

EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR, LA GRAN FUERZA DE PROGRESO*

I- INTRODUCCIÓN

El espíritu emprendedor es y ha sido para muchas personas y familias un don que, ante quienes no lo han sentido, les podría parecer como “caído del cielo”. Sin embargo, el espíritu emprendedor es una actitud ante la vida y ante el trabajo, tanto innata y por lo tanto hereditaria, como aprendida, es decir, adquirida mediante la razón y el esfuerzo, que transforma a la persona en un ser “muy valioso” para los demás.

Vamos a acercarnos al “espíritu emprendedor” con esta premisa básica: el espíritu emprendedor es un don que puede transformar a la persona en un ser muy valioso para los demás.

De hecho, la existencia en una sociedad de una oferta amplia de individuos y/o instituciones con espíritu emprendedor es un atributo clave para explicar el desarrollo de las comunidades. En este sentido, los profesores Cuervo, Ribeiro y Roig (2007) apuntan en su reciente libro *Entrepreneurship*¹ la pertinencia de considerar al *factor emprendedor* como un

Manuel Villa Cellino, Presidente de la Fundación Antonio de Nebrija

* Este texto ha sido escrito con la colaboración de los profesores de la Cátedra Nebrija-BBVA en Formación de Emprendedores, José Luis Curbelo Ranero e Ignacio López Domínguez

¹ **Cuervo, A., Ribeiro, D. y Roig, S.** (eds), *Entrepreneurship*. New Cork, Spinger. 2007.

factor productivo más –junto a los ya clásicos de la tierra, el trabajo y el capital.

En cierta medida, el “espíritu emprendedor” (el “factor empresarial” en la terminología de los autores referidos) es el que, persiguiendo las oportunidades del mercado, permite a los individuos percibir oportunidades y combinar el conjunto de los factores productivos “clásicos” de formas novedosas para lanzar nuevos productos, satisfacer necesidades y/o mejorar la eficiencia de los procesos productivos existentes, incrementando con ello el producto y la riqueza de las colectividades².

En este sentido, debemos tener presente la constatación de que las “oportunidades empresariales” existen y son percibidas por los “empresarios” –o por los agentes con “espíritu emprendedor”– porque los diferentes actores e individuos percibimos de diferente modo el valor relativo de los recursos y/o sus posibilidades de combinación para producir un bien o un servicio³. El espíritu emprendedor es, en el capitalismo avanzado, como bien identificara Schumpeter (1942) en su ya clásica obra seminal *Capitalism, Socialism and Democracy*, motor de la innovación, de la competitividad y del crecimiento.

Si bien genéricamente se puede afirmar que el espíritu emprendedor existe desde la antigüedad –ha sido el motor de muchas guerras, proyectos y aventuras porque éstas eran una forma de transformar la realidad, de buscar nuevos horizontes y, en definitiva, de competir con otros grupos, culturas o Estados⁴–, la existencia de mercados libres con reglas de competencia razonables es ciertamente un sustrato institucional necesario para maximizar los beneficios sociales del espíritu emprendedor.

Competir significa que los competidores intentan imponerse o vencer unos sobre otros. La gran ventaja del sistema capitalista de libre empresa,

² Lee, S. y Peterson, S., Culture, entrepreneurial orientation and global competitiveness. *Journal of World Business*. 2000.

³ En cierta medida podríamos decir que son las propias “imperfecciones de los mercados” las que dan pie a la existencia de empresarios.

⁴ Schumpeter, J.A., *Capitalism, Socialism and Democracy*. Nueva York, Harper. 1942.

en las democracias liberales, es que si las reglas de la competencia son adecuadas y claras, el competidor que gana es el que mejores bienes o servicios presta a los demás. Así, espíritu emprendedor, empresa, competencia y mercado se unen en el círculo virtuoso de la economía de las sociedades desarrolladas.

Muchos jóvenes y muchas personas tienen “espíritu emprendedor” porque desean cambiar la realidad, que ven o encuentran a su alrededor, mediante acciones individuales o colectivas que exigen acumular recursos y aunar voluntades. En esto consiste aplicar en la práctica el espíritu emprendedor a la creación de una empresa, en aunar voluntades, lideradas por el empresario, para que manejen eficientemente los recursos económicos de forma que se proporcionen bienes y servicios a toda la colectividad a precios razonables.

