

# **C**APÍTULO 2

**EL EMPRENDEDOR Y LA CREACIÓN DE EMPRESAS.**

***ENTREPRENEURSHIP* COMO OBJETO DE ESTUDIO.**



## 1. Cuestiones terminológicas: *entrepreneur* y *entrepreneurship*

Como ocurre con frecuencia en el ámbito científico, hay términos de otras lenguas (principalmente la inglesa) que hemos asimilado sin encontrar el referente adecuado en la nuestra. También ocurre a veces que en su idioma original estos términos, en su aplicación científica, pueden tener diversas acepciones según el contexto en que se utilicen. Es el caso de las palabras *entrepreneur* y *entrepreneurship* en nuestro ámbito de estudio. Esta imprecisión es precisamente la principal causante de los problemas existentes a la hora de delimitar el tema y concretar unos contenidos (Lumpkin & Dess, 1996).

El español es un lenguaje más concreto y preciso en cuanto a terminología, y contamos aquí con palabras con etimologías originariamente idénticas pero con precisión de contenidos. En nuestro caso las palabras *empresario* y *emprendedor* aún compartiendo orígenes etimológicos -ambas derivan del vocablo latino *prenderé*, que significa ‘acometer’, ‘intentar’, ‘meterse en’ (Moliner, 1988, T. a/g, p. 1089)- tienen significados, aunque próximos, diferentes. El *empresario* es, en una de sus acepciones, el “*titular propietario o directivo de una industria, negocio o empresa*” (RAE, 2001, T. a/g, p. 890), y el término *emprendedor* es una adjetivo que se aplica a aquella personas o entidad “*que emprende (acomete) con resolución acciones dificultosas o azarosas*” (ídem, p.889) y entre esas acciones, como comprobamos al consultar la voz *emprender* está “*un negocio*”. No obstante ser adjetivo, el uso común y científico sustantiva el término *emprendedor*. Mientras que nuestro idioma nos permite marcar y matizar diferencias, no ocurre igual en la lengua inglesa en la que se encuentra la mayoría de las fuentes documentales que consultamos en nuestro desempeño investigador, y comprobamos que se usa la voz *entrepreneur* para referirse tanto al empresario como al emprendedor, y sólo contextualmente podemos conocer su consideración concreta. Pero aún así, en cuantiosas ocasiones en la literatura científica sobre el emprendedor es difícil diferenciar el *entrepreneur* emprendedor del *entrepreneur* empresario. Quizá sea, sospechamos, porque existe una identidad de figuras al asignarse al empresario la función o actividad emprendedora (Nueno, 1996). De hecho, la primera vez que surge el término es en los escritos del pensador francés Cantillón allá por 1755 (mediados del XVIII), quien se refiere al *entrepreneur*, al empresario, a quien le asigna entre sus

funciones la de crear, poner en marcha la actividad empresarial. Desde entonces y hasta casi nuestros días los estudios sobre el emprendedor se han efectuado desde la perspectiva de la teoría económica y se han centrado en la denominada *función empresarial* (Veciana, 1999). Para los autores que abarcan este periodo el *entrepreneur* es el empresario, quien entre otras muchas funciones (capitalista o suministrador de capitales, decisor, empleador de recursos, árbitro, contratista, etc.) tiene la de asumir riesgo, entre ellos el de crear una empresa y los que supone su mantenimiento, e innovar, es decir, emprender (Herbert & Link, 1989, 1982). Es a partir de la década de los cincuenta de la pasada centuria (XX) cuando desde el campo de las ciencias empresariales y con una óptica multidisciplinar se aborda el estudio del *entrepreneur* exclusivamente en su vertiente emprendedora, poniendo el énfasis en el sujeto, sus capacidades, comportamientos, etc. (Veciana, 1999). Es desde este momento que identificamos más claramente al *entrepreneur* como el emprendedor, aquel sujeto, solo o en compañía de otros, que decide crear una empresa. En el capítulo relativo al emprendedor abundaremos en la delimitación conceptual del mismo.

