



Universidad de Valladolid

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

TRABAJO FIN DE GRADO

GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

EL PERFIL SOCIOLÓGICO DEL EMPRESARIO ESPAÑOL

Presentado por:

ELENA BODERO AUSIN

Tutor:

ALFREDO HERNÁNDEZ SÁNCHEZ

Valladolid, a 20 de Junio de 2018

RESUMEN

El objetivo de este TFG es conocer cómo ha sido la evolución de la figura del empresario desde su aparición en el siglo XVIII donde se define al empresario individual como un hombre de negocios que asume riesgos hasta analizar, en la actualidad, al empresario innovador, líder y estratega entre otras muchas cualidades.

A parte de analizar las variables sociológicas, económicas y personales que nos han llevado a descubrir al empresario moderno, quiero reflejar, también, otro aspecto importante en nuestra sociedad como es la discriminación que ha sufrido y sufre la mujer en el ámbito laboral a lo largo de su historia.

PALABRAS CLAVE

Emprendedor Evolución sociológica Beneficio empresarial Mujer

CÓDIGOS JEL

A11, A12, A14

ABSTRACT

The objective of this TFG is to know how the evolution of the figure of the entrepreneur has been since its appearance in the 18th century, where the individual entrepreneur is defined as a businessman who takes risks until analyzing, at present, the innovative entrepreneur, leader and strategist among many other qualities.

Apart from analyzing the sociological, economic and personal variables that have led us to discover the modern entrepreneur, I also want to reflect another important aspect in our society, such as the discrimination suffered by women in the workplace of its history.

KEYWORD

Entrepreneur Sociological evolution Business profit Woman

JEL CODES

A11, A12, A14

INDICE

1. INTRODUCCIÓN
2. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL
 - 2.1 EL ORIGEN DEL TÉRMINO EMPRESARIO
 - 2.2 PERSPECTIVA HISTÓRICA DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DESDE EL ÁMBITO ECONÓMICO
 - 2.3 EVOLUCIÓN SOCIOLÓGICA DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL
3. EL PERFIL DEL EMPRESARIO
4. BENEFICIO EMPRESARIAL
5. MUJER EMPRESARIA EN ESPAÑA
 - 5.1. EL TECHO DE CRISTAL
 - 5.2. FACTORES DEL ENTORNO DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO
 - 5.2.1. CARACTERÍSTICAS DE LAS MUJERES EMPRESARIAS
 - 5.2.2. POSIBLES LÍNEAS DE ACCION
6. CONCLUSIONES
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. INTRODUCCIÓN

Según las épocas y los entornos profesionales, la imagen del empresario ha evolucionado conforme a la coyuntura económica, su proyección social y otros tantos factores.

El avance de la humanidad ha estado acompañado por acciones emprendedoras, de quienes han procurado transformar un problema o necesidad en una oportunidad para mejorar sus condiciones de vida.

Hoy día, lanzarse a un proyecto empresarial supone una alternativa cada vez más considerada como opción profesional por muchas personas. Sin embargo, debemos entender primero cuáles son las implicaciones personales, los requisitos y los riesgos para ello.

Ante todo, una aventura empresarial, personal y exitosa, requiere, por una parte, una gestión por competencias, es decir, la adecuación entre las necesidades del proyecto y el perfil de los que lo van a llevar a cabo y, por la otra, un fuerte liderazgo del propio empresario. Por supuesto, todo ello unido a las oportunidades para invertir en el mercado, no solamente para mantenerse sino para seguir creciendo.

Durante los últimos años, se han ido desarrollando diferentes teorías sobre el espíritu empresarial como factor de crecimiento económico y de generación de empleo. En ello, ha jugado un papel esencial la representación de Schumpeter (1954) quien indica que para que se produzca el cambio de una situación económica de equilibrio a otra de niveles más altos de renta es necesario que existan empresarios que apliquen innovaciones, tanto técnicas como organizativas, que puedan dar lugar a una transformación de la función de producción.

El concepto de empresario ha sufrido grandes modificaciones desde la época del capitalismo mercantilista hasta la actualidad. De ser el propietario de la empresa y el que tomaba las decisiones, ha pasado a constituirse en una figura mucho más compleja. Tal y como indica Galbraith (1967), “al formarse la compañía moderna y al constituirse la organización requerida

por la tecnología, con la separación del propietario del capital y del control de la empresa, el empresario ha dejado de existir como persona individual en la empresa industrial moderna”.

Dada esta situación, en los últimos años, el estudio del espíritu empresarial ha emergido centrado en el proceso empresarial que involucra las funciones, las actividades y las acciones asociadas con la percepción y la persecución de oportunidades de negocio.

Concretamente en España, en el análisis de la estructura empresarial y ocupacional durante las últimas décadas, se considera a los empresarios y a los proyectos empresariales como un bien escaso y que es preciso potenciar.

El interés académico en torno a la creación de empresas se basa en la evidencia acerca de su contribución al crecimiento económico, al rejuvenecimiento del tejido socioproductivo, al relanzamiento de los espacios regionales, a la dinamización del proceso innovador y a la generación de los nuevos puestos de trabajo. Así, las investigaciones más habituales se centran tanto en la personalidad, en los orígenes y en las experiencias laborales, como en los recursos, tangibles e intangibles, que se acumulan a lo largo de la carrera empresarial.

2. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

El objetivo de este capítulo consiste en analizar la evolución histórica que ha experimentado la actividad empresarial y emprendedora, desde su origen hasta la actualidad. Con ello, queremos identificar las variables que han estado detrás de las iniciativas empresariales desde un punto de vista histórico; así como las características personales y contextuales y las funciones empresariales que presentaban estos primeros “emprendedores”.

Por ello, hemos estructurado el capítulo en tres grandes apartados.

En primer lugar, indagamos sobre el origen del término “empresario” para saber cuándo y por qué fue utilizado por primera vez.

En el siguiente apartado, llevamos a cabo un recorrido por las primeras investigaciones que se han acercado al estudio de la actividad empresarial desde una visión económica. En este sentido, presentamos una síntesis de las investigaciones y aportaciones más destacadas sobre el origen de las iniciativas empresariales por parte de los autores más representativos en esta área.

Por último, observaremos cómo, desde el punto de vista sociológico, el estudio de la actividad empresarial y sus implicaciones sociales, tienen su origen en los cambios y transformaciones derivados de una incipiente sociedad industrial iniciada a mediados del siglo XVIII como consecuencia de la Revolución Industrial.

El hecho de haber elegido las aportaciones de la perspectiva económica y sociológica para analizar el origen de la actividad empresarial se justifica por ser las primeras disciplinas científicas en considerar la empresa y todo lo relacionado con la misma como objeto formal de estudio.

2.1 Origen del término empresario

Cuando hablamos de empresarios estamos refiriéndonos a un amplio grupo social muy heterogéneo. Por ello, es necesario matizar, al menos teóricamente, qué se entiende por empresario. La palabra *empresario*, derivada de empresa y emparentada con *emprender*, tendrá, desde el primer momento, una aceptación marcadamente económica.

Hay que remontarse a mediados del siglo XVIII para ver, por primera vez, la utilización del término empresario, *entrepreneur*, por parte del pensador francés Richard Cantillon.

Sin embargo, a principios del siglo XVI ya se daba ese nombre a quienes dirigían actividades militares. Desde 1700, aproximadamente, se aplicó con frecuencia en Francia para designar a los contratistas por cuenta del gobierno para la construcción de carreteras, puentes, puertos y fortificaciones y, poco después, a los arquitectos.

Teniendo en cuenta dichas actividades como función empresarial, Cantillon, en su texto “Ensayo sobre la Naturaleza del Comercio en General” publicado en 1755, consideraba al empresario como la persona que se caracterizaba por comprar productos a precios conocidos para venderlos en el mercado a precios desconocidos. Esta concepción asoció al término emprendedor los elementos conceptuales de recursos y riesgo.

Pero la definición clásica que sobreviviría hasta el siglo XX, se debe al aristocrático industrial Jean Baptiste Say. Este habla del empresario como el agente que “unifica todos los medios de producción y logra, con el valor de los productos, el restablecimiento de todo el capital empleado, más el valor de los salarios, intereses y rentas que paga, además de los beneficios que le pertenecen”.

Por tanto, vemos que Say no relaciona al empresario con la innovación o con la creación de capital sino que su definición es producto de las aportaciones teóricas de Cantillon y de A. Smith. De Cantillon tomó el concepto de que el empresario adquiere medios de producción a determinados precios, con la intención de venderlos a precios indeterminados; de A. Smith considera el caso del capitalista que presta capital a otra persona y así parece reconocer una función propia de esas personas que aceptan las molestias y el riesgo de emplear capital.

En pocas palabras, Say concibe al empresario como la persona que toma decisiones, que es organizador y coordinador.

Say, Schumpeter y otros autores, utilizaron el concepto de empresario en sus teorías; Schumpeter hasta llegó a convertir el empresario en la esencia de su modelo de desarrollo capitalista.

Como veremos más adelante, tras los primeros trabajos de Cantillon, el resto de economistas se refieren a los empresarios como los sujetos capaces de afrontar incertidumbre y los riesgos propios de las innovaciones, por lo que con el paso del tiempo terminó asociándose este concepto como sinónimo de “fundador de una nueva empresa”.

2.2. Perspectiva histórica de la actividad empresarial desde el ámbito económico

En este apartado, haremos un recorrido histórico por ver cuál es el origen de las primeras investigaciones que, desde la disciplina económica, se han aproximado al estudio de la actividad empresarial.

En la evolución histórica de la figura del empresario encontramos una serie de economistas importantes que aplicaron las teorías del empresario más adecuadas a la época en la que vivieron:

- Siglo XVIII: empresario capitalista como propietario de los medios de producción (Adam Smith 1723-1790, David Ricardo 1772-1823 o John Stuart Mill 1806-1873)

En la época de la Revolución Industrial el empresario es individual, coincide con el propietario del capital y realiza una función de controlador de los medios de producción. Compromete su capacidad al funcionamiento de la empresa afrontando el riesgo.

- Siglo XVIII-XIX: empresario como hombre de negocios (R.Cantillon 1680-1734 y J.B.Say 1767-1832).

Cantillon entiende la figura del empresario como hombre de negocios que compra los medios para producir y, posteriormente, revender a un precio incierto. Say, en cambio, considera que el valor de la producción ha de ser capaz de pagar los costes de todos los factores de producción y conseguir ganancias.