Siempre han existido empresas bajo una u otra denominación, pero hoy día, en el siglo XXI, las empresas privadas son las organizaciones más numerosas y las que más bienes y servicios proporcionan a nuestras sociedades desarrolladas. Además, los cambios consolidados en la mentalidad social de los países desarrollados han hecho que la esencia de la cultura empresarial se centre en la capacidad de la empresa para actuar como una organización humana con responsabilidad social hacia todas las necesidades o problemas de su entorno.

El espíritu emprendedor se genera con el deseo y la capacidad de cambiar una situación propia o ajena, para mejorarla o transformarla en otra más beneficiosa para el individuo y para su entorno social. El espíritu emprendedor necesita cierta ambición de la persona en el que anida, para que sea capaz de mantener el esfuerzo de creación o de cambio que se propone y disfrutar también con el avance de los proyectos emprendidos.

Se concreta en hacer algo valioso para los demás y para uno mismo. Aunque en nuestro sistema de libre empresa, como ya hemos dicho, son estas organizaciones, las empresas, las que proporcionan más bienes y servicios a la sociedad y a los individuos que la componen, el espíritu em-

preendedor también se manifiesta en otros muchos ámbitos: el deporte, la acción social –ONG’s–, la política, las artes, etc. Es conocido el ejemplo de algunos líderes estudiantiles que se convierten en activos empresarios una vez terminados los estudios universitarios.

En resumen, emprender es hacer y conseguir que otros hagan y trabajen en una misma dirección, actuando todos con un uso eficiente de recursos económicos que se acumulan y distribuyen al mismo tiempo. Esta afirmación sobre el destino de los recursos económicos es esencial para modificar el aprecio, o mejor el desprecio, que cierta mentalidad social precapitalista, y claramente obsoleta, siente hacia la figura del empresario.

El empresario distribuye muchos más recursos económicos además de los beneficios que genera para sí mismo o para su empresa: hacia los proveedores, hacia los asalariados y hacia las Administraciones Públicas. Refuerzo esta idea: los recursos económicos que maneja con riesgo propio el empresario se acumulan y distribuyen hacia toda la sociedad al mismo tiempo que funciona y crece cada empresa.

En este contexto se puede afirmar que la función básica del empresario, en este principio del siglo XXI, es “manejar” bien los recursos económicos propios en beneficio de toda la sociedad.

Esta idealización de la figura del empresario es la más conveniente para animar a los jóvenes a descubrir el potencial que tendría su vida si se convirtieran en empresarios. Adicionalmente, se les debería enseñar a canalizar los impulsos de sus grandes ideales hacia el desarrollo de su propio espíritu emprendedor en beneficio de toda la sociedad.

La perspectiva histórica del significado del término emprender nos la da claramente J.I. Goirigolzarri en el prólogo del libro *El arte de emprender*⁵ de José Luis Curbelo e Ignacio López Domínguez (2007). Asimismo,

⁵ **Curbelo, José Luis y López Domínguez, Ignacio**, *El arte de emprender*. Manual para la formación de emprendedores, Servicio de Publicaciones Universidad Antonio de Nebrija, 2007, pág. 17.

resalta la enorme importancia de los emprendedores para la sociedad actual:

“La palabra emprendedor proviene del francés ‘entrepreneur’. Su origen se remonta a 1755, año en el que Richard Cantillon acuñó el término para designar a quienes eran capaces de asumir el riesgo y la responsabilidad de poner en marcha y llevar a conclusión un proyecto. Pero sería Joseph Schumpeter, el primero que describió como actúa realmente un empresario, a través de su teoría del empresario como factor del desarrollo económico. Schumpeter introdujo un concepto verdaderamente nuevo y plenamente actual: el empresario es quien aporta los componentes de innovación y cambio tecnológico que explican el desarrollo y hacen avanzar a las sociedades.

Hoy, probablemente, estamos viviendo la era de cambio más acelerado que haya conocido la historia de la Humanidad. El mundo está cambiando a velocidades de vértigo, y lo hace impulsado por dos motores como son la globalización y el avance tecnológico. En un mundo tan cambiante como el actual, la figura del empresario cobra una especial relevancia.

