



EL EMPRESARIO INNOVADOR Y SU RELACIÓN CON EL DESARROLLO ECONÓMICO

The innovating entrepreneur and its relation to economic development

Tec Empresarial, Noviembre 2011, Vol 5 Num 3 / p. 21-27.

Pilar Valencia de Lara
pilar.valencia@uclm.es

Profesora e investigadora de la Universidad de Castilla-La Mancha, España, y Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales

Juana Patlán Peréz
patlanjuana@hotmail.com

Profesora e investigadora de la Universidad Autónoma de México, México, y Doctora en Ciencias Empresariales.

- *Recepción del artículo: 3 de marzo, 2011.*
- *Aprobación del artículo: 22 de septiembre, 2011.*

INTRODUCCIÓN

Varios trabajos de economía desarrollados en el siglo XX recuperan la figura del empresario, olvidada por algunos de los estudiosos de esta ciencia durante el siglo XIX. Entre los trabajos más relevantes se encuentra el desarrollado por Schumpeter. La importancia del trabajo de este autor radica en la función atribuida al empresario en la economía y al hecho de

que Schumpeter recoge una visión más holística del desarrollo económico en contraposición con sus antecesores, los economistas clásicos y neoclásicos.

Ahora bien, al considerar que el nombre de Joseph Alois Schumpeter es quizás desconocido por muchos expertos en *management* y que es un autor esencial para entender la relación entre economía y creación de empresas, este estudio tiene como objetivo analizar el papel del empresario en la teoría del desarrollo económico schumpeteriana. Para conseguir este objetivo, se lleva a cabo un análisis crítico de cuatro puntos centrales de esta teoría: **1)** la concepción schumpeteriana de empresario y empresa, **2)** el papel de la conducta innovadora del empresario en el desarrollo económico, **3)** el riesgo en la teoría de la “destrucción creativa”, y **4)** el estudio del beneficio del empresario. En la última parte de este trabajo, a manera de conclusiones, se presenta una reseña de las principales críticas y defensas realizadas a esta teoría del empresario.

Los cuatro puntos en estudio recogen, de manera sencilla y resumida, los aspectos centrales de la teoría del empresario schumpeteriano, por lo que la importancia de trabajos de este tipo, orientados a conocer y comprender el pensamiento schumpeteriano, radica en que nos ayudan a entender mejor la relación existente entre creación de empresas y crecimiento económico, y cómo el empresario es una de las grandes piezas de ese complejo y multidimensional rompecabezas que es la economía.

La teoría del empresario schumpeteriano es una teoría que goza de mayor reconocimiento y aceptación entre los estudiosos de la creación de empresas que entre los economistas; esto tiene su explicación >>

>> en que la teoría de Schumpeter abarca aspectos de difícil cuantificación para la economía –como las características psicosociales del empresario–, que no encajan en el actual modelo económico basado en la teoría del equilibrio de Walras, teoría utilizada para la planificación macroeconómica.

PUNTOS CENTRALES DE LA TEORÍA DEL EMPRESARIO DE SCHUMPETER

Definición schumpeteriana de empresa y empresario

Joseph Alois Schumpeter es uno de los economistas más relevantes de la primera mitad del siglo XX. El trabajo intelectual de Schumpeter se centra fundamentalmente en dos cuestiones: la historia del pensamiento económico y la teoría del desarrollo económico, también denominada teoría de la “destrucción creativa”. En la teoría del desarrollo económico, la “destrucción creativa” se origina entre una empresa pionera y aquellas empresas denominadas seguidoras o imitadoras, básicamente, cuando éstas tratan de participar de los beneficios originados por la innovación desarrollada por la empresa pionera. Esta teoría pertenece al campo emergente de la economía evolutiva pues, en la “destrucción creativa” schumpeteriana, el empresario busca, por medio de la innovación, entrar en los mercados existentes –en crecimiento o que han sido desatendidos

por los oferentes actuales– o en nuevos mercados –creando la propia demanda. De esta manera, el empresario rompe el equilibrio existente y crea el desequilibrio económico, por lo que el empresario schumpeteriano encarna el cambio socioeconómico permanente y el dominio de los mejores individuos en una sociedad.