- Siglo XIX: corriente neoclásica: empresario como organizador (Marshall 1842-1924)

Gracias a los avances tecnológicos de la época, a la ampliación de mercados y al surgimiento de grandes necesidades del capital, aparecen por primera vez las grandes sociedades, en las que diversos propietarios financian conjuntamente la empresa.

Marshall otorga al empresario el papel del cuarto factor de la producción como factor organizativo y le atribuye una especial

importancia en la creación de grandes empresas. Incluye, de esta forma, la separación entre dirección y producción de la empresa.

Para Marshall, el empresario es una persona que además de organizar, planificar y dirigir factores para satisfacer necesidades, distingue entre beneficio empresarial y el dividendo.

- Siglo XX: corriente neoclásica: empresario como persona que asume el riesgo (F.H.Knight 1885-1972).

El empresario es la persona que asume el riesgo y, por tanto, ha de ser recompensado con un beneficio. Este autor expone que el principal papel del empresario consiste en asegurar las rentas de los factores productivos soportando el riesgo de la actividad económica de la empresa.

Diferencia dos tipos de actividades que la dirección hace en la empresa:

1. La del director o empresario profesional: persona que da órdenes de gestión de la empresa y desarrolla la función de organización.
2. La del empresario patrimonial: persona que asume el riesgo y elige a la persona que dirige y da órdenes de gestión en la empresa.

- Siglo XX: escuela alemana: empresario como persona innovadora (J.A.Schumpeter 1883-1950)

Para Schumpeter, el empresario es el promotor del desarrollo económico capitalista y su principal función consiste en innovar. De esta forma, se convierte en un elemento esencial del sistema ya que innovación y progreso son factores básicos para el crecimiento en la economía capitalista.

Sitúa al empresario como elemento dinámico, activo, innovador y quebrantador del equilibrio en el sistema de mercado al organizar de diferente manera la producción. Aquellos que no innovan o no imitan a los innovadores, están expuestos a ser eliminados del mercado y es posible que no lleguen a sobrevivir.

El beneficio empresarial es, por tanto, la recompensa que recibe el empresario por haber sido capaz de innovar.

- Siglo XX: escuela austriaca: empresario oportunista (Kirzner 1930).
Define al empresario en función al rol que este tiene dentro de los procesos de mercado: descubrir oportunidades de ganancia anticipando la demanda que puede existir para determinados bienes o servicios, a través de la definición de los precios y las cantidades de lo que ha de producirse.
La esencia del empresario reside en su capacidad para detectar y aprovechar las oportunidades en el mercado.

- Siglo XX: empresario tecnócrata (J.K.Galbraith 1908-2006).
Este autor llega a la conclusión de que en los países occidentales más desarrollados, la actividad económica está dominada por grandes corporaciones empresariales con poder para influir en precios y costes. Dada su gran complejidad, estas empresas, no pueden ser dirigidas por una persona, sino que requieren un conjunto de técnicos profesionales altamente especializados en las distintas áreas. Esta tecnoestructura dirigente constituye un centro de poder dentro de la empresa, produciéndose un conflicto de intereses entre este grupo de directivos y los propietarios o accionistas de la empresa.

- Siglo XX-XXI: empresario líder (W.G. Bennis 1925)
Actualmente, la actividad de las empresas es muy compleja y dinámica, debido a la globalización de los mercados, el incremento de la competencia, el rápido cambio tecnológico, el incremento de los flujos de información, los cambios políticos y sociológicos.
El empresario ha de ser innovador, además de un buen líder y saber ser un buen estratega para escoger caminos adecuados para conseguir los objetivos. Hablamos de innovación en diferentes aspectos:
 - innovación técnica (productos y procesos)
 - de gestión (técnicas de dirección de la empresa)

- de liderazgo, un líder ha de tener unas cualidades personales específicas para poder ejercer como tal.

Teniendo en cuenta estos antecedentes, podemos definir al empresario actual como:

- 1) Individuo cuyo objetivo es ganar dinero.
- 2) Que organiza y dirige la combinación de factores productivos para obtener un producto y venderlo en el mercado
- 3) Que es confiado y aventurero, al asumir el riesgo.
- 4) Que es altamente innovador, activo, atrevido, audaz, decidido y resuelto. Connotaciones positivas que destacan la naturaleza emprendedora del empresario, hasta el punto de que hoy se le considera como un emprendedor, como el agente capitán de la industria que, orientado al cambio y al crecimiento, lleva el desarrollo de la economía. El empresario busca, por su capacidad innovadora, hacer las cosas de una manera nueva y mejor.

2.3. Evolución sociológica de la actividad empresarial

La sociología económica es la ciencia que estudia la realidad social, con la finalidad de analizar cómo se comportan las personas en cualquier momento dado y cuáles son los efectos económicos que producen al comportarse así. Indagaremos acerca del origen de la actividad empresarial desde la perspectiva sociológica tomando como referencia las profundas transformaciones sociales, políticas y económicas derivadas de la Revolución Industrial.

El estudio de la actividad empresarial y sus implicaciones sociales tiene su origen en los cambios y transformaciones derivados de una incipiente

sociedad industrial iniciada a mediados del siglo XVIII como consecuencia de la Revolución Industrial.

Para Ralf Dahrendorf (1965) existen tres razones fundamentales que explican la preocupación de la ciencia sociológica por la empresa:

- La empresa, como organización productora de bienes y servicios, tiene influencias y consecuencias no sólo de tipo económico. Aparece como realidad autónoma con importantes repercusiones sociales.

