

FACTORES QUE CONTRIBUYEN A LA EXISTENCIA DEL EMPREENDEDOR

FRANCISCO JESÚS FERREIRO SEOANE

Universidad de Santiago de Compostela.

Departamento de Economía Aplicada. franciscojesus.ferreiro@usc.es

Universidad de A Coruña.

Departamento de Análisis Económico y Administración de Empresas.
f.ferreiro1@udc.es

RESUMEN: *La creación de nuevas empresas y el espíritu emprendedor de las personas son cuestiones de gran importancia dentro de la economía. Este artículo toma como punto de partida el repaso por los autores y marcos teóricos más importantes en relación con la figura del emprendedor, incluyéndose desde su concepto hasta el papel del emprendedor en las diferentes teorías económicas o las condiciones y limitaciones al emprendimiento. Tras hacer ese recorrido se pasará a hablar específicamente de los factores que determinan la existencia del empresario incluyendo un recorrido por el “ecosistema del emprendedor”, el marco institucional, político, las relaciones entre la empresa y la universidad. También se señalan algunas cuestiones acerca de los rasgos de la personalidad del emprendedor.*

ABSTRACT: *The setting-up of new enterprises and the people’s entrepreneurial spirit are great important issues in the economy. This paper takes as its starting point an author and theoretical review about the entrepreneur, including its concept and role in the different theories. It also includes the conditions and limits in the entrepreneurship. After that, an overview of “entrepreneur surroundings” will be made, in which several issues will be analyzed, such as, institutional and political framework, the relationship between university and companies, the entrepreneur’s personality, etc.*

PALABRAS CLAVE: Emprendedor, emprender, creación de empresas, entorno empresarial.

KEY WORDS: Entrepreneur, entrepreneurship, start up business, business environment.

1. Introducción

Como punto de partida de este artículo, antes de hablar de los factores que contribuyen a impulsar la figura del emprendedor, es conveniente hacer un pequeño recorrido inicial por el origen del emprendedor así como también por el papel que éste desempeña en los diferentes marcos teóricos. Así, podemos remontarnos hasta el siglo XVII cuando Savary (1675) incluyó en sus trabajos la necesidad de búsqueda de nuevos clientes por parte de los empresarios, con el riesgo que tenían que asumir en su labor empresarial. Aunque sería Cantillon (1755) el primer autor que utilizaría el término *entrepreneur* refiriéndose con él a “las personas que persiguen la puesta en funcionamiento de un negocio para obtener un beneficio”, basando tal beneficio en las necesidades existentes en el mercado. Posteriormente otros autores utilizaron, ampliaron o mostraron otros puntos de vista acerca del mismo concepto. Uno de ellos fue Walras (1874), quien ubicó al emprendedor dentro del marco de estudio de la teoría general de equilibrio económico, definiendo al empresario como una persona que “adquiere en alquiler la tierra, el trabajo y el capital, asociándolos para, comprando materias primas a otros empresarios, vender por su cuenta y riesgo los productos obtenidos”. Este mismo autor diferencia el concepto de capitalista del de empresario, afirmando que mientras el emprendedor es un tomador de precios que aparece cuando hay un diferencial en los mismos y permanece hasta que ese diferencial desaparece y se retorna al equilibrio; al capitalista lo define como aquel que tiene capital y/o propiedades.

2. Análisis del papel del emprendedor en los distintos marcos teóricos

Haciendo un recorrido por los diferentes marcos teóricos, es posible encontrarse algunas diferencias y similitudes en el papel que juega el emprendedor dentro de cada uno de ellos. A continuación se mostrarán las cuestiones más destacadas que nos ofrecen las distintas teorías, para finalizar con un cuadro-resumen con las principales aportaciones de los autores en la materia.

Partimos de los modelos clásico y neoclásico, en los que no hay un desarrollo teórico del emprendedor, no habiendo un espacio claro para el mismo dentro del esquema del equilibrio general, no modelizándose su actitud y asumiéndose una serie de supuestos ideales. Todo esto podría simbolizarse en la mano invisible de Adam Smith

(1776). En la teoría neoclásica aparecen algunos avances respecto a los supuestos anteriores mencionados de la teoría clásica, dado que ahora se contempla al empresario como el propietario de la empresa, cuya única finalidad es la maximización de los beneficios.

Schumpeter (1934) hizo la siguiente aportación destacable, identificando al emprendedor como una realidad específica de estudio diferente de los empresarios y directivos de la empresa. Según éste, “un emprendedor es una persona que aglutina un conjunto de recursos de forma novedosa, intentando mejorar la oferta de productos existentes en un mercado e incorporando la innovación como concepto intrínseco en la creación de una nueva empresa”. El enfoque de Schumpeter señala al empresario como motor del desarrollo económico, impulsado por las innovaciones que el empresario sitúa en el mercado. Estas pueden ser de cinco tipos: de producto, de método de producción, de apertura de un nuevo mercado, utilización de una nueva fuente de materias primas y, por último, la creación de un tipo de organización industrial.

Para Schumpeter el empresario es el que origina y destruye los mercados; no tiene precios en los que basarse ya que el mercado todavía no existe, tampoco se ajusta a los mercados porque es él quien los crea. Según Schumpeter se puede considerar como empresario a cualquier persona que realice innovaciones en uno de los cinco ámbitos descritos. Es posible señalar como característica diferencial del empresario de Schumpeter que no asuma riesgos a menos que sea su propio capital el invertido en el proyecto de innovación. Para este autor, la innovación que aportaba el emprendedor a los mercados era el principal causante del progreso económico en su entorno. Se debe mencionar dentro de las limitaciones que plantea su estudio, el que solo entendiera como emprendedor a aquel que partía de una innovación radical, cuando a través de diferentes estudios sobre patentes se concluyó que las oportunidades explotadas comercialmente suelen ser inteligentes combinaciones de conocimientos ya existentes (Sanders, 2007).

El pensamiento de Shumpeter supuso una inspiración para autores posteriores, entre los que se encuentra la figura de Kirzner y la escuela austríaca, que incorporarían al marco teórico Shumpeteriano un papel más activo para el emprendedor partiendo de la convicción de que los mercados no son perfectos ni están en equilibrio y en este contexto es donde juega el emprendedor un papel fundamental. Según Kirzner (1973, 1998) es el emprendedor el que “permite aumentar la competitividad conduciendo al

mercado a una situación de equilibrio” debido a que cuantos más emprendedores se incorporen al mercado existirá mayor competencia, lo que provocará que los precios disminuyan. También aquí cabe mencionar las aportaciones de Peter Drucker (1985), quien define a los emprendedores como “individuos que explotaban oportunidades creadas por los cambios en su entorno”.

Las teorías de Schumpeter y de Kirzner continúan vigentes y se encuentran en la aportación de Hisrich et al. (2005), que resaltan la importancia de la innovación en el emprendedor siendo una de las tareas más complicadas para éste introducir algo nuevo en el mercado. La innovación es un concepto más amplio que inventar como lo consideraba Schumpeter, pues la innovación puede ir desde un nuevo producto hasta un nuevo sistema de distribución o el desarrollo de un nuevo modelo organizativo.

Otras aportaciones relevantes se encuentran dentro de la Teoría de la Economía Industrial (Universidad de Harvard y Escuela de Chicago), respecto a la Universidad de Harvard destaca el paradigma estructura-conducta-resultado desarrollado en los años 40 por Mason (1939, 1949) y Bain (1956, 1968). Dicho paradigma sostenía, en su versión inicial, la existencia de una causalidad directa unidireccional entre la estructura del mercado y la conducta del emprendedor, lo cual determinaría los resultados obtenidos. La estructura del mercado y el comportamiento del emprendedor se articula en función de:

- La demanda del producto.
- La tecnología y los costes de producción.
- La concentración de agentes.
- Las condiciones de entrada.
- El tipo de información y el acceso a la misma.
- Dependiendo de estas variables los emprendedores tendrán comportamientos más o menos competitivos.

Por parte de la escuela de Chicago, con la premisa opuesta a la de Harvard y con fuerte inspiración en la escuela austríaca, se determinó que el emprendedor busca constantemente las oportunidades que le ofrece el mercado. El modelo relevante aquí es el de la competencia perfecta, de tal forma que el monopolio es temporal y si perdurara se debería a la existencia de algún tipo de protección legal, de intervención o de barrera de entrada. Las estrategias de los emprendedores en mercados imperfectos no son más

que reacciones racionales a imperfecciones de los mercados. Como autores destacados de estas líneas de pensamiento cabe mencionar a Stigler (1961) y Demsetz (1973).