La función del empresario no sólo es la de poner en marcha nuevas combinaciones de factores productivos, sino mantener y transmitir a toda la organización el talante innovador. Si emprender no es una tarea sencilla, mantener la cultura innovadora en la empresa a lo largo del tiempo, es una tarea no menos complicada. El empresario tiene que ser capaz de reinventar continuamente su empresa”.

Abundando en lo anterior, y desde una perspectiva colectiva, como diversos estudios han mostrado, existe una correlación positiva y sólida entre el fomento del espíritu emprendedor y los resultados económicos sociales en términos de crecimiento, empleo, cambio tecnológico, exportaciones o incremento de la productividad. La inversión en desarrollo del espíritu emprendedor es en cierta medida un bien público que, partiendo del desarrollo personal del individuo, favorece la cohesión social. Esto es particularmente relevante en nuestro país, donde para un número nada desdeñable de jóvenes los valores generalmente asociados al emprendimiento son muy secundarios en la consecución de un empleo estable, quizás en el ámbito de las Administraciones Públicas, o en una gran organización.

II- EMPRENDEDORES Y EMPRESARIOS

Conceptualmente el concepto de “empresario” es un concepto polisémico que incorpora acepciones diversas intercambiables en el uso común. Sin embargo, encierra características y comportamientos diferentes que, además, pueden ser compatibilizados en un mismo individuo. Es por ello relevante distinguir entre emprendedores y empresarios, diferenciar los roles que los referidos genéricamente como empresarios juegan en su función empresarial (emprendedor, capitalista o ejecutivo/gerente), así como entre las diferentes características y comportamientos típicos de cada uno de los roles.

La distinción, sobre la que hay amplia literatura y que no vamos a desarrollar en este trabajo, ciertamente no es banal. Referiremos, eso sí, la muy esclarecedora diferenciación conceptual aportada en la anteriormente referida publicación de los Profesores Cuervo, Ribeiro y Roig (2007):

CUADRO 1

Roles del empresario: características y comportamientos

	Emprendedor	Capitalista	Ejecutivo
Características	Identifica y explota las oportunidades	Propietario del capital: accionista	Administra y gestiona recursos
	Creador que inicia y motiva los procesos de cambio	Accionista de control o accionista pasivo	Administrador
Comportamiento	Acepta los riesgos	Averso al riesgo	Averso al riesgo
	Utiliza la intuición, está alerta y explora nuevas oportunidades de negocio	Valora alternativas	Decide sobre la base de la “racionalidad”. Explota el negocio
	Liderazgo, inicia nuevas formas de hacer		Crea y mantiene ventajas comparativas
	Identifica oportunidades de negocio	Elige activos en los que invertir	Crea confianza y fomenta la cooperación
	Crea nuevas empresas		Supervisa y administra los procesos

De una extrapolación de esta taxonomía podríamos distinguir entre *empresarios emprendedores* –es decir, aquellos empresarios constituidos y asentados en el mercado que ejercen importante liderazgo en su organización y manifiestan un particular compromiso con la innovación y la identificación de oportunidades– y los *emprendedores que aspiran a constituirse como empresarios*⁶. Es decir, aquellas personas, particularmente jóvenes –aunque sería bueno conceptualmente abrir el abanico de situaciones para incorporar aquí a los profesionales que deciden afrontar los retos de convertirse en empresarios tras años como ejecutivo o gerente, o a los emigrantes que tras años de duro trabajo identifican oportunidades de emprendimiento canalizando ahorros duramente acumulados, etc.–, que buscan materializar sus proyectos de negocio.

Ciñéndonos a este último grupo, los emprendedores que se convierten en empresarios necesitan unas habilidades o cualidades adicionales a las del espíritu emprendedor genérico, que según una administración de una empresa asturiana se concretaban en unas capacidades de relación con su medio: “Capacidad para asumir riesgos, habilidad para relacionarse, aptitud para analizar el entorno e iniciativa para tomar decisiones”⁷. Y en otras capacidades de fuerza interior: “Autoestima y conciencia de su capacidad, dotes de observación interior, responsabilidad e imaginación y perseverancia”.