- Cada vez se utilizan en su estudio métodos más exactos.

- Aparición del llamado “factor humano” como aspecto destacado en la producción de bienes y servicios.

Este autor mantiene que la Sociología de la Empresa, como ámbito de estudio, nace con el propósito de analizar las relaciones sociales que tienen lugar en la nueva sociedad industrial.

Con este fenómeno de la “industrialización”, la fábrica relega a la familia como unidad de producción, introduce cambios importantes en los procesos de producción condicionando, a su vez, el modelo de trabajo familiar-doméstico que, hasta la fecha, era el responsable de la producción de bienes y servicios que necesitaba la unidad familiar para la subsistencia y, con ello, será catalogado como improductivo desde el punto de vista económico ya que no hay una contraprestación económica para quienes lo realizan.

Se fomenta de esta forma la salida del hombre al exterior como el nuevo espacio para la producción y del que se obtiene la subsistencia familiar. Este nuevo ámbito de interacción social se le conoce como el “espacio público” que es dirigido y ocupado por hombres y no así por mujeres, en el que comienzan a crearse Instituciones, como por ejemplo la escuela, que desplazan al clan familiar como ámbito de formación para el trabajo, quedándose relegada la esfera doméstica como unidad productiva.

Por lo tanto, el trabajo remunerado propio del modelo de producción fabril incipiente tras la Revolución Industrial no solo debilita la actividad doméstica no remunerada, sino que la desplaza a un segundo plano.

Además de constituir el origen de la discriminación de la mujer en el mercado de trabajo (de lo que hablaremos posteriormente) tienen lugar otra serie de transformaciones, fundamentalmente, de tipo económico, social, cultural y político, como por ejemplo: el éxodo masivo de personas y trabajadores de zonas rurales a las ciudades, lo que provoca nuevas formas de organización familiar y de consumo, nuevos avances, nuevas tecnologías, auge del espíritu capitalista...

Todos estos cambios han dado lugar a la aparición de la Sociología Industrial y de la Sociología de la Empresa como disciplinas científicas que buscan dar respuesta a las transformaciones derivadas de la progresiva actividad empresarial.

3. EL PERFIL DEL EMPRESARIO

Podemos considerar empresario “a toda persona que toma decisiones en un mundo incierto y pone en juego, con la esperanza de un resultado favorable, una parte del capital humano, financiero o físico que a él le pertenece”.

Lo que generalmente se denomina función empresarial puede ser:

- a) Riesgo o más bien existencia de incertidumbre
- b) Dirección que consta de supervisión y coordinación:

La supervisión y coordinación no se mantienen generalmente separadas, la supervisión es necesaria en el caso de la producción cooperativa (en donde diversos individuos trabajan juntos para obtener un resultado común), a fin de asegurar que cada uno realice el trabajo que se espera de él.

La coordinación, por otro lado, es la parte de la función gerencial que determina qué tipos de contrato deben llevarse a cabo.

La empresa moderna se caracteriza por una separación entre los accionistas y los directivos, en la que ambos aportan factores necesarios para el normal desarrollo de la actividad empresarial. Las funciones de utilidad de los accionistas y los directivos difieren, buscando los accionistas la maximización del valor de mercado de la empresa mientras que los directivos tratan de maximizar su remuneración y otros beneficios de tipo no monetario como la notoriedad del puesto, el estatus social o la cuantía de los recursos bajo su control.

En el contexto empresarial actual, debemos tener en cuenta dos aspectos: la gestión de competencias y las habilidades empresariales.

Por un lado, la gestión por competencias es una técnica que mide las capacidades, conocimientos, habilidades y aptitudes de los empleados con el fin de generar ventajas competitivas en el negocio, respetando los valores corporativos de la entidad.

De la misma forma, pero a escala individual, la sociedad y las empresas necesitan personas con un fuerte componente de liderazgo.

Según Terence Brake, autor del libro *The Global Leader*, se distinguen tres características fundamentales del líder global del siglo XXI:

➤ Intuición para los negocios

Se define como la capacidad para mejorar el conocimiento profesional y obtener óptimos resultados para los accionistas de la empresa. Incluye la experiencia profesional, la orientación hacia el entorno y la organización e ingenio.

➤ Capacidad para manejar las relaciones

Es la capacidad para construir e influir para que todas las partes de la cadena de negocio cooperen y dirijan sus energías hacia la consecución de los objetivos estratégicos. Supone liderar el cambio, manejar conflictos y negociar, poder generar comunicación entre distintas culturas e influir en los demás.

➤ Efectividad personal

Es la capacidad de conseguir cada vez mayores niveles de madurez para alcanzar la excelencia en condiciones de trabajo difíciles. Incluye la responsabilidad, la curiosidad y el aprendizaje, la madurez y el pensamiento ágil.

Por otro lado, tenemos que hablar de las habilidades empresariales las cuales corresponden a las características que destacan los empresarios de éxito.