Existen también algunas aportaciones teóricas en el marco de la empresa familiar. Aquí destacar las figuras de algunos autores como Casson (1982), para el que “La mayoría de las organizaciones empresariales surgen a raíz de empresas familiares”. Por su parte, Embid y Salas (2005) afirman que muy frecuentemente “en el llamado capitalismo de familias, las personas que alcanzan la cima del poder de las grandes empresas lo hacen debido la institución de la herencia o a las relaciones sociales y no al mérito propio”. Por último, destacar la aportación nuevamente de Drucker (1985) quien siguiendo la línea mayoritaria en los autores anglosajones, considera que los trabajadores que pertenecen a la familia han de realizar sus obligaciones con la misma intensidad y éxito que los que no son de la familia. Además, las empresas familiares exitosas necesitarán incorporar directivos en los puestos de mayor responsabilidad que no pertenezcan a la familia.

Uno de los autores mencionados en el párrafo anterior es Casson (1982). Este autor es uno de los que ha estudiado con más intensidad la figura del emprendedor, no sólo en el contexto de la empresa familiar sino también analizando el mercado de los empresarios, ofreciendo un desarrollo sobre las cualidades que deben tener esos mercados y poniendo de manifiesto las dificultades para definirlos o delimitarlos. Se pueden señalar una serie de condiciones que son necesarias, aunque no siempre imprescindibles, para asegurarse un mínimo en la capacidad de emprender de un individuo particular y tener éxito su iniciativa:

- Las potenciales oportunidades deben tener una expectativa positiva de obtener beneficios.
- Como ya se ha dicho, la mayoría de los negocios son de carácter familiar y ello conlleva un aprovechamiento eficiente de la familia como fuente de información, que se puede ver reforzado si la familia es utilizada como fuerza de trabajo.
- La acumulación de información sobre la actividad de la empresa y el aprendizaje continuo.

Seguendo a Casson, se puede obtener una tabla con las condiciones y limitaciones para emprender:

Tabla 1: Condiciones y limitaciones para emprender

Condiciones	Limitaciones
<ul style="list-style-type: none"> • El mercado debe ofrecer oportunidades que generan expectativas de rendimiento económico. • Los emprendedores que se inician suelen ser de carácter familiar lo cual se fideliza al usarlos como recursos humanos. • Las relaciones que mantengan los emprendedores con su entorno facilita mucho las expectativas de crear negocios. • La información y el aprendizaje continuo del emprendedor aumenta la actividad empresarial. 	<ul style="list-style-type: none"> • La falta de capital inicial. • La dificultad de acceder a fuentes de financiación. Las barreras sociales existentes impiden relaciones necesarias para la puesta en marcha de los negocios. • Un bajo nivel de cualificación, educativo, es una restricción a la hora de poder acceder a ciertos mercados. • Un bajo nivel de renta dificulta superar ciertas barreras sociales.

Fuente: Elaboración propia a partir de Casson (1982)

Otro de los autores destacados en el siglo XX es Audretsch (2002) cuya visión supone una versión actualizada del emprendedor innovador del que hablaba Schumpeter. Para Audretsch, el emprendedor es el agente del cambio, el que acelera la generación y aplicación de ideas innovadoras en la economía, estando la actividad de la empresa ligada a un contexto local y dentro de ese contexto se puede vincular con los viveros de empresas, al tratarse de un instrumento que fomenta la actividad emprendedora en un territorio. El autor habla además, en esta ocasión junto a Thurik (2004) de que se ha producido una transición en la sociedad, pasando la economía de tener a las grandes empresas como principales agentes económicos a tener a las pequeñas empresas y a los emprendedores como sus puntales. Algunos autores, siguiendo el enfoque de dinamismo empresarial de Audretsch han añadido nuevas aportaciones, como es el caso de Callejón (2009) que ha determinado que existe una relación causal entre la tasa de

creación de empresas (dinamismo empresarial) y el crecimiento económico. La prosperidad de la economía se ha relacionado positivamente con la tasa de creación de empresas. Habitualmente se señala que una sociedad dinámica es menos adversa al riesgo y existe una mayor propensión de los individuos hacia el autoempleo frente al trabajo independiente (Comisión Europea, 2003). Audretsch y Keilbach (2004) plantearon un modelo de crecimiento económico donde la capacidad emprendedora aparece como un factor productivo más dentro de una función de producción clásica (Callejón y Ortún, 2009). Otra de las aportaciones destacadas de Audretsch, ahora junto con Thurik (2000) es la relación positiva entre desempleo y creación de empresas. Cuando el desempleo es elevado, se encuentran sin trabajo muchas personas con conocimientos que les permiten tener aptitudes para convertirse en empresarios. Aunque sea la situación de desempleo la que los impulsa a emprender, sería muy difícil llevar adelante la idea empresarial sin esos conocimientos y cualidades. Para poder emprender con éxito hace falta formación empresarial, financiación, normativas que den seguridad y la detección de las oportunidades del mercado.

Como punto final al repaso del siglo XX, señalamos a Hayek (1949) y a Andrews (1949). Hayek (1949) destaca que “el mejor método para solventar la problemática de la eficiencia en la empresa consiste en canalizar la mayor cantidad de información de la mejor calidad posible a los agentes económicos que la necesiten”. Queda vinculada la eficiencia de una empresa con la información, siguiendo la filosofía de que la información es poder. Por otra parte, el pensamiento expresado por Andrews (1949) sigue muy presente en nuestros días en el mundo del emprendimiento. Así, existe un amplio consenso de que un proyecto normal con un gran emprendedor detrás tiene más posibilidades de éxito que un buen proyecto en manos de una persona con escaso perfil emprendedor; haciéndose énfasis por tanto en las cualidades individuales y el perfil emprendedor por encima de la idea en sí misma.

Para finalizar este amplio recorrido por la literatura acerca de la figura del emprendedor, se hará referencia a las aportaciones de los autores más destacadas de estos primeros años del siglo XXI, y en último término se mostrará un cuadro resumen con las aportaciones más importantes que se han señalado en estas páginas con anterioridad y completándolas con otras que no se han señalado.

Se puede afirmar que el siglo XXI es una continuación del siglo anterior desde el punto de vista empresarial, pudiéndose ver en los escritos de los autores las influencias

de otros del siglo anterior. Así Schaper (2002) pone de manifiesto que las personas emprendedoras se pueden encontrar en todos los sectores de la sociedad, algo ya implícito en las definiciones de otros autores hechas en el siglo pasado. No sólo hay emprendedores vinculados a las pequeñas empresas, sino que también es posible encontrarlos en el seno de las grandes corporaciones ayudando a crear nuevas divisiones de negocio y productos; estas últimas reciben el nombre de emprendedores internos. También se puede hablar de emprendedores sociales, que son aquellos que trabajan intentando innovar para resolver las necesidades de la comunidad en organizaciones sin ánimo de lucro.

Por su parte, Amatori (2010) considera que el emprendedor puede ser “alguien por cuenta propia o incluso con un par de empleados que esté en condiciones de ser muy sensible ante las demandas del mercado, personalizando y adecuando sus acciones en un nicho específico de mercado”. Este autor aporta como novedades respecto a definiciones de otros autores varias cuestiones. En primer lugar habla de una persona por cuenta propia o con pocos empleados, lo que supone una acotación del papel de emprendedor, poniéndola a un nivel similar al de pequeña iniciativa empresarial. En segundo lugar, está haciendo mención expresa a las demandas del mercado en lugar de concebir al emprendedor como un innovador que crea su mercado sino que detecta hacia dónde se dirigen las necesidades de la demanda; encaminando el emprendedor sus acciones hacia un nicho específico de mercado. Ello es un enfoque oportuno pues el emprendedor ha de focalizar sus acciones hacia un nicho, pues al principio difícilmente podrá atender a todo el mercado general haciendo frente a los competidores que ya tienen experiencia en tales mercados.

Kauanui et al. (2010) señalaron que los emprendedores tenían dos puntos de vista en relación a su éxito: el primero de ellos tiene como principal objetivo del emprendimiento el dinero, mientras que el segundo punto de vista tiene como objetivo el desarrollo pleno, viendo el éxito en relación con el proceso de desarrollo individual. Esos autores consideraron que generalmente el emprendedor busca una recompensa económica por poner en marcha su idea, pero hablar que el dinero es lo más importante supondría alejar la definición de emprendedor y de su labor del rigor científico necesario.