Schumpeter (1963, p.84) define la empresa como “la realización de nuevas combinaciones”, y a los empresarios como “los individuos encargados de dirigir dicha realización”. Estas definiciones son, a la vez, más amplias y restringidas en comparación con los conceptos conocidos de empresarios y empresas. Este autor considera que un individuo que trabaja por cuenta propia es un empresario, aunque los trabajadores por cuenta ajena –empleados de una empresa– también pueden llegar a ser empresarios, siempre y cuando unos y otros lleven a cabo nuevas combinaciones. En consecuencia, Schumpeter excluye de su concepto de empresario a los gerentes, directores o demás empleados de una empresa que se limitan a desarrollar actividades rutinarias en la explotación del negocio. Bajo este planteamiento, un individuo adquiere la calidad de empresario cuando desarrolla nuevas combinaciones, pero también pierde esta calidad cuando ha puesto en marcha el negocio y comienza a desarrollar las actividades propias de la administración y la dirección de empresas. Schumpeter (1963, p.88) declara al respecto que “es en consecuencia tan raro que una persona conserve durante toda su vida el carácter de empresario, como lo es para un hombre de negocios no ser empresario, ni aún siquiera un momento y en forma modesta, durante todo el curso de su vida”.

También en la teoría del desarrollo económico, Schumpeter realiza una clara diferenciación entre innovación e invención. Mientras la invención se refiere a la creación o combinación de nuevas ideas, la innovación va más allá, ya que consiste en la transformación de un invento en algo susceptible de comercialización, en un bien o servicio capaz de satisfacer las necesidades del mercado existentes o creadas por el propio empresario. Desde esta óptica, es el oferente el que determina la estructura del mercado y, en este sentido, Schumpeter (1963, p.98) indica que:

Las invenciones carecen de importancia económica en tanto que no sean puestas en práctica. Y la aplicación de cualquier mejora es una tarea completamente diferente de la innovación, y que requiere aptitudes diferentes. Si bien los empresarios *pueden*¹ ser inventores, como pueden ser capitalistas, lo son por coincidencia y no por naturaleza, y viceversa. Además, las innovaciones que llevarán a la práctica los empresarios, no precisan ser invenciones en forma alguna .

De esta manera, en la teoría de la “destrucción creativa”, un individuo realiza nuevas combinaciones o innovaciones cuando:

- I) introduce nuevos métodos de producción en una empresa ya existente o para la puesta en marcha de una nueva empresa;
- II) utiliza métodos de producción existentes de forma distinta para obtener una mayor ventaja competitiva;
- III) comercializa o utiliza medios de producción que ofrecen ventajas en relación con los existentes, por ejemplo, a través de la importación de una materia prima que reduce los costes de producción;
- IV) introduce bienes sustitutos en el mercado;
- V) crea una empresa para comercializar productos o bienes existentes;
- VI) introduce un mejoramiento en un producto o servicio existente;



¹ La cursiva es del autor

En pocas palabras

¿Qué trata el artículo?: Analizar el papel del empresario en la teoría del desarrollo económico schumpeteriana.

¿Cómo? Mediante la revisión teórica y reflexiones de las autoras, por medio de análisis crítico de los cuatro puntos centrales de esta teoría.

Resultados: Se logra comprender, de manera sencilla y resumida, la teoría schumpeteriana del empresario, la relación existente entre creación de empresas y desarrollo económico, y cómo la creación de empresas es una de las grandes piezas de ese complejo y multidimensional puzzle que es la economía.

VII) abre nuevos mercados; y

VIII) produce un nuevo bien o servicio.