El otro término sobre el que creemos necesario hacer algunas precisiones es *entrepreneurship*. Es a partir de finales de los 70 del siglo pasado cuando esta palabra cobra mayor identidad, y su significado o contenido varía según el enfoque e intención de quien lo utiliza (Lumpkin & Dess, 1996). Desde el ámbito económico podría considerarse como un proceso espacial y sectorial de creación, expansión y consolidación de empresas que cambia entre regiones y sectores (Arzeni, 1998); desde el político se refiere al conjunto de normas, políticas y programas implementados por los gobiernos para el fomento del espíritu emprendedor y la creación de empresas y el desarrollo de una cultura que los favorezca (Comisión de las Comunidades Europeas, 2003a), y académicamente el ámbito de la acepción es mucho más amplio.

Para algunos investigadores el *entrepreneurship* comprende el estudio del conjunto de las habilidades necesarias para ser emprendedor y crear una empresa con futuro (Timmons, 1999, 1990). Otros se centran en el proceso de creación de empresas, globalmente o en sus fases, que comprende desde el surgimiento de la idea o la detección de una oportunidad (Timmons, 1999, 1990, 1989) hasta la movilización y planificación –*Business Plan*- de los recursos necesarios para materializar dicha idea u oportunidad en la creación de una empresa (Sahlman & Stevenson, 1991; Kao, 1991;

Vesper, 1990; Brandt, 1982). Para otros el *entrepreneurship* también comprende la figura del emprendedor, tanto individual o en grupo (Drucker, 1999, 1997; Cooper & Dunkelberg, 1986; Jarillo, 1986; Birch, 1979; McClelland, 1961) como corporativo (Lumpkin & Dess, 1996; Stopford & Baden-Fuller, 1994; Naman & Slevin, 1993; Stevenson & Jarillo, 1990). En suma, esta diversidad de enfoques no hace sino crear un marco general del estudio del proceso de creación de empresas que comprende el estudio de las condiciones económicas y los mercados de los recursos, la estructura y dinámica de los sectores en que se desarrolla la actividad emprendedora, el marco legal y regulatorio (marco institucional formal), la financiación y búsqueda de recursos y, por último también, los aspectos personales y de comportamiento del emprendedor (Kantis, Angelelli & Gatto, 2001). Es decir, podemos considerar el *entrepreneurship*, desde la perspectiva investigadora y académica, como un cuerpo de conocimientos a cerca de los emprendedores y de la creación de empresas y, complementariamente, puesta en marcha de nuevos negocios en las empresas ya existentes.

Para terminar señalar el intento de buscar un término correspondiente en español al de *entrepreneurship*. Hemos observado que en muchas investigaciones y publicaciones, así como traducciones, procedentes de los países hispanoparlantes hermanos del otro lado del Atlántico, se suele sustituir *entrepreneurship* por empresarialidad. No nos compete pronunciarnos sobre lo acertado o no de la palabra, pero si hemos de indicar que no se encuentra recogida por la Real Academia Española en la edición (22ª, 2001) de su último diccionario, en el que han intervenido por primera vez todas las academias de la lengua de los países de habla hispana. ¿Será cuestión de tiempo?

## **2. *Entrepreneurship*. Evolución histórica.**

En el presente capítulo queremos exponer las líneas básicas del marco teórico en que se sustentan el estudio del *entrepreneurship*, entendido en sentido amplio tal y como expusimos a forma de corolario en el apartado precedente: conjunto de conocimientos relacionados con el emprendedor y la creación de empresas. Para ello debemos, primero, abordar la evolución histórica que ha experimentado esta área de conocimiento y, a continuación, demarcar la situación actual en tanto los que constituyen los principales enfoques teóricos en vigor. Al primero de los propósitos dedicamos el

presente apartado, y hemos optado por exponer dichas evoluciones a modo de síntesis. En ello se han empleado con satisfactorios resultados los autores que tomamos como referente.

### **2.1. La síntesis cronológica de Blaug**

Mark Blaug se mueve exclusivamente en el terreno de la teoría económica y por tanto se centra en la función empresarial del emprendedor o empresario, *entrepreneur*, no obstante es de gran interés para comprender la situación actual.

