



ENTREPRENEURSHIP

Dr. CÉSAR AUGUSTO ATOCHE PACHERRES

PROFESOR PRINCIPAL UNIVERSIDAD NACIONAL DE PIURA-PERÚ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

www.cesar-augusto-atoche.com

Los términos Entrepreneurship e Intrapreneurship vienen siendo muy utilizados en los últimos años en nuestro país. Entrepreneurship puede ser conceptualizado como el descubrimiento de oportunidades y la subsiguiente creación de una nueva actividad económica, a menudo por medio de la creación de una nueva organización y se presenta muchas veces bajo las denominaciones de factor empresarial, función empresarial, iniciativa empresarial, comportamiento empresarial e incluso se habla de “espíritu” empresarial. (REYNOLDS, 2005). El proceso empresarial envuelve la identificación y evaluación de oportunidades; la decisión de explotarlas por uno mismo o venderlas, los esfuerzos para obtener recursos y el desarrollo de la estrategia y la organización del nuevo proyecto empresarial (ECKHARDT Y SHANE, 2003). Entrepreneurship es elemento esencial para el progreso de una economía al vertebrarse de varias formas: primero, identificando, evaluando y explotando oportunidades de negocios; segundo, creando nuevas empresas y/o renovando y dinamizando las existentes; y tercero, impulsando la economía con innovación, competencia, creación de empleo; en suma mejorando el bienestar de la sociedad. Entrepreneurship afecta a todas las organizaciones, de forma independiente del tamaño, edad, carácter privado o público y objetivos. Su importancia para la economía se refleja en su visibilidad creciente como tema en la prensa económica y en la literatura académica. Por este motivo es un tema de interés para académicos, empresarios y gobiernos en todo el mundo. (CUERVO, 2006)

Por otro lado, los emprendedores o empresarios corporativos unidos a la alta dirección de las empresas son conocidos como Intrapreneurship u otras diferentes denominaciones como “corporate Entrepreneurship”, “corporate venturing”, “internal corporate entrepreneurship” y “strategic renewal”. (CUERVO, 2006)

En consecuencia, la traducción de ambos términos está relacionada con: emprendedor, emprendimiento, empresarialidad. Se refieren a la iniciativa empresarial, es decir a la capacidad de iniciar negocios que impliquen intercambio con beneficio o también a la persona que busca oportunidades de negocio sin estar vinculado a empresa alguna y a través de la creación de su propio negocio, su propio puesto de trabajo (entrepreneurship) o bien es la persona que trabaja para una empresa y busca oportunidades de negocio que beneficien a la empresa y a él (intrapreneurship).

Ante ello cabe preguntarse ¿cuál es la diferencia entre emprendedor y empresario? Pues, si bien realizan actividades similares, la diferencia está en el grado de formalización; es decir, “es probable que un emprendedor llegue a ser empresario cuando su idea se consolida en una organización sólida y formal. De ahí también que se deba diferenciar entre emprendedor (el que inicia) y empresario (el que tiene ya una empresa formalmente montada y operando)”. (BARBER, 2011)

Tanto el emprendedor como el empresario realizan las actividades siguientes:

- Les atrae la utilidad y la rentabilidad.
- Identifican oportunidades de negocio.
- Estudian qué tipo de recursos son necesarios para aprovechar la oportunidad detectada. Suelen distinguir entre: recursos necesarios (imprescindibles) y recursos optimizantes (ideales).
- Controlan los recursos, bien sean de ellos o de terceros. Saben muy bien que el control es el mismo en una empresa privada y en una pública.
- Gestionan los recursos, mirando más a cómo se consigue poder e influencia, y también cómo consiguen entender y organizar una serie de contratos que pueden ser sofisticados y que les permita manejar recursos.
- La posibilidad del fracaso la ven lejana, y más bien analizan casos de personas que habiendo fracasado continúan haciendo negocios.