La conducta innovadora del empresario: eje central del desarrollo económico

La realización de nuevas combinaciones por parte del empresario schumpeteriano es una cuestión de conducta de cambio, ya que, para llevar a cabo las innovaciones necesarias en el plano económico, sólo se necesita voluntad y acción; de tal forma, este empresario no nace, se hace. Por consiguiente, el primer cambio no se opera en el sistema económico sino en el interior del individuo que experimenta la necesidad o el deseo de cambiar lo existente haciendo cosas nuevas; por eso, en la teoría de la “destrucción creativa”, el deseo se convierte en acción a través de la innovación. No obstante, Schumpeter reconoce que romper con la tradición o la costumbre no es tarea sencilla, de ahí que no toda la población de un país consiga desarrollar la actividad empresarial.

En la teoría schumpeteriana, el cambio conductual del individuo no es fácil debido a tres factores. El primero de ellos obedece a la falta de información para la toma de decisiones: el individuo debe enfrentarse a la incertidumbre contando tan sólo con su experiencia, por lo que para Schumpeter la intuición es un factor de gran relevancia en la realización de esas nuevas combinaciones en la economía. El segundo de estos factores consiste en la lucha afrontada por el individuo para cambiar sus propios paradigmas, pues el pensamiento y las acciones se encaminan a aquello que es conocido, que es habitual, aun sabiendo que esta forma de hacer las cosas no es la correcta. Y es que el hombre, en muchas ocasiones, ni siquiera percibe las dificultades o inconvenientes generados por la aplicación rutinaria de los métodos, los procesos o las estrategias llevadas a cabo en el desarrollo de la actividad diaria, cuestión que no difiere en el caso de la actividad empresarial. El tercer factor se refiere precisamente a esas presiones de tipo social enfrentadas por el sujeto que deja de “nadar en sentido de la corriente”. Como indica Schumpeter (1963, p.96): “las manifestaciones de desaprobación pueden traer al punto consecuencias. Pueden provocar ostracismo social y, por último, obstáculos físicos o incluso ataque directo”. Por consiguiente, para vencer estas barreras,

el empresario schumpeteriano asume una conducta innovadora que le ayuda a romper con la tradición o la costumbre; esta conducta en la teoría schumpeteriana del empresario se resume en voluntad y acción.

El riesgo en la teoría de la “destrucción creativa”

El riesgo económico asumido en la actividad empresarial es concebido por Schumpeter en los mismos términos de Frank H. Knight (1947). La manera en que Schumpeter entiende el riesgo puede apreciarse claramente en la siguiente cita: “el riesgo no es en ningún caso un elemento de la función del empresario: y si bien es cierto que corre el riesgo de perder su reputación, la responsabilidad económica directa del fracaso no recae sobre él” (1963, p.143). Por lo tanto, en la teoría schumpeteriana, el riesgo empresarial de tipo económico lo asume el capitalista –ya sea el sistema financiero, los miembros de la red social informal del empresario, el propio patrimonio del empresario u otro individuo que actúe en calidad de capitalista–; éste es quien sufre la pérdida de tipo financiero en el caso de fracaso empresarial. Pero, además, el sujeto que lleva a cabo nuevas combinaciones asume otro tipo de riesgo diferente a la pérdida económica o financiera: la posible pérdida de su reputación. Éste es un riesgo de tipo moral y psicológico asumido por el empresario en el desarrollo de su actividad empresarial, pues el empresario de Schumpeter posee “alma” y su conducta innovadora obedece a motivaciones relacionadas con sus valores humanos, pero no en el estricto y único sentido del hedonismo (Santos, 1997).

El empresario schumpeteriano no es un ser sin escrúpulos que, motivado exclusivamente por el deseo de conseguir beneficios económicos, involucra en su aventura innovadora a otro sujeto –el capitalista– para que asuma totalmente el riesgo. En la teoría schumpeteriana del empresario, cada actor económico asume su propia cuota de riesgo en el proceso productivo: quién aporta el capital soporta el riesgo económico, y quien contribuye con el ingenio empresarial asume el riesgo de la pérdida de su reputación en caso de fracaso. No obstante, para Schumpeter, el riesgo entendido en el estricto sentido económico no es parte de la función empresarial. Para este autor, aún existe una confusión relacionada con la figura del capitalista y del empresario. Esta confusión tiene que >>

>> ver con el alcance económico y jurídico en caso de una pérdida empresarial.