Exceptuando una tímida aportación de Schumpeter (1954, 1971) esta síntesis de Mark Blaug (1983) puede considerarse la pionera en el estudio del empresario y emprendedor, *entrepreneur*, a lo largo del pensamiento económico. En principio Blaug no pretendía llevar a cabo una síntesis de este tipo, sino responder a una cuestión que venía planteándose desde hacía tiempo, como él mismo indica, y ésta no es otra sino el por qué como siendo esencial el análisis de la función del empresario en los estudios de economía, se relegaba ésta a un segundo plano cuando no se la relegaba descaradamente. En concreto el planteaba la cuestión en los siguientes términos: “¿se trata de una siniestra conspiración de silencio, o es que los economistas están tan despistados sobre su disciplina que apenas ven lo que tienen delante?” (p. 13). Para responder a esta pregunta toma como camino el de indagar en la historia del pensamiento económico acerca de cómo y cuándo aparece la función del empresario en distintos autores (Santos, 2001). Así revisa las aportaciones de los principales autores desde Cantillon y Turgot en el siglo XVIII hasta Kirzner en su momento actual; perfilando un recorrido cronológico por los distintos autores y escuelas donde aparecen las teorías empresariales de mayor importancia en la historia del pensamiento económico. En este periplo señala cronológicamente las obras de Cantillón y Say, como las primeras en el pensamiento económico; en segundo lugar destaca a Marshall y Knight dentro de la corriente neoclásica; a continuación a Schumpeter, perteneciente a la escuela alemana, y por último y dentro de la escuela austriaca moderna señala a Kirzner. Pero si resulta importante la identificación del pensamiento de estos autores, también lo es la no inclusión de ciertos otros como Smith y Marx. Respecto al primero Blaug enfatiza la confusión existente en su pensamiento entre la figura del empresario y del capitalista, lo que no sólo deja de ser esclarecedor sino que tampoco hace

aportaciones dignas de interés; en cuanto a Marx además de esta confusión le achaca una visión parcial y resentida del empresario. También destaca este autor la progresiva desaparición que se produce de la función del empresario a medida que la teoría del equilibrio general estático va ganando adeptos entre la mayoría de los economistas en las primeras décadas del siglo XX y a medida que hace su aparición la macroeconomía a través de los estudios de Samuelson y Hicks en los años treinta y Debreu y Arrow en los cincuenta de la pasada centuria (Santos, 2001). Esto es así porque las figuras del empresario innovador glosada por Schumpeter y la del empresario que se enfrenta a la incertidumbre dibujada por Knight, son agentes económicos muy dinámicos que impulsan el desarrollo y promueven la innovación, y por tanto tienen un difícil encaje dentro de análisis del equilibrio estático. Todo esto, en palabras del autor, nos ha llevado a que *“no hay un consenso entre los economistas sobre la teoría empresarial”*, lo que a su vez ha supuesto una amplia variedad de aportaciones muy diferentes y diversas, discutiéndose en cada una de ellas cual es el verdadero contenido de la función del empresario y del emprendedor. No obstante, del estudio cronológico de las teorías económicas Blaug colige que las funciones del empresario más importantes, por ser las que más recurrentemente aparecen en las mismas, son tres:

1. **Aportación de capitales.** Si bien es cierto que en los tiempos actuales con los mercados financieros, las formas mercantiles, etc., esta función está perdiendo importancia desde una perspectiva individual al no realizarse exclusivamente por el propio empresario emprendedor.
2. **Administrador o management.** Es decir, todo lo concerniente a la planificación, organización, gestión y control. En la medida que esta función cada vez está más profesionalizada y se tiende a delegar, va, al igual que la anterior, perdiendo importancia en cuanto propia del empresario emprendedor.
3. **Poder de decisión.** Referido principalmente a la toma de decisiones fundamentales tales como crear una empresa (inversión inicial), fijar la misión y los objetivos de la empresa, decidir las unidades de negocio (producto/mercado), etc. Esta función es la realmente genuina del emprendedor y empresario, su auténtica seña de identidad y, por tanto, la más característica de su función.

La síntesis de Blaug es bastante esclarecedora en cuanto proporciona una visión cronológica global de gran utilidad para conocer la situación actual del empresario

empresedor como objeto de investigación; pero también, a juicio de ciertos autores, no carece de sombras, sobre todo por no especificar el criterio que sigue para elegir estas tres funciones y no otras.

## 2.2. La síntesis de autores de Casson

Con este autor ocurre un tanto igual que con el anterior. Casson (1991) realiza su síntesis escogiendo a una serie de autores cuyas aportaciones al estudio del empresario considera de gran interés, de manera que cada uno de ellos enfatiza una determinada función empresarial como esencial en la actividad económica. Además ordena a dichos autores de manera que, según él, las aportaciones de cada uno encajan o se encadenan con las del anterior, es decir, cada una empieza donde la otra lo deja según su orden establecido. En el cuadro siguiente se recogen los autores seleccionados por Casson en el orden que éste los dispone, y la función del empresario o emprendedor que cada uno de ellos destaca.