Por supuesto, la viabilidad de un proyecto empresarial radica en el equilibrio entre los cinco elementos base: la idea, la planificación, los recursos, la gestión y, en el centro, el empresario. No obstante, demasiadas veces se menosprecian las verdaderas virtudes individuales, imprescindibles para convertir un proyecto viable y atractivo en una empresa. Por eso, el potencial empresario debe:

- Evaluar sus fuerzas y debilidades, es decir, en qué medida uno tiene desarrolladas diferentes cualidades personales: espíritu empresarial, de iniciativa, afán de superación, aceptación del riesgo, capacidad de trabajo, de decisión, constancia, tenacidad...
- Probar su voluntad de emprender: uno debe saber identificar sus propias motivaciones porque habitualmente, la creación de una empresa radica en deseos tales como buscar la satisfacción al desarrollar tu propio proyecto, construirse un patrimonio, buscar el reconocimiento...
- Determinar sus habilidades empresariales: se trata de analizar, mejorar, complementar y saber vender sus propias capacidades comerciales, técnicas, humanas y financieras.
- Buscar los apoyos posibles, familiares, profesionales, financieros...

- Determinar sus medios financieros: no se debe prescindir de un adecuado plan de necesidades financieras, tanto personal como de la empresa, medios como el patrimonio personal, ahorros disponibles, bienes, endeudamiento, capacidad de inversión...
- Disminuir sus riesgos de fracaso: comerciales, financieros, de gestión
- Decidir la creación de su empresa. Por último, comprobar el compromiso que se tiene con el proyecto y evaluar si las condiciones y el momento son los adecuados para decidir la creación de la empresa.

4. BENEFICIO EMPRESARIAL

La función empresarial y la función del capitalista se distinguen perfectamente, el capitalista es el dueño del equipo capital, y tal vez de las materias primas empleadas, o, lo que ocurrirá más corrientemente, de los medios financieros con los que se han podido adquirir esos elementos. Su incorporación a la empresa puede ser pactando una retribución fija, que se denomina estrictamente en economía, interés del capital. Lo que ocurre a veces es que el empresario emplea capital propio y entonces las dos figuras se confunden en una sola persona.

En este sentido, el empresario, como agente que interviene en el proceso productivo, tiene que asumir una doble función:

1. En primer lugar, se da un riesgo técnico y otro económico. El riesgo técnico reside en que, como puede suponerse fácilmente, no está asegurado el buen éxito de la producción. Y el riesgo económico se basa en la inseguridad de que las realidades futuras respondan a las expectativas de la entidad productiva.

2. Por otra parte, entre la actividad empresarial y el momento en que se puede disponer de los ingresos derivados de la venta del producto, transcurre siempre un lapso mayor o menos de tiempo.

Por tanto, vemos que la función empresarial es compleja y abarca dos aspectos: la labor planificadora y coordinadora y la de asunción del riesgo. Sintetizamos así la postura de Schumpeter, para quien lo esencial del empresario es su tarea innovadora y la de Knight, que se fija en los riesgos que toma el empresario.

Hemos visto que la función empresarial y la función de ser propietario del capital son distintas, aun cuando recaigan a veces sobre la misma persona, por lo que el beneficio debe ser diferenciado del interés.

Existen tres clases de beneficio empresarial:

- El beneficio de la pequeña empresa que es, casi siempre, explotado directamente por el propietario.
- El beneficio de la gran empresa, que por ser una sociedad de capitales en lugar de una sociedad de personas, se ha convertido en una institución. En ella, la labor directiva es realizada por personas que no son propiamente empresarios en el sentido clásico.
- El dividendo del accionista, que engloba interés y beneficio.

Podemos concluir que el empresario es la persona, individual o colectiva, que adopta en condiciones de auténtica incertidumbre, decisiones cuyos resultados dan lugar a beneficios. Estos pueden producirse como resultados de decisiones referentes a la situación del mercado, de decisiones que provocan un incremento del grado de monopolio, de decisiones respecto del mantenimiento de disponibilidades líquidas que originan ganancias ocasionales o de decisiones sobre la introducción de nuevas técnicas o innovaciones que, de tener éxito, acarrearán beneficios al innovador.

Y, por tanto, el beneficio empresarial es la diferencia entre el precio de los bienes o servicios que el empresario proporciona y el costo de los mismos,

es decir, lo que queda una vez cubiertos los costes totales, entre los cuales hay que incluir, los costos de los factores de producción, los costos comerciales, los gastos generales, las cargas fiscales, etc. Si una vez cubiertos todos estos costos, queda aún residuo, un margen de ganancia, ése será la renta del empresario, renta residual. Es decir, es un aliciente que impulsa al empresario a invertir y a afrontar el riesgo siempre presente en la actividad empresarial. Pero en lo que formalmente consiste es en el excedente derivado de una anticipación que se concreta en una mejor asignación de los recursos existentes, es la recompensa a la innovación.

Las teorías del beneficio pueden clasificarse en dos grupos:

- **TEORÍAS SUBJETIVAS DEL BENEFICIO:** lo explican basándose en la actuación del empresario.
 - La teoría de Schumpeter, que puede denominarse Teoría de la innovación, explica el beneficio como elemento de una economía dinámica y progresiva. “El beneficio – dice- es por esencia, el resultado de la ejecución de nuevas combinaciones. Sin evolución no hay beneficio, sin beneficio no hay evolución”.
 - Con un enfoque distinto, Knight afirma que los beneficios están ligados a la incertidumbre. Toda actividad productora es una combinación actual de factores que van a dar lugar a un producto futuro origen de incertidumbre y riesgo. El empresario no está seguro de si obtendrá un beneficio o sufrirá una pérdida. Según esta teoría, el beneficio aparece como “el resultado del riesgo, pero solamente de una especie única de riesgo, no susceptible de medición.
- **TEORÍAS OBJETIVAS DEL BENEFICIO:** lo explican como consecuencia de elementos exteriores a él y que, de alguna manera, condicionan su comportamiento y, en general, toda la vida económica.

