápidamente

Muchas personas no entran en el mundo empresarial por el temor a las fallas, pues se dice que la mayoría de las empresas fracasan antes de los cinco años. Con esta perspectiva, es obvio, nadie se quiere embarcar en una aventura. ¿Cuál es la verdad? La realidad es que toda inversión tiene riesgos, y que no existen, en el mundo, actos 100% seguros. Lo cierto también es que, en el proceso empresarial, hay empresas que no son exitosas, tal como ocurre en el proceso de empleo, en el que no todos permanecen y ascienden.

Hay que definir muy bien qué son las fallas empresariales y, sobre todo, si la falla fue *productiva* o no. En varias investigaciones, se ha encontrado que muchos de los empresarios exitosos hoy, tuvieron fallas anteriores. Pero aprendieron de ellas, para sus actividades posteriores, lecciones útiles que constituyeron la base de su éxito empresarial.

Sin embargo, es necesario revisar las estadísticas, pues parecería que muchos de los enunciados que se emiten no son comprobables, y se basan en un concepto de falla que puede ser errado. Por ejemplo, ¿es una falla un cierre de una empresa por muerte o enfermedad o traslado o cansancio de un empresario? ¿Falla una empresa que estaba en operación pero cuyo dueño encontró una oportunidad mejor y usó los recursos de la anterior para la nueva organización? ¿Es una falla el cierre de una empresa que estaba orientada a resolver una necesidad humana que se prevé desaparecerá el año entrante? ¿Es falla vender la empresa porque resulta una buena oportunidad? ¿Es falla integrarse a otra empresa?

Es importante también calificar las fallas, en especial cuando las empresas se establecen por necesidad, sin analizar la validez de la oportunidad y sin que el empresario tenga las competencias adecuadas. Este tipo de falla es previsible y, por supuesto, infla las estadísticas. Pero, precisamente, con los procesos formativos se busca que el empresario adquiera las capacidades empresariales requeridas, identifique, analice y evalúe una verdadera oportunidad. Cuando esto ocurre, los índices de falla se reducen.

Però sobre todo hay que tener en cuenta un hecho básico y es que cuando fallan las iniciativas empresariales, porque efectivamente no son sustentables, ello no significa el fin del camino para el empresario. La verdad es que esa falla es solo una nueva etapa en su carrera empresarial para la cual sale mejor preparado. Para analizar este mito es importante que les preguntemos a empresarios qué significa "falla empresarial", y que harían en el caso de que tuvieran que vivir una falla. Encuentrenos que casi unánimemente, su respuesta será "creo otra empresa y sigo luchando hasta ser exitoso".

Sin dudas, hay una manera segura de no fallar: el nunca intentar. Este principio también garantiza que nunca se logrará el éxito. Es mejor equivocarse por intentar que morir virgen en lo empresarial.

Mito 10. Solo los expertos triunfan cuando son empresarios

Muchos siguen creyendo que solo personas con gran experiencia y mucha edad están en condiciones de ser empresarios, pues solo ellos tienen los conocimientos y los recursos para producir eventos empresariales.

Pero, en últimas, es necesario entender que a cada uno de nosotros le toca un escenario particular (geográfico, económico, educacional, etc.) y es en ese escenario que tenemos que actuar. Esperar a que el escenario mejore para actuar puede llevarnos a la total carencia de acción empresarial; y, por ello, todos tenemos que actuar en las circunstancias que nos toque para lograr ayudar a que el escenario mejore y que ojalá, para nuestros hijos, dicho escenario sea más benéfico.

Los ejemplos de muchos latinoamericanos, que en cada uno de sus países han creado empresas y con ellas han ayudado a resolver problemas, nos tienen que traer a todos el convencimiento de que en la América Latina de hoy de mañana, *sí se puede ser empresario y crear empresa.*

Alonso 12. Para formar empresas hay que ser
emprendedores, trabajaren tecnologías avanzadas

1. Aunque muchas empresas ejemplares implicaron una invención o un trabajo en tecnología avanzada, la realidad es que solo una mínima parte de las empresas nuevas, aun en los países desarrollados, tienen como base estos elementos. La gran mayoría se basa en tecnologías convencionales conocidas.