El empresario entonces, es la persona que formaliza su propio negocio, que gestiona adecuadamente la calidad de sus productos con escasa variabilidad de los costos y con altos niveles tanto de productividad como de competitividad, que busca generar utilidad, rentabilidad y satisfacción del consumidor/usuario, que contribuye a la calidad de vida tomando decisiones con criterio de responsabilidad social (ganar y compartir).

A continuación, comparto con ustedes los conocimientos y experiencias de tres emprendedoras y una empresaria vinculadas a la comercialización de productos naturales y naturales-orgánicos elaborados por una empresa multinacional y líder en el mundo en su rubro:

Mariela E. García Ishikawa nos informa: “Oriflame ofrece aromaterapia con productos para el tratamiento de los pies, ayudando a mejorar la circulación sanguínea, conservar la flexibilidad, fortalecer las articulaciones y los huesos, y

evitar calambres en la planta de los pies al desintoxicar los músculos. El cliente puede adquirir tratamiento de pies que contiene ingredientes naturales como el aceite esencial de limón (elimina toxinas), exfoliante intensivo para pies (anti bacterial), extracto natural de aloe vera que calma y desinflama la piel (Crema Hidratante Nocturna), aceite de Eucalipto y de Menta que desinfecta, revitaliza y desinflama los pies (Spray Neutralizador de Olor que se puede utilizar en los zapatos y evitar así la formación de hongos y malos olores, además de ayudar a desinfectar alguna herida en la piel), extracto de pino y hamamelis (antisépticos, antiinflamatorios, astringente, disminuye el picor y transpiración) presente en la Crema Anti transpirante. Con Oriflame he mejorado la salud de mi familia, pues me ayudó en la oxigenación y cuidado de nuestros pies; además, al participar en las capacitaciones con otras personas, potencializo mis habilidades para poder generar un ingreso adicional que siempre cae muy bien”.

Lidia Belupú Agurto – Socia Líder 21% nos comenta: “Estoy feliz de pertenecer a una gran empresa como Oriflame que me ofreció la oportunidad de ganar dinero, conocer y ayudar a mucha gente. En esta empresa Multinivel tú eres el jefe, trabajas con la gente que tú quieres, te pones tus metas sobre cuánto deseas ganar, el negocio es hereditario y divertido. Me encanta que premien el esfuerzo, por ejemplo he ganado una lap top, un proyector multimedia y dinero”.

Moza León nos cuenta: “Ecobeauty es la nueva línea ecológica, natural y orgánica de Oriflame. Resalto el tratamiento facial, gel de ducha, crema de manos, bases de maquillaje y eau de toilette que son productos elaborados con certificaciones de calidad que avalan el bienestar y sostenibilidad de nuestro planeta”.

Bertha Belupú Agurto – Socia Líder 21% y empresaria nos dice: “Soy socia de la empresa sueca cosmecéutica Oriflame que integra la naturaleza con la ciencia. Los productos están acreditados por organizaciones globales que garantizan tratamientos muy efectivos, por ejemplo tengo testimonios sobre el tratamiento del acné juvenil con el té verde que ha elevado la autoestima de muchos jóvenes”.

Como se ve, si bien es diferente emprendedor y empresario, nuestro país requiere de ambos para que contribuyan tanto a la calidad de vida como a la generación de progreso y bienestar. Nuestra exhortación es: ¡ánimate a tener experiencias emprendedoras y a saborear la responsabilidad de ser empresario! Nuestra nación requiere consolidar la empresa informal, para convertirla empresa formal que contribuya en el bien común. ¡Perú país de emprendedores y empresarios!

BIBLIOGRAFÍA

- 1) **BARBER, C.** (14 de Marzo de 2011). *El empresario*. Recuperado el 8 de Octubre de 2012, de El empresario: <http://elempresario.mx/opinion/entrepreneurship>
- 2) **CUERVO, A.** (2006). *Universidad de Valencia*. Recuperado el 8 de Octubre de 2012, de <http://www.uv.es/bcjauveg/docs/LibroCuervoRibeiroRoigIntroduccionESP.pdf>