En este sentido, Schumpeter (1995, p.620) indica:

(...) una vez percibido que la función del empresario es distinta de la función del capitalista, debería ser obvio que cuando un empresario utiliza su propio capital en una empresa que fracasa pierde como capitalista, no como empresario. Se ha afirmado que si el empresario toma dinero en préstamo con un interés determinado y el capitalista tiene derecho a la restitución del préstamo más pago de interés, independientemente de los resultados de la empresa, el que soporta el riesgo es el empresario.

Pero, como el propio Schumpeter indica, éste es un típico ejemplo de la común confusión de los aspectos económicos con los jurídicos. Si el empresario y prestamista no tiene medios propios, evidentemente es el capitalista prestamista el que puede perder, pese a todos los títulos jurídicos. Si el empresario y prestatario tiene medios propios para liquidar la deuda, entonces él también es el capitalista y, en caso de fracaso, la pérdida recae sobre él en cuanto capitalista, no en cuanto empresario. Otra vez más, Schumpeter considera que el empresario, en el desarrollo de su función, sólo lleva a cabo la función de innovación que es diferente de las demás funciones –capitalista, terrateniente o trabajador– que pueda desempeñar el sujeto en la actividad empresarial.

El beneficio del empresario schumpeteriano

Schumpeter, a partir de la teoría del equilibrio general walrasiano, indica que “la tendencia del empresario es la de no obtener ganancias ni pérdidas en la corriente circular (pues no realiza una función especial en ella, sencillamente no existe; existiendo en su lugar jefes de empresas o gerentes de negocios que será mejor no designar por el mismo término)” (1995, p. 86).

En este caso, el sistema económico tiende al equilibrio, pero el empresario, con su intervención en la economía a través de la realización de innovaciones, es quien rompe el equilibrio existente. Por lo tanto, la función del empresario schumpeteriano es la de llevar a cabo nuevas combinaciones que originen la ganancia empresarial, de manera que la ganancia del empresario sólo existe en el desequilibrio económico; en este sentido, Schumpeter (1963, p.135) señala: “la ganancia del empresario es un excedente sobre el costo. Desde el punto de vista del empresario, es la diferencia existente entre gastos e ingresos brutos en un negocio; posición confirmada por muchos economistas”. Como se mencionó inicialmente, Schumpeter realiza el análisis de la ganancia del

empresario en los mismos términos del empresario walrasiano, es decir, el empresario no obtiene ganancias ni pérdidas en la economía, en el equilibrio estático. Sin embargo, no es que el empresario no obtenga beneficios, sino que su beneficio sólo existe en el desequilibrio. Así, el empresario sólo logra beneficios cuando consigue cambiar una situación de equilibrio a una de desequilibrio, pero esta ganancia es temporal, pues desaparece en cuanto se vuelve a un nuevo punto de equilibrio económico.

Por otro lado, Schumpeter (1963, p.135) define los gastos como: “(...) todo desembolso que debe realizar el empresario directa o indirectamente en la producción. A ello debe añadirse un salario apropiado por el trabajo realizado por el empresario, una renta adecuada por cualquier tierra que pueda pertenecerle, y finalmente un premio por el riesgo”. Claramente, Schumpeter está diferenciando al empresario del terrateniente y del trabajador que pueden estar dentro del mismo sujeto.

Con respecto al premio por el riesgo, debe distinguirse entre el riesgo de tipo financiero, que ha quedado ya claro que es asumido por el capitalista, y el riesgo de tipo moral, que asume el empresario que lleva a cabo nuevas combinaciones. También debe señalarse que este premio por el riesgo sólo le corresponde al empresario cuando se produce la “destrucción creativa”, es decir, cuando se produce el desequilibrio económico como resultado de la realización de las nuevas combinaciones ejecutadas por el empresario. Por lo tanto, el premio al riesgo sólo surge en el desarrollo económico, pero, en ningún caso, el premio al riesgo está asociado con el desempeño de las funciones del hombre de negocios en la “corriente circular”, en la situación de equilibrio económico. En síntesis, puede concluirse que Schumpeter distingue claramente al capitalista del empresario: el primero obtiene el interés correspondiente por el riesgo de su capital, a diferencia del segundo, que recibe el beneficio por su innovación.