- La explicación institucional es la propuesta por Marx para quien el beneficio es una consecuencia de las instituciones de la económica capitalista. La fuente de donde procede el beneficio es la explotación de la población trabajadora, y lo que posibilita radicalmente tal explotación es, sobre todo, la institución de la propiedad privada de los bienes de producción, en la que se basa la economía capitalista.

- La explicación estructural del beneficio se basa en la forma del mercado. La experiencia nos dice que la estructuración del mercado no se rige en una competencia perfecta. Los monopolios, los oligopolios, la competencia imperfecta, permiten al empresario realizar una política de precios sin perder todos sus compradores. Al ser el precio mayor que el ingreso marginal, hay posibilidad de obtener unas utilidades que desaparecen en competencia perfecta. Además, los empresarios tienen constantemente a ir modificando más en su favor esta estructura de mercados, que es la fuente de sus beneficios.

- La explicación coyuntural del beneficio consiste en explicar éste como consecuencia de las fluctuaciones coyunturales de la economía.

Todas las teorías, subjetivas u objetivas, presentan su parte de verdad y apuntan a razones que pueden servir de explicaciones parciales, pero ninguna puede pretender monopolizar la interpretación de una realidad que presenta múltiples matices dentro de la complicada vida económica moderna.

Resumiendo diremos que la razón de ser del beneficio en una economía de mercado, es servir de estímulo a la eficacia y desarrollo de la economía. Siendo el beneficio un fenómeno tan complejo, y estando determinado en función de factores tan diversos, es muy difícil la magnitud que puede alcanzar.

La cuantía de los beneficios depende de:

- La habilidad de cada empresario.
- Las formas estructurales que determinan la forma del mercado.
- La intensidad de las fluctuaciones de la coyuntura.
- La eficacia con la que el cuerpo empresarial puede obtener del estado circunstancias favorables.

5. MUJER EMPRESARIA

Podemos decir que se ha incrementado significativamente la preocupación por la (no) presencia de las mujeres en el mundo laboral en comparación con los hombres. La participación de ambos en el ámbito económico y político es desigual y la apropiación de los beneficios derivados del desarrollo socioeconómico no es equitativa. Distintos elementos discriminatorios impiden a las mujeres desarrollar su actividad profesional en las mismas condiciones que los hombres.

Aún así, las mujeres cada vez tienen mayor participación en la creación de empresas y, en general, en el desarrollo empresarial. Concretamente, en España así lo indica la tasa de empleo femenino (porcentaje de mujeres en edad de trabajar que están ocupadas, ya sea por cuenta ajena o por cuenta propia), que ha aumentado considerablemente en los últimos años.

Mientras que en 1980 sólo el 25% de las mujeres tenía un trabajo remunerado, en el año 2017 el porcentaje es del 43'11% según datos del Instituto Nacional de Estadística.

5.1. Techo de cristal

El techo de cristal es una metáfora que alude a las barreras invisibles que encuentran las mujeres a la hora de abrirse paso en su carrera profesional e ir progresando hacia puestos de mayor responsabilidad.

Se relaciona con el número de personas que hay en cada empresa en función del género, el diferente salario que perciben según el sexo, las diferencias para ir escalando a nivel profesional dependiendo de si eres hombre o una mujer y, por último, si esos problemas aumentan o disminuyen en función del nivel en el que nos encontremos.

La discriminación que sufren miles de mujeres en todo el mundo, lejos de ser un hecho histórico que poco a poco ha ido cambiando por su incorporación al sistema educativo y al mercado laboral, sigue muy presente. De acuerdo con las conclusiones de un informe actual realizado por Comisiones Obreras, las mujeres deberían trabajar 109 días más al año para cobrar lo mismo que un hombre.

No se trata sólo de la brecha salarial, también de la otra, la que les impide progresar en el trabajo, la falta de visibilidad femenina que provoca serios prejuicios sobre las capacidades de las mujeres para acceder a puestos de responsabilidad o recibir galardones por su trabajo.

Como ejemplo, basta recordar la última edición de los Premios Nobel donde, por segundo año consecutivo, no hay ninguna mujer entre los galardonados (sólo representan el 5% de los Premios Nobel desde su instauración en 1902).

Lamentablemente, las organizaciones no sólo se alejan de un sistema meritocrático en el que los más competentes asciendan sino que permiten y promueven desigualdades en el acceso de hombres y mujeres con igual nivel formativo a las posiciones de mayor poder y responsabilidad.

5.2. Factores del entorno del emprendimiento femenino

Podemos mencionar los resultados más significativos obtenidos en relación a los factores que más a menudo han sido objeto de investigaciones en cuanto a la creación de empresas por parte de las mujeres.

5.1.1. Características de las mujeres empresarias

- Se han encontrado amplias similitudes entre las características de las mujeres y los hombres que inician una actividad empresarial y sus motivos para hacerlo.
- Pocas diferencias psicológicas entre mujeres y hombres.

- La mayoría de los estudios concluyen que las motivaciones para comenzar la actividad empresarial son similares entre mujeres y hombres
- Los procesos utilizados por las mujeres tienden a ser más lentos y el periodo de incubación de la idea empresarial es más largo.
- Las estructuras de negocios utilizadas por las mujeres son generalmente similares a las de los hombres.