Tras hacer un recorrido por todas las aportaciones teóricas del concepto de emprendedor y su papel más relevantes, y antes de mostrar el cuadro final al que se ha

hecho referencia anteriormente, se muestran estas conclusiones con los aspectos más importantes mencionados hasta el momento sobre el emprendedor:

- El emprendedor puede actuar sólo o en compañía, siendo habitual y cada vez en mayor medida, la creación de empresas con varios socios.
- No es necesario que se haya constituido una empresa para poder calificar a alguien como emprendedor. En este sentido ya se considera emprendedor a aquellos que están haciendo su plan de empresa para poner en marcha su idea, o también a los que ya tienen ese plan y acuden a distintas instituciones para pedir ayuda o apoyos financieros (por ejemplo al IGAPE). Sólo dejaría de ser emprendedor, si este llega a la conclusión de que su proyecto no es viable y abandona la puesta en marcha de su idea empresarial.
- Es un error la asociación habitual entre emprendedor y persona que inicia una pequeña aventura empresarial por primera vez en su vida. Con todo, se ha visto que existen emprendedores internos y emprendedores sociales. También son emprendedores aquellos casos en los que un empresario reconocido inicia un nuevo proyecto.
- No está clara la frontera entre actividad emprendedora y participación financiera y/o personal del emprendedor en el capital de la empresa.
- Cualquier emprendedor ha de tener una visión comercial, pues es imprescindible que el cliente quede satisfecho, y repita y recomiende la compra de los bienes y servicios producidos por la empresa; en el caso contrario el cliente no repetirá su compra y la empresa acabaría cerrando. Una empresa sin clientes no puede sobrevivir.
- Los recursos gestionados por el emprendedor han de ser retribuidos por éste, como los recursos humanos o el capital.
- Cuanto más motivados y formados estén los recursos humanos de la empresa y cuanto más talento tengan, mejor para la organización. Esta afirmación resulta bastante obvia de entender.
- Toda iniciativa empresarial que se lleva a cabo obtiene un resultado que puede ser positivo o negativo. Existen casos de “beneficio cero” que continúan adelante por proporcionar un salario y cotizaciones al emprendedor; también puede ser que tenga una expectativa de beneficio futuro.

Por otra parte, se considera que hay una serie de atributos que no se deberían incorporar a la definición de emprendedor y su papel:

- La innovación. Sin desmerecer la gran aportación realizada por Schumpeter (1934) en este campo, ni negar la importancia de la innovación, no se considera fundamental vincular al emprendedor con la innovación. Ely y Hess (1937) argumentaban que un emprendedor puede tener mucho éxito organizando eficientemente un negocio sin que ello suponga inventar nada. Por ejemplo, una persona que decide abrir una tienda de comestibles que no tiene mucho de innovador, es una persona emprendedora técnicamente, a pesar de la ausencia de innovación. La innovación ha de estar presente en muchas facetas de la vida como la medicina, el deporte, etc., no sólo en el mundo empresarial.
- No resulta relevante incluir características personales del emprendedor para calificarlo como tal. Por ejemplo ser un visionario, un soñador o tener don de gentes.
- Tampoco se considera apropiado introducir el concepto de oportunista o que detecta una oportunidad, al estilo de Drucker (1985) o Schaper (2002), entre otros.
- Algunos autores hacen referencia expresa al riesgo en el que incurren los emprendedores, como es el caso de Baumol (1968), Ronstadt (1984), Mulcahy (2003). Es indudable que los emprendedores incurren en algún riesgo, que en ocasiones es muy alto, pero eso es muy dispar. A día de hoy, un empresario individual lo es sin desembolsar cantidad alguna. Existen también muchos empresarios que sus negocios lo tienen en una sociedad y su patrimonio en el que opera la empresa en otra compañía, de tal manera que no tiene riesgo.

Una vez hechas estas consideraciones, y ahora sí, se muestra el cuadro-resumen con las aportaciones más destacables que se pueden encontrar en la literatura sobre la materia:

Tabla 2: Resumen de las principales aportaciones sobre el concepto de emprendedor.

Año	Autor	Aportaciones
1675	Savary	Búsqueda de nuevos mercados.
1755	Cantillon	El primero en citar el término <i>entrepreneur</i> .
1803	Say	Popularizó la figura del <i>entrepreneur</i> en Francia.
1848	Mill	Lo introdujo en el mundo Anglosajón.
1874	Walras	Situó al emprendedor dentro del marco de estudio de la teoría general de equilibrio económico.
1921	Knight	El emprendedor asume riesgos económicos.
1934	Schumpeter	El emprendedor desarrolla la sociedad a través de la innovación y creación de nuevos mercados.
1937	Ely y Hess	El papel del emprendedor como gestor y organizador de una empresa.
1937	Coase	El emprendedor creador de mercado.
1939	Mason	El paradigma estructura-conducta-resultado. Las empresas son reflejo del mercado en el que operan.
1949	Hayek	La eficiencia viene a través de la cantidad y calidad de la información.
1949	Andrews	Modelo de competencia imperfecta donde son fundamentales las cualidades individuales del emprendedor.
1956	Bain	Existe una causalidad directa e unidireccional entre la estructura del mercado y la conducta de la empresa.
1973	Kirzner	El emprendedor conduce al mercado a una situación de equilibrio a través de la competitividad.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2: Resumen de las principales aportaciones sobre el concepto de emprendedor (cont.)

Año	Autor	Aportaciones
1976	Buckley y Casson	Teoría de la empresa familiar.
1977	Shapero	El éxito empresarial depende del perfil profesional del emprendedor.
1978	Leibenstein	La teoría de la eficiencia.
1980	Vesper	El valor añadido del emprendedor.
1982	Baumol	Los mercados impugnables o contestables.
1982	Casson	Analiza el mercado de los empresarios y considera la teoría del emprendedor como un caso particular de la teoría general del progreso económico.
1984	Ronstadt	El emprendedor asume riesgos a nivel patrimonial y personal.
1985	Pinchot	Un soñador que convierte una idea en una realidad aprovechable.
1985	Druker	El emprendedor explota las oportunidades creadas por los cambios en su entorno.
1988	Marchesnay y Julien	Transformador de realidades en oportunidades.
1987	Jacquemin	Modelo de la nueva organización industrial.
1988	Milgrom y Roberts	
1992	Norman y La Manna	
1995	Audretsch	La importancia del conocimiento en el emprendimiento.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2: Resumen de las principales aportaciones sobre el concepto de emprendedor (cont.)

Año	Autor	Aportaciones
1996	Stephan y Audretsch	La reputación del emprendedor le da valor a la empresa.
1997	Gerber	El emprendedor es el visionario, un catalizador del cambio.
1998	Carton, et al.	El emprendedor es un gestor de recursos y responsable de la organización.
1998	Varela	El emprendedor es un líder que invierte dinero, tiempo y prestigio personal.
1999	Sahlman, et al.	El emprendedor identifica una oportunidad, gestiona recursos para obtener una recompensa.
2000	Audretsch y Thurik	Detectan una relación entre desempleo y emprendimiento. Lo que hoy se entiende como <i>emprendedor por necesidad</i> .
2002	Audretsch	El emprendedor es el agente del cambio que innova y asume un riesgo.
2002	Schaper	Identifica a los emprendedores en: a) Pequeñas empresas, b) Grandes empresas.
2003	Mulcahy	El emprendedor como controlador de un negocio.
2004	Acs, et al.	Relacionan el emprendimiento con el <i>Filtro del conocimiento</i> .
2004	Audretsch y Thurik	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2: Resumen de las principales aportaciones sobre el concepto de emprendedor (cont.)

Año	Autor	Aportaciones
2004	Audretsch y Thurik	La economía ha pasado del <i>management economy</i> al <i>entrepreneurship economy</i> .
2004	Nordhaus	Toda la sociedad se beneficia de la innovación del empresario.
2005	Hisrich	La innovación es la esencia del emprendedor.
2005	Embid y Salas	Analizan las empresas familiares y observan que existen muchos casos de profesionales que tienen el poder no por méritos propios.
2006	Lückgen et al.	Resaltan la implicación personal del emprendedor en la puesta en marcha de un negocio.
2007	García y García	El emprendedor es un tomador de precios.
2008	Del Prado	Las dificultades de crecimiento en la empresa familiar.
2009	Audretsch	Es necesario crear capital emprendedor para promover el crecimiento económico.
2009	Duarte	El emprendedor organiza un negocio innovador asumiendo un riesgo.
2010	Amatori	El emprendedor identifica un nicho de mercado.
2010	Kauanui	El emprendedor busca el rey del dinero y su desarrollo personal.
2013	Elaboración propia	El emprendedor gestiona unos recursos para satisfacer al cliente obteniendo un resultado de la actividad.

Fuente: Elaboración propia

3. Factores que determinan la existencia del empresario

Como punto de partida, para enlazar con todo lo expuesto hasta ahora, se hará un pequeño inciso acerca del cometido empresarial. En este sentido, se debe incidir en la función primordial del empresario como asignador de recursos; idea que forma parte del núcleo tradicional de la teoría económica, especialmente en aquellas que funcionan bajo el principio de la racionalidad de los agentes económicos, según la cual los agentes económicos establecen el uso eficiente de los factores de producción con el objetivo de conseguir un beneficio en interés propio.