La profesora Zulima Fernández⁸ nos recordaba unas características esenciales para entender mejor la transformación de los emprendedores en empresarios, porque según varios estudios los emprendedores son distintos de otras personas porque tienen “mayor afán o necesidad de logro, personal y social, y mayor tolerancia con la ambigüedad para vivir en situaciones de incertidumbre”.

⁶ Ver “¿Los emprendedores son empresarios?”. En www.emagister.com

⁷ Estas cualidades se reflejaban en el anuncio de *La Nueva España*, que decía: “Se buscan emprendedores, para Administración del Centro de Empresas La Curtidora de Avilés (Asturias)”. Enero de 2006.

⁸ **Fernández, Zulima**. “El espíritu emprendedor”. Universidad Carlos III de Madrid.

Sin embargo, son similares a los altos directivos en “capacidad o deseo de control, de las personas y de la organización, y actitud frente al riesgo, aunque tienen distinta percepción del mismo y deciden de manera distinta: tienden a tener un exceso de confianza y generalizan a partir de muy pocas experiencias”⁹.

Además de estas cualidades, emprender requiere, en todo caso, una actitud resuelta y activa ante la vida. La persona emprendedora siempre espera resultados positivos de la vida y de su propia actividad.

Ahora bien, ¿ser empresario es un arte como la pintura o la cinematografía, o es un oficio concreto como la carpintería o la jardinería, o es el resultado de una actitud personal ante la vida que se puede adquirir? Y, una vez adquirida la capacidad de ser empresario, ¿se puede compartir con otras personas?, ¿la puede adquirir cualquier persona joven o adulta?

Mi respuesta inicial es afirmar que en nuestra sociedad libre la mayoría de los jóvenes podrían aspirar a convertirse en empresarios, pero antes de definirnos más, compartamos qué es la orientación activa ante la vida, en palabras de José Antonio Marina (2004):

“La orientación activa designa una actitud resuelta ante los problemas, un afán exploratorio, un modo de vivir productivo. Implica una cierta seguridad en sí mismo, ánimo y resolución. Las personas pasivas, por el contrario, tienden a inhibirse, a esconderse, a huir, a bloquearse. Soportan muy mal cualquier estrés. En esas circunstancias no se les ocurre nada, y se sienten vulnerables hasta el desconsuelo”¹⁰.

Parecería, con esta afirmación, que todas las personas debemos tener una actitud activa ante la vida y, por lo tanto, seríamos capaces de desarrollar en nosotros mismos un espíritu emprendedor, con el que racionalmente decidiríamos si nos interesa o no convertirnos en empresarios.

⁹ *Ibíd.*

¹⁰ **Marina, José Antonio.** *Aprender a vivir*, Editorial Ariel, 2004, pág. 57.

Desde una perspectiva emocional¹¹ el empresario ha de gozar de:

– **Autoestima.** Ello implica, por una parte, disponer de una actitud positiva –el llamado pensamiento positivo– frente a los acontecimientos de la vida, de modo que el empresario y el aspirante a empresario esté persuadido de que no existen circunstancias lo suficientemente poderosas para impedirnos cumplir nuestras metas. Esto no es equivalente a la inconsciencia, sino al convencimiento de que los eventuales obstáculos son soslayables bien con la fuerza interior o con el apoyo externo. Como decía Henry Ford: “Si usted cree que puede, entonces puede; si usted cree que no puede, entonces no puede. De cualquier manera usted está en lo correcto”.

– **Persistencia.** En tanto que todo pensamiento positivo y toda confianza son inútiles si no son aplicados al logro de un objetivo. Hay que pasar a la acción y las excusas no son válidas. Y además, hay que ser tenaz e inteligente para, ante las adversidades, volver a intentarlo una y otra vez, aprendiendo de los errores y sin darse por vencido¹².

Esta decisión racional se debe favorecer con una mentalidad social que considere a los empresarios como auténticos modelos sociales. La formación de estos modelos sociales positivos (de admiración hacia el empresario individual) debería ser el objetivo fundamental de la comunicación institucional de todos los organismos públicos o privados que se dedican a favorecer la creación de empresas.