CONCLUSIONES: CRÍTICAS Y APOYO A LA TEORÍA DEL EMPRESARIO SCHUMPETERIANO

La teoría schumpeteriana del empresario actualmente no goza de aceptación general en la economía (Kirchhoff, 1989). Entre sus críticos hay divergencias: un grupo de ellos considera que esta teoría posee grandes debilidades en su concepción del riesgo (Santos, 1997), ya que no considera el caso de los individuos que aspiran a realizar nuevas combinaciones sin que con ello obtengan el éxito, sino, más bien, el fracaso; ni el caso de quienes no logran conseguir los recursos necesarios para la puesta en marcha de las nuevas combinaciones. Así, estos críticos se refieren a la “destrucción creativa” como una teoría basada

La realización de nuevas combinaciones por parte del empresario schumpeteriano es una cuestión de conducta de cambio, ya que para llevar a cabo las innovaciones necesarias en el plano económico sólo se necesita voluntad y acción; de tal forma este empresario no nace, se hace.



exclusivamente en el éxito del empresario y se plantean dos posibles explicaciones para tal cuestión: **I)** los empresarios schumpeterianos son una casta de genios o individuos con características que los hacen superiores a los demás sujetos que componen la población; **II)** el azar es el punto clave en el éxito empresarial. Es decir, se entiende que la realización de nuevas combinaciones es un proceso de ensayo y error, donde los empresarios motivados por el deseo de conseguir grandes ganancias, en caso de lograr el triunfo, juegan a buscar combinaciones que superen las existentes, como quien juega a la lotería.

Asimismo, la teoría schumpeteriana ha sido calificada por otro grupo de críticos como una teoría romántica y épica que se aparta de los lineamientos de la teoría neo-clásica, pero que deja intacta la estructura teórica marginalista para el análisis del equilibrio estático. Esta crítica a la teoría schumpeteriana se sustenta en la supuesta conducta de los empresarios, en relación con las motivaciones que los lleva a crear nuevas combinaciones. Estas razones en la teoría de la “destrucción creativa” son: **I)** ideal y voluntad para fundar un reino privado; **II)** voluntad de conquista; y **III)** el gozo creador experimentado por el individuo que realiza nuevas cosas.

Pero otros estudiosos consideran que la teoría económica schumpeteriana ha sido concebida como un fenómeno evolutivo darwiniano (Kirchhoff, 1989), de modo que el proceso de creación de empresas es asimilado a la evolución de las especies. En el proceso de evolución, la supervivencia de una nueva especie está supeditada, en gran parte, a la localización de un hábitat adecuado que le suministre una cantidad suficiente de alimento. No obstante, el encontrar un nicho adecuado no es condición suficiente para garantizar la supervivencia de la especie. La especie no puede crecer de manera que exceda las capacidades del nicho; un excesivo crecimiento se convierte en una amenaza para la

supervivencia de la misma y, por lo tanto, ésta terminará siendo presa alimenticia de otras especies. Por otra parte, de acuerdo con la teoría de la evolución darwiniana, sólo sobreviven los individuos más fuertes de una especie, pero, además, la mutación genética garantiza el mejoramiento de una especie: la mutación es fuente de entrada de más especies al nicho ecológico, pero sólo sobrevivirán las más fuertes. En la teoría económica schumpeteriana, la innovación desarrollada por el empresario es la fuerza de la mutación de la especie o especies de empresas que entran y sobreviven en un sector industrial –su nicho ecológico.