Se requieren muchas empresas competitivas, que atiendan nuevas necesidades o mercados no atendidos. Si para ello se necesita tecnología avanzada, hay que conseguirla o desarrollarla, y aquí la formación avanzada en ciencia y tecnología y el desarrollo de mecanismos de apoyo, como las incubadoras de base tecnológica, son fundamentales. Pero, de igual modo, si las soluciones se pueden lograr con tecnologías tradicionales o con tecnologías apropiadas con ambas para los recursos disponibles, estas empresas no deben ser despreciables, hay que anovarlas.

El ámbito empresarial incluye todo tipo de empresas, y todas ellas son importantes y requieren apoyo. En la economía de Estados Unidos, por ejemplo, es importante Microsoft y todo su desarrollo tecnológico. Pero también es importante Wal-Mart, con su relativa simplicidad tecnológica. Recordemos que toda empresa tiene su tecnología; lo importante es que la empresa use la tecnología óptima que sea requerida para el desarrollo de su actividad. Algunos establecerán empresas en nanotecnología, otros en tecnologías de información y comunicación, otros en panadería (Bimbo es un buen ejemplo), y todos ellos son empresarios y todos contribuyen al desarrollo, un grado significativo.

Mantengamos nuestra mente abierta, aceptemos y apoyemos a todo tipo de empresarios y de empresas.

Mito 13. Mi estatus profesional se rebaja por ser empresario

Las sociedades de América Latina han dado gran valor al ejercicio profesional dependiente. Este se ha llegado a considerar como *compartimiento estanco*, donde una vez que uno llega, no puede salir. Se oyen con mucha frecuencia críticas a quien no ejerce el *oficio normal de su profesión*, e incluso hay movimientos que impulsan leyes para impedir que alguien que no tiene un título pueda ejercer un oficio.

Se llegó a pensar que la función del sistema educativo era formar personas para el desempeño de oficios concretos, lo cual conduce a la superespecialización desde la escuela secundaria, a poner énfasis en el cómo hacer las cosas, a desechar las bases científicas y tecnológicas, por no considerarlas prácticas, etcétera. Por otro lado, es costumbre que el éxito profesional se mida por el cargo que la persona ocupa y por el tamaño de la empresa a la cual está vinculada, sin tener en cuenta otros valores importantes en la vida profesional.

Schawbel (2013),⁴³ indica que los empleados de hoy quieren libertad, que 40% de los trabajadores serán en el año 2020 freelancers, que 72% de los empleados entrevistados indican que les gustaría renunciar y 61% indica que lo hará en los próximos 2 años.

Es necesario entender que las profesiones son un medio de desarrollo personal y no un fin en sí mismo. Por lo tanto, lo que importa no es si se ejerce una profesión u otra, sino la contribución que al desarrollo económico y social brinda el profesional. Es válido, incluso deseable, que esa contribución se realice mediante una actividad que genere trabajo, riqueza y valor aerecido

Es importante observar los reconocimientos que la sociedad empieza a hacer a aquellos que asumen iniciativas empresariales. En el caso de América Latina 71 % de los adultos, de acuerdo con GEM-2012,⁴⁴ considera que ser empresario exitoso tiene estratus, 75 % considera que la carrera empresarial es una carrera válida, y 67 % considera que los medios otorgan un posicionamiento positivo y difunden noticias sobre empresarios.

NIÑO 14. Empleo es seguir las enseñanzas no

Este mito se ha arraigado hasta tal punto, que los profesionales viven asustados por el fantasma de la pérdida del empleo, lo cual los obliga a no tener posiciones ideológicas o conceptuales firmes sino a ceder en sus principios (como una manera de sobrevivir en lo organizacional). Este mito le indica al profesional que no debe correr riesgo y que, en ese sentido, debe buscar algo estable y de por vida.

En los últimos años, tanto en los países desarrollados como en vías de desarrollo, conseguir un empleo no es garantía de que este se podrá conservar de por vida, pues las organizaciones suelen despedir personal, y muchas personas quedan cesantes y sin alternativas. Por otro lado, se sabe que aun quienes lo gran cumplir su ciclo en una organización hasta jubilarse no encuentran en sus pensiones —en general, el patrimonio final del empleado— ingresos que les den seguridad en su vejez.