Tomando como referencia a García (1985) se deben distinguir dos sentidos de la función empresarial. En primer lugar la función empresarial como elemento del proceso económico, asignación de recursos entre fines lucrativos; y en segundo lugar la función en relación a su misión concreta en una sociedad organizada según determinados valores económicos y políticos. Las oportunidades existirán si se dispone de nuevas fuentes de información, contenidos que permitan al agente económico percibir una asignación ineficiente de recursos. Estos nuevos contenidos se corresponden con los avances tecnológicos y con los recursos ociosos.

La toma de decisiones empresariales es un factor escaso debido al gran coste de oportunidad implícito existente en la utilización de los recursos necesarios que ello conlleva. Las funciones de toma de decisión y seguimiento de las reglas decisorias dan lugar a otra parte muy importante del análisis empresarial y de gestión, un ámbito en donde las cualidades innatas del empresario, su manera de razonar, el tiempo invertido y el trabajo mental, combinadas con el uso de otros recursos utilizados en la gestión de una actividad empresarial, materiales, productivos, humanos, de comunicaciones y transportes, de investigación, etc., tienen un papel esencial. De la Rocha (2012) opina en la misma dirección, al señalar que para emprender es necesario disponer de amplias capacidades de gestión que permitan llevar a cabo eficientemente la idea empresarial, siendo por tanto necesario tener una amplia visión comercial, saber cómo gestionar los recursos humanos o financieros, además de tener un control general del negocio.

Según Veciana (2005) la creación de nuevas empresas es fundamental en la economía de mercado y un factor clave para el desarrollo de la economía de un país.

Baumol (1993) estima que “la oferta total de empresarios varía mucho de unas sociedades a otras”, al igual que su contribución productiva; y defiende las actividades de innovación ya que son las que contribuyen al progreso económico frente a actividades de carácter especulativo. Por tanto, la misión empresarial estaría basada en que las actividades empresariales y sus resultados varían en función del tiempo y lugar.

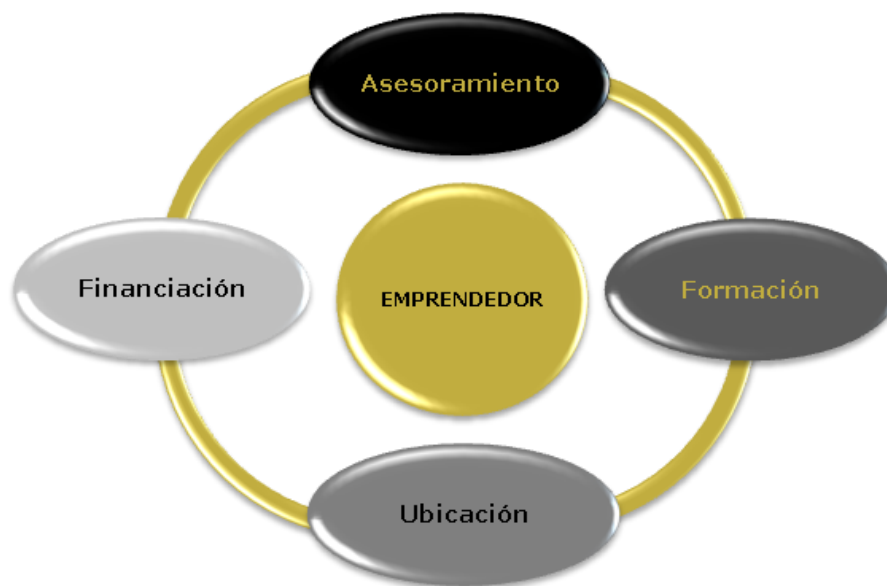
Las sociedades en las que los empresarios logran desarrollar con éxito su actividad suelen ser abiertas y libres. La actividad empresarial suele ser la más idónea para ascender socialmente (Del Prado, 2008). Por otra parte, existe consenso entre los autores a la hora de afirmar que cualquier oportunidad de progreso o ascenso social por la vía empresarial requiere trabajar duro, ahorro y austeridad. Casson (2005) afirma que los emprendedores necesitan importantes cantidades de capital, sea propio o ajeno, contactos sociales, cualificaciones determinadas y habilidad personal; además el autoempleo resulta la vía más atractiva para aquellos individuos que crean tener capacidad de tomar decisiones acertadas en un entorno de riesgo.

También la comisión Europea (2003) ponía de manifiesto que el espíritu emprendedor es una pieza clave para estimular la evolución económica, para aplicar más y mejores tecnologías productivas, crear empleo y hacer más prósperas a las naciones basadas en el libre mercado y la innovación. También estima que la propensión de una sociedad hacia la actividad empresarial dependerá de cuestiones tales como la imagen social que tenga el empresario, el marco legal y el institucional. Audretsch (2002), por su parte, señala en esta misma línea que la propensión a emprender depende de factores como el económico, el histórico, el social, el cultural y el político.

Otra de las cuestiones que merecen la pena ser destacadas es la relativa a los modelos de creación de empresas. En este sentido, es muy destacada la aportación de Shapero (1977), uno de los economistas que desarrolló un modelo teórico que se encarga de estudiar el proceso de creación de empresas, suponiendo ello una nueva etapa que suele comenzar con un cambio acontecido en la vida del emprendedor como puede ser el terminar un proceso de aprendizaje, una frustración en una empresa anterior, un despido, ser desempleado de larga duración o incluso un cambio en su vida personal como un divorcio o cuestiones relacionadas con su círculo de amistades. El informe GEM (2010) distingue entre dos tipos de empresarios: los que lo son por oportunidad, esto es, aquellos que materializan su idea al detectar una oportunidad en el

mercado; y los que lo son por necesidad, que buscan el autoempleo como salida a su situación de desempleo. Según Shapero (1977) “el comienzo de una actividad empresarial implica la puesta en marcha de un conjunto de destrezas, habilidades y competencias que conviene haber desarrollado previamente”, enlazándose las características del emprendedor con rasgos psicológicos, algo que el autor denomina “propensión psicológica para emprender”, que hace referencia a determinadas actitudes que debe poseer el emprendedor que le permitan llevar adelante su idea empresarial. Destaca los siguientes factores que influyen en la creación de empresas: la cultura y las normas sociales; argumento reforzado por Licht y Siegel (2007). Para que exista emprendimiento ha de existir un medio que permita la función empresarial; puede ser físico (e.g., los viveros de empresas), intangible (e.g., asesoramiento al emprendedor), o medios financieros como préstamos o subvenciones.

Figura 1: Ecosistema del emprendedor.



Fuente: Elaboración propia a partir de Emprendia (USC)

La creación o desaparición de una empresa está influida por los factores económicos tales como el crecimiento, tasa de desempleo o tipos de interés. En la actual situación de crisis económica se está observando un doble efecto: por una parte están desapareciendo muchas empresas y autónomos ante la falta de expectativas y caída del consumo; mientras que por el otro lado y en sentido contrario, el mayor desempleo hace

que un sector de la población desempleada apueste por el autoempleo y el emprendimiento como salida laboral (Audretsch y Thurik, 1997), con lo que serían emprendedores por necesidad, de acuerdo a lo que ya se ha mencionado con anterioridad.

Siguiendo con el modelo de Shapero (1977) junto con la contribución de García et al. (2007), se detectan las siguientes fases para la creación de las empresas. En la siguiente tabla se muestran tales fases destacando sus aspectos clave.

Tabla 3: Fases para la creación de empresas según Shapero (1977)

Fase	Contenido
1. Predisposición a emprender	Psicológicamente el emprendedor tiene que asumir que va a ser su propio jefe habiendo diversos motivos para emprender.
2. Implantación de un proyecto	En esta fase es necesario ir más allá de la idea y la disposición a emprender. Hay que definir metas, planificar acciones.
3. Búsqueda de recursos	El emprendedor necesita de apoyos aún cuando disponga de una buena idea, por ello, los apoyos los buscará primero en su entorno familiar, en los amigos y en la sociedad.
4. Puesta en marcha de la empresa	Buscando la rentabilidad sostenible a lo largo del tiempo.

Fuente: Elaboración propia a partir de Shapero (1977)

Una aportación similar hace De la Rocha (2012), que también señala una serie de fases para la creación de empresas, y que se muestran resumidamente en el siguiente cuadro:

Tabla 4: Fases para la creación de empresas

Fase	Contenido
1. Intencionalidad	El emprendedor tiene una idea en la cabeza para emprender, pero aún no se ha decidido y desconoce la viabilidad de su proyecto.
2. Análisis del perfil del emprendedor y de la idea empresarial	En esta fase se estudia si el emprendedor dispone del perfil adecuado para emprender y si no fuera así, qué puntos debe fortalecer para llevar a cabo con éxito el proyecto empresarial. A la vez se examina la idea empresarial para ver la viabilidad del proyecto. Concluye que es necesario tener un perfil emprendedor adecuado y una idea empresarial viable desde el punto de vista técnico, económico y financiero.
3. Puesta en marcha de la empresa	Superado las fases anteriores y con un plan de empresa claro, ha llegado la hora de su ejecución.