De manera semejante a como ocurre en la teoría evolutiva, la innovación es la mutación regeneradora del tejido productivo de una economía. Así, para sobrevivir en la economía, es vital la innovación, pues las empresas que no innovan terminan desapareciendo. En términos económicos, el empresario, a través de la innovación exitosa, destruye la estructura de mercado oligopolista y rompe el equilibrio estático al crear, por ende, el desequilibrio económico; es decir, origina la “destrucción creativa”.

Por otro lado, al comparar los modelos económicos neo-clásicos y el modelo económico schumpeteriano, hay que señalar que los primeros son dúctiles a la transformación matemática, por lo que se ajustan al equilibrio estático. Mientras que el segundo, el schumpeteriano, no se ajusta a este equilibrio, pues la evolución de una especie nunca alcanza el equilibrio estable; ésta no es maleable a la formulación matemática. De ahí que el modelo schumpeteriano no goce de una aceptación generalizada en la economía. En consecuencia, según los macroeconomistas, este modelo no es útil para sus análisis económicos debido a dos razones:

I) el modelo schumpeteriano no sirve para la planificación económica, a diferencia de lo que ocurre con los modelos neo-clásicos, los cuales se basan en cálculos matemáticos que se ajustan >>

Para Schumpeter, el sistema económico tiende al equilibrio, pero el empresario, con su intervención en la economía a través de la realización de innovaciones, es quien rompe el equilibrio existente.

a los procedimientos seguidos por quienes planifican; y

II) para los economistas, que en su ejercicio profesional requieren asesorar al gobierno en la política macroeconómica, el modelo económico schumpeteriano les resulta estéril.

Esto no ocurre con los modelos neo-clásicos, especialmente el de Walras (1987) y el de Marshall (1957), que están contruidos como un símil de la física newtoniana y que son óptimos para llevar a cabo la planificación económica basada en cálculos de tipo matemático, ya que poseen variables de fácil medición.

Una cuestión diferente ocurre con el modelo schumpeteriano, ya que éste incorpora variables relacionadas con el empresario de difícil cuantificación, e incluso de difícil identificación, como, por ejemplo, los valores culturales del empresario y los factores cognitivos que inciden en la realización de las nuevas combinaciones. No obstante, "...Schumpeter pone el dedo en la llaga: la imposibilidad de tratar, desde el modelo walrasiano, las innovaciones como variables endógenas; y la importancia de tales innovaciones en nuestros días" (Santos, 1997, p. 119) son cuestiones que este economista recoge en su modelo y se convierte en la mayor fortaleza de la teoría de la "destrucción creativa". Por lo tanto, el mayor aporte de Schumpeter consiste en la explicación del desarrollo económico.

El modelo económico schumpeteriano logra enlazar la microeconomía con la macroeconomía a través de la unión de la innovación, la comercialización y la creación de empresas con el crecimiento económico. Éste es un modelo complejo y multidimensional, cuyo valor ha sido reconocido más por los estudiosos de la creación de empresas (v. gr., Kirchoff, 1989; Chead, 1990; Robinson, Stimpson, Huefner y Hunt, 1991; Eisenhauer, 1995; Nyström, 1998; McCline, Bhat y Baj, 2000; Gross, 2005; Foss, Klein, Kor y Mahoney, 2008; García y Valencia, 2009; Álvarez y Valencia, 2008; Anderson, Covin y Slevin, 2009; Anderson y Striukova, 2010; Álvarez y Valencia, 2010; Valencia y Patlán, 2011) que por los economistas ortodoxos.

Además, el trabajo de Schumpeter también ha sido criticado por no considerar la incertidumbre. La base de esta crítica se fundamenta en que las ganancias empresariales en la "destrucción creativa" no son fortuitas, sino ganancias deliberadamente creadas a través de la realización de las nuevas combinaciones. Como se mencionó anteriormente, el empresario schumpeteriano obtiene sus ganancias sólo cuando la economía está en desequilibrio, pues la economía tiende al equilibrio y "es la innovación empresarial lo que saca a la economía de este estado, al permitir producir algo ya existente con menos recursos o con recursos más baratos, o algo nuevo y más lucrativo con los mismos recursos" (Kirzner, 1995, p.112). Específicamente la crítica de Kirzner, en este punto, se resume en que la teoría de Schumpeter no reconoce que el descubrimiento –antes de ser