La figura 3.3 presenta la curva de tendencia del poder de compra de un empleado exitoso y la de un empresario exitoso a lo largo de su vida profesional. Ellas nos indican que, luego de una primera etapa en la cual el empleado tiene mayor poder de compra que el empresario —pues este se está capitalizando para crecer—, la situación cambia de manera dramática. A largo plazo, no solo el empresario tiene mayor poder de compra, sino que goza de una esabilidad que el empleado no tiene, así sea por lo antes dicho acerca de la jubilación; por otro lado, cuenta con una fuente de producción de riqueza amplia para él y su familia, cosa que no ocurre con el empleado. Es claro que ambos pueden tener dificultades; el primero puede ser despedido y el segundo puede tener un descalabro económico en su empresa. Pero aun en este último caso, es más fácil para el empresario volver a empezar una nueva empresa que para el empleado volver a conseguir un puesto.

En un reciente estudio sobre Latinoamérica el Banco de Desarrollo de América Latina [CAF]⁴⁵ indicó:

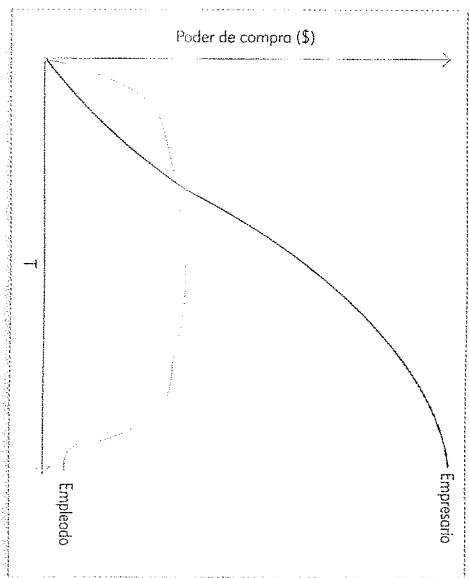


FIGURA 3.3 Poder de compra a lo largo de la vida profesional

- a. Que los ingresos promedio en US\$ de 2011 bajo el concepto de paridad del poder de compra eran los siguientes: para los empresarios, US\$1956; para los autoempleados, US\$576 y para los empleados US\$785.
- Los niveles de satisfacción en el trabajo eran, en una escala de 1 a 10, para los empresarios 8,17; para los autoempleados 7,33 y para los empleados 7,53.

Todos necesitamos seguridad, sobre todo en épocas de mayor debilidad como la tercera edad, y la actividad empresarial nos brinda más elementos de apoyo para esas épocas.

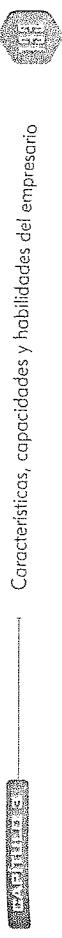
Existen riesgos reales tanto en el empleo como en las empresas. A corto plazo, es más arriesgado el mundo empresarial; a largo plazo es más arriesgado el empleo. Por lo tanto, este mito hay que cuantificarlo en forma adecuada y no darlo por válido sin analizar las consecuencias.

La noción de dependencia que nos ha dado el sistema educativo, nos lleva a creer que las profesiones son para ocupar cargos o empleos, y se han mirado siempre desde una óptica muy estrecha. Toda persona, y más el profesional, tiene ante sí múltiples caminos de acción posibles, y de escoger entre ellos el que más le satisface. Toda profesión tiene la opción de ser creadora de empresas, y al diseñar los perfiles de los egresados se debe tener en cuenta este concepto básico de formación. Como ya se anotó, hay que formar a la gente para el trabajo creativo —bien sea en una organización propia o en una organización en la cual se emplee— y no solo para empleos burocráticos.

Por ello, la educación empresarial debe ser parte de todas las currículas educativas, con independencia de las profesiones o de las divisiones por áreas de conocimiento. Tan empresario puede ser un sacerdote como un economista, un ingeniero, un artista, un administrador, un médico, un científico, un literato, un filósofo o cualquier otro profesional.

■■■■■ 3.6. Sobre qué se considera que es un empresario grande y qué da diligencia

Muchas personas solo consideran que es empresario el dueño de una fábrica, de un almacén, de una entidad de servicio; y se les olvida que hay múltiples formas de ser empresario. El abogado que crea su empresa de servicios jurídicos, el músico que crea su empresa de presentaciones artísticas y de producción de medios; el sacerdote que construye una comunidad, una iglesia, y presta servicios espirituales; el profesor universitario que escribe libros y artículos, diseña planes de estudio, metodologías, etc.; el médico



que instaló su consultorio, clínica o laboratorio; el empleado que, dentro de la empresa, genera una nueva línea de acción, bien sea por un nuevo producto, un nuevo mercado o un nuevo proceso; el líder cívico que logra crear nuevas dinámicas sociales para el beneficio de su comunidad; el empresario social que establece una organización para atender las necesidades de su comunidad; el líder religioso que crea una nueva concepción espiritual y logra que ella se establezca y se desarrolle, son solo algunos ejemplos de acción empresarial por fuera de las ideas tradicionales.