Fuente: Elaboración propia a partir De la Rocha (2012)

4. El Marco Institucional

Baumol (1993) señala la importancia de un marco institucional apropiado para crear las condiciones necesarias para lograr un adecuado desarrollo empresarial. Baumol introduce como variable el papel desempeñado por las instituciones, pues con la famosa “mano invisible” de Adam Smith no siempre se consigue la asignación eficiente de los recursos por la existencia de determinadas distorsiones, lo que obliga a hacer modificaciones en el marco institucional. De acuerdo con Baumol, el marco legal incentiva o desincentiva ciertos comportamientos, entre ellos los relacionados con el

emprendimiento y el mundo empresarial; estima que la empresa no puede convertirse en garante de ciertos mínimos sociales, a pesar de que la sociedad tenga derecho a exigir que las empresas sean cuidadosas con el medio ambiente, solidarias, que inviertan en el bienestar común o cuiden de los consumidores. La sociedad no debe confiar en la voluntariedad de las empresas, o al menos no en todas, para con estos objetivos. La hipótesis de Baumol es fundamental para poner en marcha políticas de crecimiento y estímulo a las actividades empresariales; observa, además, la variación de esos estímulos a lo largo del tiempo y cómo ello acaba afectando al comportamiento empresarial, así, señala que “las reglas del juego que determinan los rendimientos relativos de las diferentes actividades empresariales varían de forma esencial según el tiempo y lugar”. En un mismo país puede variar la predisposición al emprendimiento en función de las medidas que se adopten dentro del mismo para fomentar la actividad empresarial. Concluye afirmando que “el comportamiento empresarial varía de una economía a otra en función de la variación de las reglas del juego”. En la determinación de las reglas del juego, desempeñan un papel fundamental el sistema fiscal, el mercado laboral, la calidad del sistema jurídico, el tratamiento de la morosidad, que la administración haga frente a sus deudas, la existencia de instituciones de defensa de la competencia, la seguridad alimentaria, la lucha contra la corrupción, la seguridad en el trabajo, etc. Según la Comisión Europea (2003), tienen un efecto positivo en la creación de empresas los entornos administrativos y regulatorios simplificados. En este sentido la administración electrónica constituye una potente herramienta para lograrlo. Además señala la importancia de tener un sistema financiero desarrollado, que garantice los depósitos, que facilite el préstamo a unas tasas de interés asumibles, facilitando la circulación de dinero para favorecer la creación de empresas. También pone de manifiesto la necesidad de desarrollar otros instrumentos financieros como los fondos de capital riesgo o los *Business Angels* para la financiación de proyectos. García (2011) argumenta que muchos emprendedores llevan más de un año con la idea de negocio y sin llegar a ponerla en marcha por las restricciones a la financiación; de ahí la importancia de las recomendaciones de la Comisión Europea.

Por último, el espíritu empresarial influye en la creación de empresas, en este sentido, en algunos países tradicionalmente se ha cultivado el espíritu empresarial (e.g., EEUU), ello propicia una mayor tendencia al emprendimiento. Por el contrario en otros países como España, se asocia al autoempleado como autónomo, como un trabajo sin

reconocimiento social, sin apenas derechos, como para quien no puede acceder a otras cosas.

5. Rasgos personales y capacidades del emprendedor

Existe una relación entre la calidad del empresario y el éxito posterior de su proyecto o empresa. Siempre se ha relacionado la trayectoria de las empresas con la personalidad de los empresarios. El deseo de independencia del emprendedor es el rasgo común establecido por algunos autores como Lafuente et al. (1985) y Veciana (2005). Además Veciana (2005) señalaba que un número importante de empresarios exitosos tenían ciertas características en común como su origen humilde, infancias difíciles y sus ansias por huir de la inseguridad. Por su parte, Collins et al. (1964) señalaron diferentes elementos como la huida de la autoridad, la autorrealización personal y el deseo de libertad e independencia. En el siguiente cuadro se muestra un recorrido por las aportaciones de diferentes autores en relación a las principales cualidades del empresario.

Tabla 3: Principales cualidades del empresario.

Autor	Principales cualidades del emprendedor
Amatori	El emprendedor ha de tener desarrollado un sexto sentido para identificar nichos de mercados rentables.
Andrews	Ha de poseer notables cualidades individuales como la versatilidad, buen juicio, capacidad para recaudar fondos y financiación y ambición.
Arrow	Sabiduría para gestionar información en condiciones de incertidumbre y riesgo.
Audretsch	Las principales características de un emprendedor son, su afán de conocimiento, la innovación , su capacidad de comercializarlo y no tener miedo al riesgo.

Carton, et al.	Lo que distingue a un emprendedor de éxito de otro es su competencia para gestionar recursos empresariales.
Clásicos	Ser racional que ajusta la oferta a la demanda.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: Principales cualidades del empresario (continuación)

Autor	Principales cualidades del emprendedor
Druker	La principal característica del emprendedor es saber explotar las oportunidades creadas por los cambios en su entorno.
Duarte	El emprendedor ha de ser una persona organizada e innovadora.
Ely y Hess	Capacidad de gestión y organización.
García y García	Destaca inteligencia del emprendedor para tomar precios.
Gerber	El emprendedor tiene que tener la habilidad de ser un visionario con aptitud para provocar un cambio.
Hayek	Ha de estar constantemente formándose e informándose.
Hisrich	El rasgo que identifica a un emprendedor es la innovación.
Kauanui	El emprendedor es un amante de la libertad con competencias para ganar dinero.
Knigt	Capacidad para obtener rentas como contrapartida al riesgo y la incertidumbre.
Koutsoyannis	Aptitud para gestionar, coordinar y asignar recursos buscando un beneficio.
Lückgen et al.	La pasión y la implicación personal diferencia a un emprendedor del resto de la sociedad.
Marchesnay y Julien	Lo que distingue a un emprendedor de éxito es la capacidad de transformar realidades en oportunidades.
Mulcahy	El emprendedor ha de tener la cualidad de tener controlado su negocio.

Penrose	Ha de tener intuición para búsqueda de oportunidades y capacidad para asignar recursos.
Pinchot	El emprendedor ha de tener imaginación y ver lo que otros no ven con tanta claridad.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: Principales cualidades del empresario (continuación)

Autor	Principales cualidades del emprendedor
Ronstadt	El emprendedor ha de buscar oportunidades y asumir riesgos en su toma de decisiones.
Sahlman, et al.	El emprendedor ha de tener el talento de identificar una oportunidad que le genere una recompensa.
Schumpeter	Ha de ser innovador.
Shackle	Mucha imaginación.
Stephan	El emprendedor debe tener y buscar una gran reputación que se transformará en valor para su empresa.
Stigler	Un emprendedor de éxito tiene que tener la habilidad de buscar y gestionar una información de éxito.
Varela	La principal características de un emprendedor es su liderazgo.

Fuente: Elaboración propia

Otro rasgo habitual en emprendedores es el deseo de superación, algo que no es específico de los emprendedores, pero que en éstos se da casi por exigencias del mercado, pues para competir o innovar se tiene que estar constantemente superándose día a día. Veciana (2005) afirma que la intuición es otra característica fundamental que debe poseer un buen emprendedor.

La formación empresarial o la experiencia del emprendedor es importante para Del Prado (2008), quién afirma que la tasa de mortalidad de las empresas creadas por individuos con mayor formación o experiencia es menor. Las personas que poseen altos

niveles de formación tendrán más probabilidades de convertirse en empresarios y entre éstas aquellas que posean mayores niveles formativos tendrán mayores probabilidades de éxito en su negocio. También señala a la experiencia profesional como elemento primordial cuya función será similar a la formación. Kantis et al. (2002) establecieron una correlación positiva entre experiencia y rentabilidad/crecimiento de la empresa. Vaquero y Ferreiro (2010) observaron que el 83% de los emprendedores de los viveros de empresas de Galicia tenían experiencia previa, lo que pone de manifiesto que el emprendedor no es un aventurero, sin formación, ni experiencia que se lanza a la aventura empresarial. Cooper et al. (1988) realizaron diversos análisis y se centraron en cuatro grandes aspectos: la biografía del fundador, la experiencia previa en gestión, el conocimiento del sector y el capital financiero. Como conclusión más importante se debe señalar que el número de socios es la variable más significativa para explicar un rápido crecimiento de la empresa, pero también la experiencia previa en un sector es fundamental.