El término emprendedor o empresario se utiliza muchas veces con significados peyorativos, porque tiene varios significados y no designa únicamente a los buenos empresarios, que han sacado adelante un negocio o empresa individual con gran esfuerzo, sentido de la responsabi-

¹¹ **Barbosa, Y.** “Características del empresario exitoso” en www.paraemprender.com

¹² Una de las paradojas, muy probablemente ligada a estos comportamientos de carácter emocional, es el hecho de que no necesariamente los individuos mejor formados, léase doctores en materias diversas, profesores de universidad e investigadores, o intelectuales, son mejores empresarios. En este sentido, no es difícil entender el cierto ensimismamiento formal de los grupos anteriores a la hora de transformar su conocimiento en acción, ocupando su tiempo en análisis interminables y detallados que, por contra, impiden la acción. Es lo que en inglés se expresa como *paralysis by analysis*.

lidad y prácticas leales con empleados, competidores, administraciones, proveedores y demás participantes en el mundo de la empresa.

Un camino necesario para favorecer la creación de modelos sociales positivos (el empresario como protagonista) sería empezar a distinguir entre la figura del empresario y la de otras muchas personas que participan en la vida de la empresa. Por lo tanto, antes de profundizar en el análisis del espíritu emprendedor y las empresas, debemos distinguir con precisión a qué nos referimos cuando utilizamos conceptos relacionados que no significan lo mismo para todos.

Para centrar qué entendemos por espíritu emprendedor del joven empresario, que es el que más nos interesa, vamos a dividir en cuatro grupos a todos los colectivos que dirigen y trabajan en las empresas. Es necesario tener presente, aunque no nos detengamos en ellas, cuáles son las características diferenciadoras del gran colectivo de personas activas, con recursos o influencia en el mundo de la empresa, que en nuestra sociedad son importantes para el funcionamiento del sistema económico. Reciben las siguientes denominaciones, que no vamos a definir:

- El primer grupo lo forman empleados, jóvenes emprendedores empleados, empleados autónomos que trabajan por cuenta propia, directivos y grandes directivos.
- El segundo lo componen empresarios especuladores, empresarios rentistas, inversores financieros o inversores no productivos.
- El tercero lo constituyen empresarios financieros y grandes empresarios.
- Y el cuarto, en el que centraremos el análisis, lo forman nuevos empresarios con espíritu emprendedor, jóvenes empresarios con espíritu emprendedor.

Por tanto, nos centramos ahora en las actuaciones y los sentimientos positivos que se tienen cuando se pertenece a este último grupo, porque uno de los objetos de este trabajo es animar a los jóvenes y a los menos jóvenes, que sientan su “espíritu emprendedor”, a convertirse en nuevos empresarios o en jóvenes empresarios.

III - LA FELICIDAD DEL EMPRESARIO

Dedicaré algunas afirmaciones rotundas (y discutibles) sobre los sentimientos positivos hacia la figura del empresario y sobre la felicidad de ser empresario, para señalar la importancia de presentar a la sociedad el papel del empresario como un modelo imitable por toda la juventud emprendedora, si fuera posible.

Las cuatro afirmaciones desarrollan que los empresarios son necesarios, creativos, felices y generosos. Son éstas:

A) *“Los empresarios son necesarios”*. Los empresarios son las personas más necesarias en la sociedad actual para mantener e incrementar nuestro bienestar. Son las personas que más contribuyen a que vivamos bien, porque más del 50% de la actividad económica está organizada y dirigida por empresas privadas, en las que, nos suelen decir, se genera el 100% de la riqueza. Por ejemplo:

“El 89% del total del empleo generado en España se crea en empresas pequeñas y medianas, según datos de la OCDE. En otros países las cifras se mueven entre el 94% de Australia y el 51% de Grecia. En cualquier caso, más de la mitad del empleo generado se produce entre este tipo de empresas.

Estos datos alientan a los gobiernos a potenciar el espíritu emprendedor y establecer ayudas para aquellos que quieren ser empresarios.