un descubrimiento, está inmerso en la incertidumbre– es lo que origina el beneficio empresarial. En este sentido, Kirzner (1995, p.112) señala que "los beneficios empresariales se obtienen así mediante la innovación de nuevas combinaciones de producción, es decir, sacudiendo la economía y sacándola del estado de equilibrio. Queda claro, por tanto, que la incertidumbre no pinta absolutamente nada en todo el asunto".

De igual modo, Kirzner critica que Schumpeter "nunca vió el beneficio como aquello que descubre precisamente el empresario, como queda claro por su discusión de las cualidades que requiere el liderazgo" (1995, p.112). Esta crítica está centrada en la idea schumpeteriana de que el liderazgo del empresario no consiste en descubrir oportunidades de beneficio, sino en conseguir "atrapar" ese beneficio una vez que éste ha sido percibido. En otros términos, para Schumpeter, la dificultad que afronta el empresario en el ejercicio de su capacidad de liderazgo no radica en el descubrimiento de las oportunidades para llevar a cabo nuevas combinaciones generadoras de beneficio, sino en el desarrollo de esas nuevas combinaciones. Esta crítica de Kirzner es acertada, pues la capacidad de liderazgo del empresario schumpeteriano no le alcanza para descubrir la oportunidad que existe en medio de la incertidumbre; el liderazgo de su empresario "consiste en el cumplimiento de una tarea especial que sólo interesa al público en casos muy excepcionales. Pues su éxito, perspicacia y vigor, no son más esenciales que cierta estrechez de miras, que se limita a agarrar la ocasión por los brazos, y a nada más"² (Schumpeter, 1995, p.98).

En relación con la visión schumpeteriana de la actividad desarrollada por el empresario, según Kirzner (1995, pp.113-114), "lo que inspira la actividad del empresario con éxito no es ver lo que otros no ven, sino el poseer la voluntad, la determinación y las cualidades del liderazgo necesarias para hacerse con aquello que todos ven pero con lo que nadie se hace". Ésta es quizás la mayor debilidad que posee la teoría de la "destrucción creativa". Sin embargo, "... un hombre puede aprender de otro por el procedimiento de criticarlo igual que por el de aceptar su enseñanza" (Schumpeter, 1995, p.261). Los economistas y otros profesionales pertenecientes a las ciencias sociales, que en las últimas décadas se han ocupado del estudio de la creación de empresas, de una u otra manera han aprendido de Schumpeter. Esto es precisamente lo que ha ocurrido con los economistas pertenecientes a la Escuela Austríaca – Hayek, Mises y Kirzner, entre otros–, a quienes las críticas realizadas a la teoría de la "destrucción creativa" les ha servido de apoyo para formular sus propias teorías (Hayek, 1980; Kirzner, 1995; Mises, 2003).

Referencias Bibliográficas

Álvarez, A. y Valencia, P. (2008). Un análisis de los factores sociodemográficos determinantes en la creación de empresas en el marco de la intercultural-

¹ 2 La cursiva es del autor

lidad. *Revista de Economía Mundial*, (19), 341-353.

Álvarez, A. & Valencia, P. (2010). Factors determining the entrepreneurial consolidation in Latin America. *African Journal of Business Management*, 4(9), 1717-1722.

Anderson, B.S., Covin, J.G. & Slevin, D.P. (2009). Understanding the relationship between entrepreneurial orientation and strategic learning capability: an empirical investigation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3(3), 218-240.

Anderson, B. & Striukova, L. (2010). Where value resides in the modern enterprise. *Strategic Change*, 19(3), 103-123.

Chead, H. (1990). Schumpeterian and Austrian entrepreneurship: Unity within duality. *Journal of Business Venturing*, 5, 341-347.

Eisenhauer, J.G. (1995). The entrepreneurial decision: economic theory and empirical evidence. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 19(4), 67-79.