Bruno et al. (1987) estudiaron las causas que provocaron los fracasos en empresas de nueva creación. Afirman que la causa principal es el surgimiento de problemas de gestión así como limitaciones relacionadas con la capacitación o formación académica del gestor. Por su parte Parker y Van Praag (2004) afirman que los emprendedores con mejor formación académica tendrán más fácil la obtención de recursos financieros.

Por último Cooper et al. (1988) concluyeron que el éxito empresarial será más probable si se producen estas condiciones: saber trabajar en equipo, tener un alto nivel educativo, una experiencia empresarial relevante, haber trabajado en una empresa del mismo sector, haber puesto en marcha proyectos parecidos con anterioridad, provenir de una gran empresa y tener más capital.

6. Política del fomento empresarial

El objetivo de las políticas de fomento empresarial ha de ser el aumento de las tasas de supervivencia empresarial según Velasco (1998) y Birch (1987), lo cual encajaría bien por ejemplo con la política específica de los viveros de empresas, ya que estos ayudan a los potenciales empresarios a dar los pasos necesarios y a aumentar las probabilidades de éxito de sus proyectos.

Por su parte Audretsch (2002) señala que es necesario fortalecer las cualificaciones individuales, mejorar la educación y formación, facilitar el acceso a los recursos, favorecer la inmigración e integración, ampliar la oferta de financiación y microcréditos, desarrollar políticas de incentivos a la actividad empresarial y fomento del espíritu emprendedor para aumentar la oferta de emprendedores. Por el lado contrario, García y García (2007) señalan que el principal obstáculo para el desarrollo de una correcta política de fomento del espíritu empresarial es la poca eficacia de las medidas de fomento del emprendedor adoptadas. Audretsch y Thurik (1997) afirman que el fomento del espíritu emprendedor en una región no debe estar tan basado en el desarrollo de infraestructuras y la planificación macroeconómica, sino más bien en actuaciones que tengan que ver con los recursos humanos, el acceso a la información o necesidades del empresario muy diferentes a los recursos financieros. Otros autores como Belso (2004) opinan en sentido contrario, afirmando que la oferta de emprendedores no debe incentivarse a través de actuaciones y políticas públicas.

Por último, el Círculo de Empresarios (2009) propone una doble vía de actuación para incentivar el espíritu emprendedor en España. En primer lugar determina que debe fomentarse el espíritu emprendedor fomentando los valores de espíritu empresarial a nivel social, cultural y cambiando el marco educativo. Y en segundo lugar, señalan que se deben crear las condiciones que favorezcan la traslación de las ideas y habilidades emprendedoras a iniciativas generadoras de valor.

7. La Universidad y la creación de empresas

Uno de los papeles que juega la universidad en las sociedades de todos los países es el de la transferencia del conocimiento que contribuye al desarrollo económico de los mismos. Muchas de ellas tienen viveros de empresas y todas cuentan con OTRIs u Oficinas de Transferencias de Resultados de Investigación, cuya misión es valorizar en el mercado las investigaciones universitarias. Por todo ello es conveniente analizar el papel que juegan las universidades en la creación de empresas.

Rodeiro (2007) señaló que “la innovación tecnológica es uno de los principales pilares en los que se fundamenta la nueva economía altamente vinculada a la sociedad del conocimiento”, mientras que Vaquero y Ferreiro (2010) manifiestan que dentro de las estrategias necesarias para conseguir un alto potencial tecnológico y, como

consecuencia, innovación y crecimiento económico, se pueden incluir varias iniciativas de política pública que pueden ser llevadas a cabo por organismos públicos o instituciones sin ánimo de lucro, cuyo objetivo es el desarrollo económico de un área económica y que se mencionan a continuación: los parques científicos, los parques de investigación, los parques tecnológicos, los centros de investigación, los parques de negocio y los viveros de empresas.

Salas et al. (2000) se centran en la importancia de la interrelación entre los agentes que participan en el proceso innovador y que todos son necesarios para innovar ¿acaso se puede innovar sin ser emprendedores? O, ¿éstos lo pueden hacer a espaldas de las universidades?; y si falla la financiación, ¿se puede mantener una actitud investigadora y de innovación cuando éstos necesitan un período para recuperar la inversión realizada? La innovación y la tecnología están muy ligadas a la universidad y a las instituciones públicas. Como punto negativo muchos empresarios vinculan innovación con subvenciones, de tal manera que es habitual ver grupos de investigadores universitarios o grupos de trabajos de las empresas creados al calor de una subvención, por lo que la innovación dependería de la subvención. Algunos autores consideran necesario romper el binomio subvención-innovación al considerar que ésta debe hacerse por convicción y no por las ayudas que se pudieran otorgar.

Por otra parte, a lo largo de las tres últimas décadas se produjeron transformaciones importantes en el contexto que rodean a los sistemas de educación superior, que dieron lugar a una nueva universidad que se conoce como Universidad emprendedora (Clark, 1998). Clark señala además varios factores necesarios para conseguir el éxito en las actividades de emprendimiento de las instituciones de educación superior: contar con una dirección reforzada, una periferia desarrollada, base financiera diversificada y la motivación del cuerpo académico. Rodeiro (2007) señala que la transferencia de conocimiento a la sociedad es el principal instrumento para que las universidades interactúen con el resto de agentes económicos. En esta línea Stephan (2001) define la transferencia de tecnología como todas aquellas interacciones entre las universidades y las empresas.

Hay una serie de causas que han permitido el emprendimiento desde la universidad y que éste alcanzará una gran importancia, entre ellas se destaca el impulso

de la transferencia de conocimiento de la universidad que produce importantes retornos económicos que generan crecimiento y desarrollo local. Ontiveros et al. (2005) señalan la importancia de fortalecer los programas existentes de estancias de científicos y doctores en empresas y facilitar la canalización de proyectos empresariales surgidos en centros universitarios.

A pesar del reconocimiento cada vez mayor por parte de la sociedad acerca de la necesidad de crear empresas desde la universidad; y del aumento de medidas para conseguirlo, el cambio hacia una cultura más emprendedora no es fácil ni está alcanzado todavía.

8. Conclusiones

El recorrido por las aportaciones de los distintos autores y marcos teóricos acerca de la figura del emprendedor, ofrece una amplia y rica suma de puntos de vista y contribuciones que han ido evolucionando con el tiempo. Las aportaciones de figuras como Shumpeter, Drucker, Audretsch o Casson son muy importantes, pero como se ha podido comprobar podría hacerse una lista grande de autores destacados en la materia, tal y como se constata observando las tablas-resumen que se incluyen en el artículo. Se han podido comprobar también algunas discrepancias entre distintas visiones y marcos teóricos; en este sentido el caso más paradigmático es el de la innovación como requisito para considerar la actividad emprendedora: necesario para algunos y prescindible para otros. Otros casos están relacionados con la inclusión o no de las características personales, riesgo en el que incurre y comportamiento oportunista del emprendedor.

Con todo, se pueden destacar aportaciones tales como los determinantes del comportamiento del emprendedor, los objetivos del emprendimiento (i.e., riqueza personal vs autorrealización), aportaciones teóricas sobre la empresa familiar, condiciones necesarias para asegurar la capacidad de emprender y limitaciones a la misma. En relación con la situación actual de crisis económica, debe destacarse que el elevado desempleo anima a emprender a los individuos, pero la formación y cualidades de los mismos suele tener un papel primordial en el futuro éxito de su proyecto empresarial. Otras aportaciones a señalar están relacionadas con la necesidad de canalizar hacia los agentes que lo necesiten la información evitando en la medida de lo posible que ésta sea asimétrica.

En cuanto a los factores que impulsan la función empresarial, algunos autores afirman que la tenencia o recepción de información acerca de una asignación ineficiente de recursos generará oportunidades de emprendimiento; otros hablan de la importancia e influencia de la cultura y las normas sociales, el crecimiento económico, la tasa de desempleo o los tipos de interés. Otros resaltan la importancia que juega la combinación de las cualidades innatas del empresario combinadas con el uso de otros recursos utilizados en la gestión de la actividad empresarial. En relación con lo anterior, Baumol (1993) estima que “la oferta total de empresarios varía mucho de unas sociedades a otras”. Otros autores destacan el carácter abierto y libre que tradicionalmente acompaña a las sociedades con mayor espíritu emprendedor.

Otro elemento a destacar es el “ecosistema del emprendedor”, que según Emprendia (USC) está formado por el asesoramiento, financiación, formación y ubicación, y es fundamental para entender el comportamiento de los emprendedores. También se han analizado modelos de creación de empresas y las fases de ese proceso.