Pero el espíritu emprendedor no es exclusivo de las pymes, las grandes empresas también desean tener emprendedores entre sus directivos. Necesitan personas proactivas que desarrollen nuevos negocios, que vean oportunidades y que sean capaces de guiar actividades para hacer que sus empresas sigan siendo grandes”¹³.

B) *“Los empresarios son creativos”*. Los empresarios son fundamentalmente personas creativas, tanto o más que escritores o artistas, aunque aplican su creatividad de una forma tan diferente que les acabamos “pagando”, a los empresarios, para que acumulen recursos, mucho más que a la ma-

¹³ Dirube, José Luis. *¡Quiero ser empresario!*, Ediciones Díaz de Santos, 2006, contraportada.

yoría de escritores y artistas. Veamos por qué deben de ser creativos y cómo disfrutan de su creatividad.

La esencia de la creatividad, que han descrito muchos autores, está en el “espíritu emprendedor”. Emprender no es más que iniciar y generar proyectos ilusionantes, con los que se puede disfrutar durante toda la vida.

Como dice Marina (2004)¹⁴, estos son algunos de los elementos que constituyen la esencia de la creatividad (y que se pueden aprender o adquirir por muchos jóvenes de nuestros días, sin más requisitos que una buena formación):

1. Una perseverancia activa. Para crear hace falta tenacidad.
2. Una memoria creadora. No se puede crear sin tener muchos conocimientos. Lo que ocurre es que se trata de un tipo de memoria peculiar, a la que he llamado, precisamente, memoria creadora. Hay memorias activas y memorias inertes. Las memorias activas almacenan los datos dentro de redes activas, de operaciones, que le van a permitir utilizarlas en contextos diferentes y en relaciones distintas.
3. Operaciones mentales flexibles y rápidas. Relacionar, combinar, extrapolar, introducir variables, anticipar consecuencias, inventar modelos, hacer preguntas.
4. La huida sistemática de la rutina. La rutina es cómoda, por eso la seguimos. Muchas veces somos incapaces de solucionar un problema porque hemos puesto en él más restricciones de las que realmente tiene, o porque somos incapaces de cambiar de perspectiva.
5. Seleccionar. Producir ocurrencias no es muy complicado. Lo difícil es seleccionar la buena. Pero una vez que estas ocurrencias han aparecido, hay que seleccionarlas. Y en esta delicada operación es donde el creador se la juega. Les podría poner docenas de ejemplos sacados del arte para justificar esta afirmación. T.S. Eliot escribió: “Probablemente, la mayor parte del trabajo de un autor al componer su obra es la labor crítica, el trabajo de construir, omitir, corregir y probar”.

¹⁴ Marina. *Op. Cit.* Págs. 136 y 137.

Todas estas cualidades de los creadores las comparten los emprendedores que se convierten en buenos empresarios.

C) *“Los empresarios son felices”*. Los empresarios son mayoritariamente felices y, durante su vida como empresarios, se suelen encontrar con unos índices de realización personal muy superior a la media. La justificación es que desarrollan las mismas cualidades o capacidades que algunos pensadores consideran necesarias para tener una vida satisfactoria. Volviendo a José Antonio Marina (2004), este autor desarrolla las siguientes cualidades¹⁵ que necesitan las personas para tener una vida feliz:

- Elegir las metas adecuadas.
- Resolver problemas.
- Soportar el esfuerzo y recuperarse de los fracasos.
- Valorar las cosas adecuadamente y disfrutar con las buenas.
- Tender lazos afectivos cordiales con los demás.
- Mantener la autonomía correcta respecto de la situación.

Sin quererlo, cuando las leemos, cuando reflexionamos sobre ellas, parece que el autor nos habla de las cualidades para ser empresario, por lo que fácilmente coincide “el espíritu emprendedor”, la capacidad para ser empresario, con la de tener una vida feliz.

Estas seis cualidades o capacidades necesitan una gran dosis de visión positiva, de “sentido común” y de capacidad de esfuerzo, por lo que pueden ser comunes a muchas personas, pero la diferencia añadida es que el empresario debe aplicar estas buenas cualidades no sólo a su propia vida personal, sino a la vida, previsiblemente duradera, de toda la organización compleja, al ser material y humana, que constituye su empresa.