AUTOR	FUNCIÓN EMPRESARIAL
LEIBENSTEIN	Minimizar la ineficiencia
KIRZNER	Arbitrar y buscar oportunidades de beneficio
KNIGHT	Arriesgar sus recursos
SCHUMPETER	Innovar
PENROSE	Establecer la estrategia de la empresa (administrar)

Fuente: Casson (1991)  
Elaboración propia

Cuadro 1.2.

Excepto Penrose que aporta una teoría de carácter organizacional, donde se hace referencia a la función del management y a las cualidades de los empresarios y directivos, los demás autores pertenecen al campo de la teoría económica ortodoxa (neoclásica)

Casson concatena con gran sentido lógico las teorías de los autores seleccionados. En primer lugar, según Casson, los empresarios, como señala Leibbenstein (1968, 1978), se

mueven en un ambiente cuya principal característica es la ineficiencia, por ello la función esencial del empresario sería minimizar ésta. Pero para conseguir esto el empresario necesita información que le permita reducir esta ineficiencia a través de la búsqueda de oportunidades de beneficio, y esa información y esas oportunidades se encuentran, según Kirzner(1973, 1979), en el mercado. Pero una cosa es detectar las posibles oportunidades y otras llevarlas a cabo con resultados de beneficio, en cualquier caso el empresario se ve obligado a arriesgar sus recursos en la toma de decisiones sobre la oportunidad a explotar en un ambiente que en principio es incierto, según plantea Knight (1948). A partir de aquí se plantea la posibilidad de que el empresario busque nuevos mercados buscando nuevas oportunidades, innovando; entrando en liza la visión schumpeteriana del empresario innovador (Schumpeter, 1942, 1968), que crea nuevos mercados u oportunidades que posteriormente otros imitan y al final pueden llegar a destruirse o desaparecer. Por último Casson señala la importancia de la administración para llevar a buen fin las empresas y sus negocios, siendo fundamentales en este punto las aportaciones de Penrose (1959) para mostrarnos el comportamiento estratégico del empresario una vez que ya se ha producido la innovación.

Aunque la síntesis de Casson se apoya sólo en estas cinco teorías, además de presentarnos sus aportaciones de forma imbricada, permiten al autor elaborar su propia teoría del empresario, definiendo a éste como “*alguien que se especializa en adoptar decisiones críticas sobre la coordinación de recursos escasos*”. Definición breve pero que encierra los elementos fundamentales de la percepción del *entrepreneur* por parte de Casson: el *entrepreneur* es una persona y no un equipo, comité u organización (*alguien*), es decir *individual entrepreneur*; cuya principal característica es la especialización en la toma de decisiones; es además un agente dinámico en cuanto ha de *coordinar*, concepto que va más allá que el de *asignación*, que es propio de una visión estática de la economía, en cuanto a través de ella el empresario se convierte en un *agente de cambio* al mejorar la asignación de recursos e innovar, en el sentido señalado por Leibenstein, Kirzner o Schumpeter, y por último señalar (Santos, 2001) que el campo de actuación del empresario se limita a la esfera económica en cuanto actúa sobre recursos escasos.

### 2.3. La síntesis de las escuelas de pensamiento de Herbert y Link

Al igual que Blaug estos autores (Herbert y Link, 1989, 1982) toman la perspectiva histórica para efectuar su síntesis sobre las distintas teorías empresariales, pero con el claro propósito de centrarse exclusivamente en la síntesis sin pretender poner de manifiesto las diferentes teorías; de hecho persiguen, como así lo manifiestan, crear un puente entre la concepción popular y la concepción académica sobre el empresario o emprendedor, a fin de construir una estructura que permita identificar y aclarar la figura del empresario y su papel en la teoría económica.