En relación al marco institucional, se ha advertido que es primordial que sea apropiado para crear las condiciones necesarias que permitan lograr un adecuado desarrollo empresarial; incluyéndose aquí el papel del marco legal como palanca incentivadora o desincentivadora de comportamientos. Las medidas de política económica, que han de dedicarse a motivar el emprendimiento y a reducir la tasa de mortalidad de las nuevas empresas, tienen además gran importancia en el comportamiento emprendedor, observándose diferencias entre países por causa de las distintas políticas. Audretsch (2002) indica que esas políticas más que basarse en la dotación de infraestructura, han de incidir sobre los recursos humanos y el espíritu emprendedor. También es fundamental hablar dentro del marco institucional del papel del sistema fiscal, el mercado laboral, la calidad del sistema jurídico, el tratamiento de la morosidad, y la burocracia. Por otra parte y volviendo a las políticas, éstas también han de perseguir potenciar la transferencia de conocimientos desde las universidades al mundo de la empresa, incluyéndose aquí medidas tales como la creación de los parques científicos, los parques de investigación, los parques tecnológicos, los centros de investigación, los parques de negocio y los viveros de empresas. El fortalecimiento de los programas existentes de estancias de científicos y doctores en empresas y el facilitar la canalización de proyectos empresariales surgidos en centros universitarios contribuyen también a mejorar esa transferencia de conocimientos. La innovación y la

tecnología están muy ligadas a la universidad y a las instituciones públicas, sin embargo se ha detectado la existencia de cierta cultura de realizar trabajos de innovación al calor de una subvención y no por convicción, binomio que los autores ven conveniente romper.

Por último, respecto a los rasgos del emprendedor que es uno de los factores antes mencionados como fuente de discrepancias entre autores a la hora de incluirlos o no en la definición de emprendedor y actividad empresarial; sin embargo sí parece haber cierto consenso entre ciertos rasgos de esa personalidad del emprendedor: deseos de libertad e independencia, autorrealización personal, deseo de superación, o la vivencia etapas vitales difíciles. En la tabla 3 se ha mostrado un resumen de las aportaciones sobre esta cuestión. Algunos autores señalan que los emprendedores suelen tener experiencia previa antes de poner en marcha un proyecto por su cuenta; mientras que otros hablan de que la falta de formación y capacidades de gestión son las principales causas de fracaso de las empresas.

Bibliografía

- ACS, Z. J.; AUDRETSCH, D. B.; BRAUNERHJELM, P. Y CARLSSON, B. (2004): “The Missing Link: The Knowledge Filter and Entrepreneurship in Endogenous Growth”. *Paper to be presented at the DRUID Summer Conference 2003 on CREATING, SHARING AND TRANSFERRING KNOWLEDGE*. The role of Geography, Institutions and Organizations. Copenhagen June 12-14, 2003.
- AMATORI, F. (2010): “Determinants and typologies of entrepreneurship in the history of industrial Italy”, en *The determinants of entrepreneurship. Leadership, culture, Institutions*. Editado por García-Ruiz, J. L. y Toninelli, P. A. “Perspectives in economic and social history”. Nº 7. Pickering & Chatto, Londres.
- ANDREWS, P. (1949): *Manufacturing Business*. Macmillan. Londres.
- AUDRESTCH, D. Y THURIK, A. (2000): “Capitalism and democracy in the 21 St. Centuries: from the managed to the entrepreneurial economy”. *Journal of Evolutionary Economics*, vol. 10, pp. 17-34.
- AUDRETSCH D. Y KEILBACH, M. (2004): “Entrepreneurship Capital and Economic performance”. *Regional Studies*, vol. 38.8, pp. 949-959.
- AUDRETSCH, D. (1995): *Innovation and Industry Evolution*. MIT Press, Cambridge, Massachusetts.
- AUDRETSCH, D. (2002): “Entrepreneurship: A survey of the literature”, elaborado para la *Comisión Europea, Dirección General de Empresa*, Institute for Development Strategies, Indiana University and Centre for Economic Policy Research (CEPR). London.
- AUDRETSCH, D. (2009): “Capital emprendedor y crecimiento económico”. *Investigaciones Regionales*, Núm. 15, 2009, pp. 27-45. Asociación Española de Ciencia Regional. España.
- AUDRETSCH, D. Y STEPHAN, P. (1996): “Company-scientis locaional links: the case of biotechnology”. *The American Economic Review*, vol 86, nº 3.
- AUDRETSCH, D. Y THURIK, A. (1997): “Sources of growth: the entrepreneurial versus the managed economy”. *Documento de trabajo resultado de la serie de visitas realizadas por Audretsch como investigador invitado en el Tinbergen Institute*. Septiembre 1997.

- AUDRETSCH, D. Y THURIK, A. (2004): “A model of the Entrepreneurial Economy”. *International Journal of Entrepreneurship Education*, vol. 2, nº 2, pp. 143-166. Senate Hall Academic Publishing.
- BAIN, J. (1956): *Barriers to New Competition*. Harvard University Press. Cambridge. Massachusetts.
- BAIN, J. (1968): *Industrial Organization*. 2ª edition. Wiley. New York.
- BAUMOL, W. (1968): “Entrepreneurship in economic theory”. *American Economic Review* (Papers and Proceedings), nº 58, pp. 64-71.
- BAUMOL, W. (1982): “Contestable markets: an uprising in the theory of industry structure”. *American Economic Review*, nº 72, vol. 1, pp. 1-15.
- BAUMOL, W. (1993): *Entrepreneurship, management, and the structure of payoffs*. The MIT Press. Cambridge. Massachusetts.
- BELSO, J. (2004): “La actuación pública para el fomento de nuevas empresas: Hacia un enfoque de política económica”. *Boletín Económico del ICE*, nº 2813.
- BIRCH, D. (1987): *Job Creation in America: How Our Smallest Companies Put the Most People to Work*. The Free Press. New York.
- BRUNO, A.; LEIDECKER, J. Y HARDER, J. (1987): “Why firms fail”. *Business Horizons*, vol. 30, nº 2, pp. 227-242.
- BUCKLEY, P. Y CASSON, M. (1976): *The Future of the Multinational Enterprise*. Holmes & Meier. New York.
- CALLEJÓN, M. (2009): “La economía emprendedora de David Audretsch”. *Revista de Investigaciones Regionales*, pp. 47-54.
- CALLEJÓN, M. Y ORTÚN, V. (2009): “La caja negra de la dinámica empresarial”. *Revista de Investigaciones Regionales*, pp. 167-189.
- CANTILLON, R. (1755): *Essai sur la Nature du Commerce en Générale*. Macmillan. Londres (1931).
- CARTON, R.; HOFER, C. Y MEEKS, M. (1998): “The entrepreneur and the entrepreneurship: Operational differences of their role in society”. *ICSB Singapore Conference Proceedings*.
- CASSON, M. (1982): *The entrepreneur, an economic theory*. Martin Robertson. Oxford.
- CASSON, M. (2005): “Entrepreneurship and the theory of the firm”. *Journal of Economic Behavior and Organization*, vol. 58, numb. 2.

- CIRCULO DE EMPRESARIOS (2009): “El espíritu emprendedor; elemento esencial para afrontar la crisis económica española”. *Documentos Círculo*. Diciembre 2008/Enero 2009. Madrid.
- CLARK, B. (1998): *Creating entrepreneurial universities organizational pathways of transformation*. IAU Press. New York.
- COASE, R. (1937): “The nature of the firm”. *Economics* (N. S.), vol. 4, nº 16, pp. 386-405.
- COLLINS, O.; MOORE, D. Y UNWALLA, D. (1964): *The Enterprising Man*. Bureau of Business and Economic Research, Graduate School of Business Administration, Michigan State University.
- COMISIÓN EUROPEA (2003): *Benchmarking Enterprise Policy: Result from the 2003 scoreboard*. Commission Staff Working Document SEC. Bruselas.
- COOPER, A.; WOR, C. Y DUNKELBERG, W. (1988): “Entrepreneurs’ perceived chances for success”. *Journal of Business Venturing*. Vol. 3, pp. 97-108.
- DE LA ROCHA, C. (2012): *Titorización de proxectos a emprendedores*. USC. Santiago de Compostela.
- DEL PRADO, J. (2008): *Emprendedores y función empresarial en España*. Colección Tablero. Instituto de Estudios Económicos. Madrid.
- DEMSETZ, H. (1973): “Industry Structure, Market Rivalry, and Public Policy”. *Journal of Law and Economics*. University of Chicago Press, vol. 16, nº 1, pp. 1-9.
- DRUCKER, P. (1985): *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Heinemann Publishing, Portsmouth (New Hampshire).
- DUARTE, J. E. (2009). *Emprendedor: crear su propia empresa*. Starbool, Paracuellos de Jarama.
- ELY, R. Y HESS, R. (1937): *Outlines of Economics*. MacMillan, 6ª Edition. New York.
- EMBID, J. Y SALAS, V. (2005): “El gobierno de los grupos de sociedades”. Documento de trabajo 64/2005, 19/06/2005. *Laboratorio de la Fundación Alternativas*. Madrid.