D) *“Los empresarios son generosos”*. Los empresarios de nuestros días son fundamentalmente generosos con los intereses de la sociedad porque necesitan que la sociedad se desarrolle. La libre empresa necesita que todos tengamos mayores niveles de bienestar, que vivamos bien sin pobreza la-

¹⁵ *Ibíd.* Pág. 58.

cerantes, para que produzcamos y consumamos más y mejor, en una cadena virtuosa que ha traído a nuestras sociedades desarrolladas los mayores niveles de bienestar, de oportunidades personales y de satisfacción interior que nunca antes se habían conocido.

Las consideraciones sociales sobre la pobreza y el desarrollo en el mundo, o sobre la generosidad y el egoísmo simultáneos de los emprendedores, también pueden interesar a quienes no han compartido el interés de los empresarios por el correcto funcionamiento de los sistemas económicos y sociales, para favorecer la vida y la planificación de las empresas privadas que, como ya hemos dicho, dan a nuestras sociedades las mayores capacidades de bienestar y progreso.

En todo caso, el debate se avivará si transformamos esta cuarta afirmación en pregunta: ¿considera usted que los empresarios son más generosos con la sociedad que la mayoría de las personas?

Sería muy interesante acompañar el debate sobre la generosidad de los empresarios con otros dos temas de gran actualidad en este comienzo del siglo XXI: las nuevas relaciones laborales en un mundo globalizado y los problemas de sostenibilidad del desarrollo económico y social actual. Pero no tenemos tiempo para profundizar ahora en la gran cantidad de datos contradictorios que nos ofrece la observación de la realidad mundial, con un desarrollo agresivo hacia el medio ambiente natural y con una ingente población mundial que crece sin cesar, aun a costa de vivir en condiciones miserables, por debajo del mínimo umbral de consumo de recursos que nos parece tan normal en nuestras sociedades desarrolladas.

A pesar de contar con datos o hechos aparentemente contradictorios, podríamos convenir que hay una disposición innata de las personas a ser más generosas con los demás cuantos más recursos, o más capacidad personal, se tiene o tienen, por lo que los empresarios, con sus recursos o capacidades superiores a la media, contribuirían doblemente al bienestar de las sociedades.

Contribuirán más, por un lado, con su generosidad natural de personas con recursos; por otro, con la búsqueda del beneficio competitivo para su empresa, es decir, con su afán de riqueza o egoísmo capitalista, tan humano como la propia generosidad, que tan sabiamente expuso Adam Smith en *La riqueza de las naciones* en 1776.

Si en este principio del siglo XXI toda la juventud europea desea ser generosa con los demás y con el mundo, canalicemos su energía hacia la generosidad de los jóvenes empresarios.

IV- CONCLUSIÓN

Comienzo estas conclusiones con una cita que demuestra la importancia de “admirar” a los buenos empresarios, y de querer descubrir con afecto el espíritu emprendedor de cada uno de nosotros:

Ellis y Beck afirmaron que “las emociones provienen directamente de lo que pensamos”, son el resultado de hábitos de pensamiento, las ideas que tenemos sobre la naturaleza humana influyen en lo que la gente acaba convirtiéndose (Bandura). Somos afectividades conscientes y pensantes. Separar el campo del afecto del campo de los conocimientos falsea la realidad¹⁶.

Mi conclusión es que el afecto que pueda sentir la sociedad por el empresario y por el espíritu emprendedor es la gran fuerza de progreso, que se debe impulsar en nuestros días para conseguir un futuro mejor para nosotros mismos y para nuestras sociedades.

Si tuviéramos que ampliar esta breve conclusión haciendo énfasis en la importancia de mejorar la educación universitaria de los emprendedores en nuestro país, recurriría a citar a quienes relacionan el espíritu emprendedor con la educación.

¹⁶ Marina. Op. Cit. Pág. 107.

La primera cita es la que relaciona el espíritu emprendedor con el conocimiento y las que siguen lo relacionan con la motivación de las personas, desde la cuna, para actuar, para hacer bien las cosas de la vida.