Como resultado de su revisión histórica, en primer lugar, Herbert y Link, en un auténtico alarde de simplificación<sup>1</sup>, efectúan una taxonomía de las más importantes teorías, marcando cómo origen de las mismas la **tradición francesa** y más concretamente la obra de Richard Cantillón, agrupándolas, a partir de este tronco común, en tres grandes tradiciones: la **tradición alemana**, liderada por Thunen y Schumpeter; la **tradición de Chicago**, cuyos autores más representativos son Knight y Schultz, y la **tradición austriaca**, donde destacan Mises y Kirzner. También, fruto de esta revisión, identifican entre las distintas teorías doce **funciones empresariales**, tanto de carácter estático como dinámico, de las cuales los autores consideran que sólo las **ocho concepciones dinámicas** tienen verdadero interés para identificar y definir al empresario emprendedor. Estas concepciones *dinámicas* son (Herbert y Link, 1989, p.41):

- 1) El empresario es la persona que asume riesgos asociados con la incertidumbre.
- 2) El empresario es un innovador
- 3) El empresario es una persona que adopta decisiones
- 4) El empresario es un líder industrial
- 5) El empresario es un organizador y coordinador de recursos económicos
- 6) El empresario es un contratista
- 7) El empresario es un arbitrajista
- 8) El empresario es un asignador de recursos entre usos alternativos

---

<sup>1</sup> Estos autores ante las críticas de la ‘excesiva simplificación’ se defienden argumentando que los autores seleccionados y sus teorías se encuadran en el contexto de la dinámica económica, pero dentro del paradigma del equilibrio general, y que se trata de teorías empresariales que caracterizan al empresario desde una perspectiva funcional y no meramente a través de sus atributos personales.

Esta taxonomía sirve de base a Herbert y Link para aportar su propia concepción del empresario o del emprendedor (el *entrepreneur*) como “*alguien que se especializa en tomar la responsabilidad y adoptar decisiones críticas que afectan a la localización, forma y uso de bienes, recursos e instituciones*” (ibid., p.47), definición que según sus autores tiene un carácter sintético ya que incorpora una amplia variedad de funciones empresariales: coordinación, arbitraje, propiedad, especulación, innovación y asignación de recursos. Es además, para ellos, una concepción personalista en el sentido de que las funciones apuntadas han de ser llevadas a cabo por un individuo y no por un grupo de personas, ente u organización. En este sentido no admiten dentro del área de *entrepreneurship* a las organizaciones emprendedoras (*corporate entrepreneur*) como vienen haciendo muchos autores en la actualidad (Galbraith, Drucker, Peters, entre otros).

Si bien es cierto que esta síntesis recoge las principales aportaciones de algunos de los más destacados autores en *entrepreneurship*, la definición de emprendedor o empresario que extraen de la misma es, como la de Blaug, bastante inconcreta e imprecisa, ya que puede ser aplicada, además de al empresario, a otros agentes económicos (gerentes, responsables políticos, etc.) y a una gran diversidad de funciones.

#### **2.4. La síntesis de acontecimientos empresariales de Binks y Vale**

La síntesis que ahora vamos a abordar tiene un contenido más selectivo que las anteriores, que son más globales. Binks y Vale (1990) dejan desde un principio claro cuál es el objetivo que persiguen: “*determinar el papel y la contribución económica de la función del empresario para identificar los obstáculos que existen sobre la actividad empresarial y conseguir políticas que sean concretas y eficientes*” (p.1); es decir, les mueve un claro espíritu pragmático, buscando identificar con claridad y concisión el papel del empresario en el desarrollo económico a fin de, a partir de este conocimiento, crear una base que permita a los poderes políticos establecer unas condiciones idóneas para el desarrollo de la empresarialidad.

Como otros autores Binks y Vale efectúan su síntesis realizando un recorrido histórico y selectivo de la teoría del *entrepreneur*, seleccionando a aquellos autores que consideran

efectúan alguna contribución importante que sirvan al objetivo antes expuesto (véase cuadro).

	AUTOR	APORTACIÓN
1º	CANTILLÓN	Asociar el riesgo y la incertidumbre con el proceso de toma de decisiones de los entrepreneur
2º	SAY	Identifica y aísla determinadas características del entrepreneur
3º	Escuela Austriaca: MENGER Y KINZER	Identifican al entrepreneur como el sujeto que toma decisiones y que persigue el equilibrio entre la oferta y la demanda
4º	SCHUMPETER	Innovación. Importancia de los emprendedores innovadores en la actividad empresarial.
5º	LEIBENSTEIN	Aplicación de la Teoría de la Eficiencia X por parte del emprendedor para reducir la ineficiencia
6º	CASSON	Destacan la utilidad de su teoría sintética
7º	DRUCKER	Énfasis en la reorientación del management tradicional hacia un management que sea más proactivo y que explote las oportunidades

Fuente: Binks y Vale, 1990

Elaboración propia

Cuadro 2.2.