5.1.2. Posibles líneas de acción:

- Realizar actuaciones que visibilicen la presencia en el pasado y en el presente de las mujeres en el ámbito empresarial.
- Trabajar en la reducción del temor al fracaso empresarial entre las mujeres, por lo que sería recomendable la promoción en todos los estamentos educativos, de la figura del emprendedor, incrementando la proyección y el prestigio de esta figura y buscando modelos de empresaria femenina que sirva como referente a este colectivo, aspectos que se echan en falta desde los círculos de empresarias en la actualidad.
- Cualquier programa de apoyo a la actividad emprendedora femenina debería también de diferenciar las diferentes etapas de su vida laboral y personal: edad juvenil-reproductiva-post reproductiva.
- Realizar investigaciones que permitan conocer las barreras, dificultades que enfrentan los colectivos de mujeres inmigrantes o discapacitadas a la hora de acceder a los programas de emprendimiento y de poner en marcha una idea empresarial, con el fin de atender a sus necesidades específicas.

- Llevar a cabo programas en el ámbito educativo (post-secundaria y universidad) con el fin de incrementar la cultura emprendedora de las y los jóvenes.
- Llevar a cabo evaluaciones con perspectiva de género que permitan conocer el efecto a corto y medio plazo de los programas de fomento de la actividad emprendedora.

6. CONCLUSIONES

Los conceptos de empresario y de emprendimiento son inseparables del nacimiento y desarrollo de la economía de mercado. A través de la figura del empresario se explican los niveles de riqueza de una sociedad y su dinámica de progreso. Es, sin duda, un agente económico clave: no hay economía de mercado sin empresarios.

Pero la idea de empresario ha ido cambiando al tiempo que lo hacía el sistema. Así, los clásicos identificaron al empresario con el capitalista, en un tiempo en que el emprendedor era también, casi siempre, quien aportaba el capital al negocio. Después, el sistema capitalista evolucionó hacia la gran empresa, la sociedad por acciones en la que aparecen desligadas la gerencia y la propiedad y, con ello, al empresario individual y de tipo familiar se le sumó el empresario corporativo o profesional, con escasa o nula participación en el capital. A ambos, en todo caso, les distingue la gestión del riesgo que asumen dentro de la empresa.

De esta forma, podemos concluir con el empresario como persona que organiza y maneja el riesgo de una actividad: administra los recursos de la empresa, busca oportunidades de negocio y lidera el proceso de cambio teniendo en cuenta su faceta innovadora como su cualidad más distintiva y crucial.

En España no ha cundido históricamente el papel del empresario competitivo y emprendedor. Ha habido poco mercado (comparándolo con otros países de mayor progreso) y, de ahí, poco verdadero empresario. Como ya hemos

dicho, sin mercado no hay espíritu empresarial, y sin este no hay mercado ni progreso.

Durante mucho tiempo, la economía española tuvo escasez de proyectos, falta de pautas para alentar vocaciones empresariales y rechazo generalizado en la opinión pública de la figura del empresario.

Por fortuna, la imagen del empresario ha mejorado sensiblemente y la sociedad empieza a reconocer la importancia de su figura en la creación de empleo y bienestar. Mucho ha tenido en ello que ver la crisis y el convencimiento de que para salir de ésta, los emprendedores y los empresarios están jugando un papel esencial. El empresario genuino, el auténtico, compromete su vida con su proyecto empresarial y actúa de forma responsable preocupándose también por sus empleados y por los stakeholders, y trata de contribuir a la resolución de los problemas de su entorno, poniendo sus capacidades al servicio de la mejora de la calidad de vida de la sociedad en la que opera.

Por otra parte, hemos avanzado mucho, sin duda, en el reconocimiento de la imagen del empresario y su importancia en el crecimiento de la economía y del bienestar social; pero siempre quedarán cosas por hacer. Hemos de formar a nuestros jóvenes promoviendo su creatividad, animándoles a desarrollar el espíritu innovador, a asumir retos trabajando en equipo, a la prudente asunción de riesgos y a que entiendan que los fracasos no son más que parte del proceso de aprendizaje y que, por ello, equivocarse puede resultar enriquecedor y así lo debe apreciar el entorno social. Esta es una tarea en la que todos debemos implicarnos. Y, probablemente, los primeros deberíamos ser los propios empresarios, asumiendo un compromiso público en la defensa de la ética y de las buenas prácticas empresariales. El mal ejemplo de unos pocos, pero que han tenido una gran proyección mediática, no debe empañar la imagen de una inmensa mayoría que trabajan con honradez, discreción y que están comprometidos con su proyecto y con la sociedad. La educación, en cualquier caso, será la base de cualquier estrategia que busque poner en valor la imagen y aportación del empresario. El sistema educativo y el mundo de la empresa deben fortalecer sus vínculos. Pero también las instituciones públicas, los medios de

comunicación y las asociaciones empresariales deberían volcarse en difundir esa aportación. España, necesita más y mejores empresarios, para lo que es necesario prestigiar este noble y sacrificado oficio, del que se deriva la mayoría del empleo y la creación de riqueza, y que permite el sostenimiento de un estado de bienestar próspero y moderno.

Hay que subrayar, otro rasgo de gran trascendencia para el afianzamiento de la función empresarial en España: la tendencia sostenida y creciente a la entrada de la mujer en la actividad emprendedora, de tal modo que desde el año 2000 el porcentaje de mujeres empresarias se ha triplicado.