El conocimiento es imprescindible para “emprender”, así lo justifica la nota de prensa de la Asociación de Jóvenes Empresarios¹⁷:

“Casi el 90% de los jóvenes emprendedores en España es universitario. Según se precisa en el Termómetro del Emprendedor, elaborado por la Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE), el número de estudiantes emprendedores ha crecido un 7,6% respecto a 2006.

De igual modo, se resalta que las mujeres emprendedoras vuelven a ser mayoría en el mundo empresarial. Siendo la financiación del proyecto el principal problema al que deben enfrentarse”.

Otra cita es la de nuestro querido compañero, recientemente fallecido, profesor Emilio Fontela, cuando como Decano de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Económicas y Empresariales de la Universidad Antonio de Nebrija (2007) dijo a los nuevos estudiantes universitarios:

“El empresario es el alquimista del nuevo milenio: optimiza la financiación, gestiona con eficacia, motiva a sus colaboradores, invierte en innovación y con ello aporta su granito de arena al bienestar social...la empresa es el instrumento humano que permite que el conocimiento se transforme en riqueza y bienestar, y sabemos que el estudio de la actividad empresarial es indispensable para mejorar las condiciones de vida del mundo.

La obligación de los mercados y la revolución de las tecnologías de la información están modificando las bases de la formación de los empresarios y los directivos”¹⁸.

¹⁷ ABC-Infoempleo.com. “Emprendedores”, 29 de julio de 2007, pág. 12.

¹⁸ Guía de la Universidad Antonio de Nebrija. Curso 2007-2008. Servicio de Publicaciones. Madrid, 2007, pág. 71.

Volviendo al libro de Marina (2004) encontramos esta excelente reflexión para educar a nuestros hijos y aplicárnosla desde que somos niños:

“Hemos de educar al niño para una vida feliz y noble, porque aspira a ambas cosas. Y usted también. Si se analiza, sin temer ser tachado de ingenuo, reconocerá que necesita el bienestar y la grandeza. Disfrutar, sin duda, pero también saber que gracias a usted algo valioso que no existía, existe. Así estamos hechos”¹⁹.

¿Hay algo más valioso y sencillo al alcance de todos nosotros que intentar crear nuestra propia empresa?

En resumen, y para concluir definitivamente, tener “espíritu emprendedor” en el año 2008 significa sentirnos responsables de todo lo que sucede a nuestro alrededor para ser capaces de transformarlo y mejorarlo a través de nuestra propia actividad empresarial.

Transformar y mejorar el mundo son, tradicionalmente, dos de las mejores inquietudes de la juventud. Esperamos ver a muchos jóvenes de nuestras universidades desarrollando sus inquietudes personales en la práctica, mediante la aplicación de sus conocimientos universitarios a la creación de sus propias empresas.

BIBLIOGRAFÍAS BÁSICAS

Álvarez de Mon Pan de Soraluze, Santiago (2007).

No soy superman. Luces y sombras de una conversación interior, Editorial Pearson Educación, S.A.

Cubeiro, Juan Carlos (2006).

Leonardo da Vinci y su código para el liderazgo. Cómo el entorno propicia la genialidad, Editorial Pearson Educación, S.A.

Curbelo, José Luis y López Domínguez, Ignacio (2007):

El arte de emprender. Manual para la formación de emprendedores, Servicio de Publicaciones Universidad Antonio de Nebrija.

Cuervo, Álvaro; Ribeiro, Domingo y Roig, Salvador (eds.) (2007):

Entrepreneurship.: Concepts, Theory and Perspective. Nueva York: Springer.

¹⁹ Marina. *Op. Cit.* Pág. 190.

Dirube, José Luis (2006):

¡Quiero ser empresario, Ediciones Díaz de Santos.

Marina, José Antonio (2004):

Aprender a vivir, Editorial Ariel.

Ortiz Ibarz, José María (2007):

Las estrategias empresariales de Ulises "Cómo hacer que las cosas ocurran", Prentice Hall.

Schumpeter, J. (1934):

The Theory of Economic Development. Harvard University Press.

Schumpeter, J. (1942):

Capitalism, Socialism and Democracy. Harper.

Universidad Antonio de Nebrija (2007):

Guía de la Universidad Antonio de Nebrija, Curso 2007-2008. Servicio de Publicaciones. Madrid.