- GARCÍA, A. M. Y GARCÍA, M. G. (2007): “Diferencias culturales y comportamiento emprendedor: un análisis cross-cultural intrapais”. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. Vol. 16, nº 4, pp. 47-68.
- GARCÍA, M. A. (2011): “Análisis causal con ecuaciones estructurales de la satisfacción ciudadana con los servicios municipales”. *Proyecto Fin de Máster*. Universidad de Santiago de Compostela.
- GARCÍA, S. (1985): “El papel del empresario en un nuevo ordenamiento económico”. *Working Papers nº 105*. Instituto de Dirección y Organización de Empresas. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de Alcalá de Henares.
- GERBER, M. (1997): *El mito del emprendedor. ¿Por qué no funcionan las pequeñas empresas y qué hacer para que funcionen?* Paidós. Barcelona.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM) (2010): *Informe Ejecutivo GEM España*. Disponible en: www.ie.edu/gem
- HAYEK, F. (1949): “The meaning of competition”, en HAYEK, F. (1959), *Individualism and Economic Order*. Routledge and Kegan Paul. Londres, pp. 92-106.
- HISRICH, R.; PETERS, M. Y SHEPERD, D. (2005): *Entrepreneurship*. McGraw-Hill/Interamericana de España, 6ª Edición, Madrid.
- JACQUEMIN, A. (1987): *The New Industrial Organization: Market Forces and Strategic Behaviour*. MIT Press. Cambridge.
- KANTIS, H., ISHIDA, M. Y KOMORI, M. (2002): *Empresarialidad en economías emergentes: creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*. Banco Interamericano de Desarrollo. Washington.
- KAUANUI, S.; THOMAS, K.; RUBENS, A. Y SHERMAN, C. (2010): “Entrepreneurship and Spirituality: A comparative analysis of entrepreneurship' motivation”. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*. Tomo 23, Nº 4.
- KIRZNER, I. (1973): *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- KIRZNER, I. (1998): *Competencia y empresariabilidad*. 2ª edición. Unión editorial. Madrid.
- KNIGHT, F. (1921): *Risk, Uncertainty and Profit*. Ed. Stigler G. J. University of Chicago Press. Chicago.

- LAFUENTE, A.; SALAS, V. Y PÉREZ, R. (1985): “Tipos de empresario y de empresas”. *Economía Industrial*, 246 (noviembre–diciembre), pp. 139-151.
- LEIBENSTEIN, H. (1978): *General X-efficiency Theory and Economic Development*. Oxford University Press. Nueva York.
- LICHT, A. Y SIEGEL, J. (2007): “The social Dimensions of Entrepreneurship”, en CASSON, M.; YEUNG, B.; BASU, A. Y WADESSON, N.: *The Oxford Handbook of Entrepreneurship in the region*. International Studies in Entrepreneurship, Springer. Berlin.
- LÜCKGEN, I.; OBERSCHACHTSIEK, D.; STERNBERG, R. Y WAGNER, J. (2006): “Nascent entrepreneur in German regions” en FRTISCH, M. Y SCHUMEDE, J. (Eds): *Entrepreneurship in the region*. International Studies in Entrepreneurship, Springer, Berlin.
- MARCHESNAY, M. Y JULIEN, P. (1988): “Competitivité de la petite entreprise: facteurs et conditions”, *Informe presentado al ministerio de Investigación y Enseñanza Superior de Francia*, ERFI, Montpellier.
- MASON, E. (1939): “Price and production policies of large-scale enterprises”. *American Economic Review*, nº 29, pp. 61-74.
- MASON, E. (1949): “The current state of the monopoly problem in the United States”. *Harvard Law Review*, nº 62, pp. 1265-1285.
- MILGRON, P. Y ROBERTS, J. (1988): “Economic Theories of the Firm: Past, Present, and Future”. *Canadian Journal of Economics*, vol. 21, nº 3, pp. 444-458.
- MILL, J. (1848): *Principles of Political Economy* (Nueva Edición). Editorial W. J. Ashley. Longmans. Londres (1909).
- MULCAHY, K. (2003): “Entrepreneurship or Cultural Darwinism? Privatization and American Cultural Patronage”. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, USA.
- NORDHAUS, W. (2004): “Schumpeterian profits in the American economy: theory and measurement”. *Working Paper nº 10.433*, National Bureau of Economic Research (NBER). Cambridge. Massachusetts.
- NORMAN, G. Y LA MANNA, M. (1992): *The New Industrial Economics*. Edward Elgar Publishing. Londres.

- ONTIVEROS, E.; ROJAS, A.; SERRANO, B. Y AMOR, A. (2005): *Innovación y capacidad para emprender: diagnóstico de la situación en España y líneas de acción*. Grupo Analistas Financieros Internacionales. Indra Sistemas. Madrid.
- PARKER, S. Y VAN PRAAG, C. (2004): “Schooling, Capital Constraints and Entrepreneurial Performance”. *Tinbergen Institute Discussion Paper*, nº TI 2004-106/3, Amsterdam.
- PENROSE, E. (1959): *The Theory of Growth of the Firm*. Oxford University Press. Oxford.
- PINCHOT, G. (1985): *Intrapreneuring*. Harper & Row, Publishers, New York, USA.
- RODEIRO, D. (2007): *La creación de empresas en el entorno universitario español y la determinación de su estructura financiera*. Tesis doctoral. USC. Santiago de Compostela.
- RONSTADT, R. (1984): *Entrepreneurship*. Lord Publishing. USA.
- SAHLMAN, W.; STEVENSON, H.; ROBERTS, M. Y BHIDÉ, A. (1999): *The entrepreneurial venture*. Segunda edición. Harvard Business School Press, Boston (Massachusetts).
- SALAS, C.; AGUILAR, I. Y SUSANAGA, G. (2000): “El papel de la innovación en el desarrollo económico regional: Algunas lecciones y experiencias del contexto internacional”. *Transferencia*, año 13, nº 49.
- SANDERS, M. (2007): “Scientific paradigms, entrepreneurial opportunities and cycles in economic growth”. *Small Business Economics*, vol. 28, nº 4, pp. 339-354.
- SAVARY, J. (1675): *Le parfait négociant ou Instruction générale pour ce qui regarde le commerce des marchandises de France et des pays étrangers*. J. Guignard. Paris.
- SAY, J. (1803): *Traité de Economie Politique*. Edición de 1972, Calmann-Lévy Éditeur. París.
- SCHAPER, M. (2002): “The essence of entrepreneurship”. *GMI Theme Issue: Environmental Entrepreneurship*. Curtin University of Technology, Australia, Greenleaf Publishin.
- SCHUMPETER, J. (1934): *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press. Cambridge. Massachussets.

- SHAPERO, A. (1977): *The role of the entrepreneurship in economic development at less than national level*. Office of Economic Research, Economic Development Administration, U.S. Dpt. of Commerce, Washington.
- SMITH, A. (1776): *La riqueza de las naciones*. Editorial W. Strahan & T. Cadell. Londres. Reino Unido.
- STEPHAN, P. (2001): “Educational implications of University-Industry technology transfer”. *Journal of Technology Transfer*. Nº 26, vol. 3, pp. 199-205.
- STIGLER, G. (1961): “The economics of information”. *Journal of Political Economy*, nº 69, pp. 213-25.
- VAQUERO, A. Y FERREIRO, F. (2010): *El papel de los viveros de empresa en Galicia como agentes de promoción económica y generación de empleo*. Editorial Xunta de Galicia. Consellería de Traballo e Benestar. Santiago de Compostela.
- VARELA, R. (1998): *Innovación empresarial: Un nuevo enfoque de desarrollo*. ICESI 5ª ed. Cali. Colombia.
- VECIANA, J. (2005): *La creación de empresas. Un enfoque gerencial*. Colección Estudios Económicos, nº 33. La Caixa. Barcelona.
- VELASCO, R. (1998): “La creación de empresas en España: el papel de los programas públicos”. *Iniciativa Emprendedora y empresa familiar*, nº 12, pp. 37-41.
- VESPER, K. (1990): *New Venture Strategies*. Englewood Cliffs. NJ: Prentice Hall.
- WALRAS, I. (1874): *Eléments d'économie Politique Pure ou Théorie de la Richese*. Traducción al castellano: Elementos de economía política pura. Ed Alianza. Madrid.