Es tan empresario el dueño de una empresa grande como el de una muy pequeña; así como es piloto el que maneja un kart, un Fórmula Uno o un gran camión de carga. Asimismo, es tan empresario el que genera millones de unidades monetarias con su empresa, como el que genera millones de unidades de bienestar.

Características, capacidades y habilidades del empresario

3.1.1. Características

Tal vez el área empresarial que más se ha estudiado es la identificación de las características, actitudes, habilidades, atributos, conocimientos, destrezas, valores, creencias, motivaciones, competencias, formas de operación y de vida del empresario.

Desde las investigaciones empíricas de McClelland⁴⁶, en 1961, hasta los últimos resultados investigativos presentados en *Frontiers of Entrepreneurship Research* (Babson Conference),⁴⁷ en 2013, se han producido perfiles o listas o ambos de características que incluyen todo tipo de ingredientes y de formas de agrupación.

El cuadro 3.1, elaborado por el autor,⁴⁸ con base en el análisis de once de estas investigaciones, agrupa las características en cuatro grandes categorías —factores motivacionales, de comportamiento, características físicas e intelectuales—, pero con la convicción de que ellas no se excluyen entre sí. Por ejemplo, factores que aparecen en características de comportamiento tienen relación directa o indirecta con los que aparecen en otros grupos.

Timmons⁴⁹ hace una integración diferente y plantea seis grandes categorías o temas (cuadro 3.2). En adición a las características relacionadas en los cuadros 3.1 y 3.2, hay algunos otros hechos planteados en la literatura sobre el tema, que vale la pena tener en cuenta para disolver algunos mitos que existen sobre el empresario.

Cuadro 3.1 Características empresariales

Factores motivacionales	<ul style="list-style-type: none"> 1. Necesidad de logro. 2. Necesidad de aprobación. 3. Necesidad de recibir beneficios monetarios. 4. Necesidad de desarrollo personal. 5. Necesidad de independencia. 6. Necesidad de escape.
Características de comportamiento	<ul style="list-style-type: none"> 1. Liderazgo/capacidad fuerte de persuasión. 2. Tono de iniciativas. 3. Versatilidad/flexibilidad. 4. Honestidad/integridad y confiabilidad. 5. Búsqueda de la verdad y de información. 6. Capacidad de conseguir recursos. 7. Tolerancia de la ambigüedad, de presión y de incertidumbre. 8. Relaciones/redes. 9. Sentido de urgencia/tiempo muy valioso. 10. Orientación hacia la oportunidad. 11. Compromiso total/ determinación/perseverancia. 12. Orientación hacia metas específicas. 13. Responsabilidad personal. 14. Humor. 15. Centro de control interno/confianza en sí mismo/noción de suficiencia de sus capacidades. 16. Bajo necesidad de poder y estatus. 17. Capacidad de decisión. 18. Estabilidad emocional. 19. Atracción por retos, no por riesgos/se corren riesgos moderados. 20. Optimismo 21. Competencia consigo mismo. 22. Planificación con límites de tiempo. 23. Exigencia de eficiencia y calidad. 24. Planificación y seguimientos sistemáticos. 25. Energía. 26. Buena salud. 27. Intenso ritmo de trabajo. 28. Imaginación/creatividad/innovación. 29. Conocimiento de la empresa. 30. Capacidad de solución de problemas. 31. Realismo. 32. Inteligencia. 33. Habilidad conceptual. 34. Capacidad de analizar el ambiente/visión comprensiva de los problemas.
Características intelectuales	<ul style="list-style-type: none"> 35. Conocimiento de la empresa. 36. Capacidad de solución de problemas. 37. Realismo. 38. Inteligencia. 39. Habilidad conceptual. 40. Capacidad de analizar el ambiente/visión comprensiva de los problemas.

Fuente: Varela, R., "Características del empresario colombiano", Publicaciones Icesi, Volumen 18, Cañ, 1986.