Foss, N.J., Klein, P.G., Kor, Y., & Mahoney, J.T. (2008). Entrepreneurship, subjectivism, and the resource based view: toward anew synthesis. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(1), 73-94.

García, P.M. y Valencia, P. (2009). Factores de éxito del proceso de puesta en marcha de la empresa: Valores culturales, redes sociales y ayudas públicas. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 15(3), 101-117.

Gross, D. (2005). Schumpeter's legacy? Interaction and emotions in the sociology of entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 29(2), 205-218.

Hayek, F.A. (1980). *Individualism and economic order*. Chicago: The University of Chicago press.

Kirchhoff, B.A. (1989). Creative destruction among Industrial firms, in the United States. *Small Business Economics*, 1, 161-173.

Kirzner, I.M. (1995). *Creatividad, capitalismo y justicia distributiva*. Madrid:

Unión Editorial S.A.

Knigh, F.H. (1947). *Riesgo, incertidumbre y beneficio*. Madrid: Aguilar.

Marshall, A. (1957). *Principios de economía. Un tratado de introducción* (3 ed.). Madrid: Aguilar.

McCline, R.L., Bhat, S. & Baj, P. (2000). Opportunity recognition: An exploratory investigation of a component of the entrepreneurial process in the context of the health care industry. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 25(2), 81-94.

Mises, L.V. (2003). *Una interpretación de la evolución social y económica*. Madrid: Unión editorial S.A.

Nyström, H. (1998). *Creativity and entrepreneurship an integrated economic and psychological approach* (pp.1-9). Institute of Economics, SLU

Robinson, P.B., Stimpson, D.V., Huefner, J.C., and, Hunt, H.K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 15(4), 13-31.

Santos, M. (1997). *Los economistas y la empresa. Empresa y empresario en la historia del pensamiento económico*. Madrid: Alianza Economía.

Schumpeter, J.A. (1963). *Teoría del desenvolvimiento económico. Una investigación sobre ganancia, capital, crédito, interés y ciclo económico* (3 ed.). México: Fondo de Cultura Económica.

Schumpeter, J.A. (1995). *Historia del análisis económico*. Barcelona: Ariel S.A.

Valencia-DeLara, P. y Patlán-Peréz, J. (2011). El empresario descubridor de oportunidades de mercado: puntos centrales de la teoría de Kirzner. *Revista TEC Empresarial*, 5(1), 31-38.

Walras, L. (1987). *Elementos de economía política pura o teoría de la riqueza social*. Madrid: Alianza Editores.

RESUMEN:

Uno de los economistas más relevantes de la primera mitad del siglo XX es Joseph Alois Schumpeter. Al considerar que Schumpeter es quizás desconocido por muchos expertos en *management* y que es un autor esencial para entender la relación entre economía y creación de empresas, en este estudio se analizan cuatro de los puntos centrales de la teoría del empresario schumpeteriano: la concepción de empresario y empresa; la conducta innovadora del empresario y su papel en el desarrollo económico; la asunción de riesgo en la teoría de la "destrucción creativa"; y el estudio del beneficio del empresario schumpeteriano. Para terminar, el trabajo recoge las principales críticas y defensas realizadas a la teoría schumpeteriana del empresario innovador.

Palabras Clave: Schumpeter, desarrollo económico, empresario, administración, innovación.

ABSTRACT:

Joseph Alois Schumpeter was one of the most important economists of the first half of the XX century. Considering that Schumpeter is perhaps unknown to many management experts and a cardinal author to understand the relationship between economy and company creation, this work analyzes four of the key premises for a "Schumpeterian" entrepreneur: conceptualization of entrepreneur and company; the entrepreneurs' innovative behavior and its role in economic development; risk assumption in the "creative destruction" theory; and the study of profit for the Schumpeterian entrepreneur. Finally, main criticism and supporting commentaries to the Schumpeterian innovative entrepreneur are presented.

Keywords: Schumpeter, economic development, entrepreneur, management, innovation