A pesar de ello, en el ámbito directivo, existe todavía una brecha considerable en el porcentaje de empresas creadas por varones y mujeres en el ámbito de la UE. Adicionalmente, los datos económicos ponen en evidencia la necesidad de prestar una mayor atención al fenómeno económico y social que supone la actividad empresarial femenina.

La incorporación del análisis del perfil emprendedor teniendo en cuenta el género como variable capaz de originar diferencias significativas, debe servir de base a las actuaciones en el ámbito de la política laboral.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Berbel, S. (2013). *Directivas y empresarias. Mujeres rompiendo el techo de cristal*. Aresta.
- Blaug, M. (1983). *Marx, Schumpeter y la teoría del empresario*. Revista de Occidente, 21. 117-130.
- Cabanas, C., Morales E., Molinero S. (2014). *Mujeres en la Alta Dirección en España*. Centro de Gobierno Corporativo.
- Callejón, M. (2001). *Economía industrial*. Edicions de la Universitat Obertá de Catalunya-Civias. Barcelona
- Catalyst (2008). *Promoción de la mujer en cargos de responsabilidad: conexión entre mujeres en puestos directivos (MPD) y mujeres en cargos intermedios (MCI)*. Disponible en:

http://www.catalyst.org/system/files/promocion_de_la_mujer_en_cargos_de_responsabilidad.pdf

- Cole, A.H. (1949): *Change and Entrepreneur. Entrepreneurship and Entrepreneurial History.*
- Dahrendorf, R. (1965). *Sociología de la industria y de la empresa.* México. Uteha
- Dahrendorf, R. (1962). *Las clases sociales y su conflicto en la sociedad industrial.* Madrid. EDICIONES RIALP, S.A.
- Davous, P (1978): *Lecturas de introducción a la Economía de la empresa.* Editorial Pirámide. Madrid.
- Díaz García, C. y Jiménez Moreno. J.J (2004): *Influencia del género en la actividad empresarial. Diferencias en los resultados y factores de éxito.* XVI Congreso ACEDE, Murcia
- EL PAÍS (2018): *Mujeres ante el techo de cristal.* Disponible en: https://politica.elpais.com/politica/2018/03/02/actualidad/1520003849_107383.html
- EUROPA PRESS (2017): *Las mujeres deberían trabajar 109 días más al año para cobrar lo mismo que un hombre.* Disponible en: <http://www.europapress.es/economia/laboral-00346/noticia-mujeres-deberian-trabajar-109-dias-mas-ano-cobrar-mismo-hombre-20170208121244.html>
- Fernández Pirla, J.M. (1978): *Lecturas de introducción a la Economía de la empresa.* Editorial Pirámide. Madrid.
- García Delgado, J.L., Jiménez J.C., Martín Rodríguez M. (2017): *Empresarios y bachilleres. La imagen del empresario en los libros de texto.* Círculo de empresarios.
- Galbraith, J.K. (1967): *El nuevo estado industrial.* Editorial Ariel. Barcelona.
- González Domínguez, F.J. (2004): *Incidencia del marco institucional en la capacidad emprendedora de los jóvenes empresarios de Andalucía.* Universidad de Sevilla.

- González Morales, M.O. (2001): *Actitudes y motivaciones hacia el trabajo y la creación de empresas según género*. Boletín Económico ICE, 2709, 21-29.
- González, M.J. (2003): *El empresario y la economía de mercado. Breve recorrido por los textos de Historia, Geografía y Economía utilizados en los Centros de Enseñanza Media*. Círculo de Empresarios
- Hart, Albert G. (1951): *Anticipations, uncertainty and dynamic planning*. New York: Kelley,
- HIPERTEXTUAL (2017): *¿Qué es el techo de cristal?* Disponible en: <https://hipertextual.com/2017/02/techo-de-cristal>
- Junquera, B. (2004). *¿Tienen menos éxito las empresas propiedad de mujeres? Una revisión de la literatura sobre la cuestión ICE*. Tribuna de Economía, Octubre-Noviembre 2014. Nº 818.
- Kirzner, I. (1975): *Competencia y función empresarial*. Unión Editorial. Madrid.
- Knight (1947): *Riesgo, incertidumbre y beneficio*. Editorial Aguilar. Madrid.
- Marcos de la Fuente, J. (1982): *El empresario y su función social*. Editorial Fundación Cánovas del Castillo. Madrid.
- Psicología y técnica empresarial. Editorial Plaza y Janés. Barcelona, 1978, Volumen I. Véase prólogo
- Rubio López, E.A., Cordón Pozo, E. y Agote Martín, A.L. (1999): *Actitudes hacia la creación de empresas: un modelo explicativo*. Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, vol. 8, n. 3, pp. 37-51.
- Sahuguillo, M.R. (2011). *¿Por mujer o por ser buena?* El País.
- Schumpeter, J. A. (1961): *Capitalismo, Socialismo y Democracia*. Editorial Aguilar. Madrid.
- Schumpeter, J.A. (1971): *Historia del análisis económico*. Editorial Ariel. Barcelona.
- Thomas C. Cochran: *Empresarial, actividad*. Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales. Editorial Aguilar. Madrid, 1974.
- Weber, M. (1979): *Economía y sociedad*. Editorial Fondo de Cultura Económica. México.