A partir de este recorrido Binks y Vale extraen dos importantes conclusiones:

- 1) Existen al menos tres tipos diferentes o categorías de entrepreneur:
  - a. **Entrepreneur reactivo**: es aquél que responde a las señales de los mercados, ajustándose: Muy relacionado con la teoría de Kirzner.
  - b. **Entrepreneur que causa el desarrollo económico**: introduciendo e innovando ideas; muy relacionado con el pensamiento de Schumpeter.
  - c. **Entrepreneur que mejora los productos o los procesos**: esto lo hace con la ayuda de la dirección, del management
- 2) Es preferible poner el énfasis en los ‘acontecimientos empresariales’ (*entrepreneurial events*) más que en las personas que los realizan. Estos autores consideran que la literatura al respecto se ha centrado en exceso en el análisis de las características y comportamientos del entrepreneur, cuando, según ellos, los economistas no están preparados ni deben explicar “*las consideraciones sociológicas y psicológicas del impacto de las condiciones económicas cambiantes sobre las propensión de los sujetos a ser empresarios*” (Binks y Vale, 1990, p.19). Es más, opinan que un sujeto tendrán más posibilidades de convertirse en un entrepreneur y ejercer como tal (*entrepreneurial activity*) cuando en su entorno próximo se producen una gran cantidad de acontecimientos empresariales (*entrepreneurial events*).

## 2.5. La síntesis evolutiva de Veciana

La creación de empresas es un campo de estudio relativamente joven que está adquiriendo una importancia creciente como objeto de investigación científica. Para comprender mejor el estado actual de la materia y sus posibilidades de desarrollo, se hace necesario tener una visión de conjunto de sus orígenes y evolución. El profesor Veciana (1999) nos propone un recorrido histórico que nos permitirá no sólo conocer la evolución de las investigaciones sobre la materia, sino además precisar y aclarar algunas cuestiones terminológicas.

Siguiendo el esquema propuesto por el doctor Veciana (1999), vamos a distinguir cuatro etapas en esta evolución teórica, en cada una de ellas destacaremos a los principales autores y sus aportaciones más trascendentes.

Estas etapas, que a continuación abordamos, son: primera, inicios; segunda, estudios históricos; tercera, inicio del programa de investigación científica en el campo de las ciencias empresariales, y cuarta, consolidación y explosión.

### **Etapas I: inicios**

A pesar de la relativa juventud de esta materia de estudio, podemos señalar como origen de la investigación en este campo 1755, cuando aparece en la obra del economista Cantillón el término *entrepreneur* (emprendedor o empresario en francés).

Esta primera etapa abarca desde 1755 hasta finales del siglo XIX. Sus principales **autores** son (Veciana, 1999): Cantillón, Say, von Thünen, John Stuart Mill, von Mangoldt, Clark y Marshal; quienes si se ocupan de estudiar la figura del empresario. Sin embargo, en esta lista, y aún siendo coetáneos, no aparecen ni Adam Smith ni David Ricardo, ya que para ellos no existe la figura del empresario sino sólo la del capitalista, que no se asemeja en nada al concepto de empresario de los demás economistas citados.

La principal preocupación de los economistas de esta etapa es definir la figura del empresario a través de lo que hace y su repercusión en el proceso económico, es decir, definir la llamada *función empresarial* para poder, a su vez, explicar el *beneficio del empresario*, una clase de renta distinta de los tres factores de producción (tierra, trabajo y capital) (Veciana, 1999).

No obstante perseguir el mismo objetivo, no se da un consenso sobre el mismo entre estos autores. Ello es debido fundamentalmente a que todos ellos se mueven en el marco de las llamadas *definiciones esencialistas*; se mueven dentro del llamado *esencialismo metodológico*: identificar por medio de la intuición la o las características esenciales de un objeto (Ferrater, 1994). Este método, que tiene sus orígenes en Platón o Aristóteles, carece de la objetividad del *método científico* hoy al uso, ya que para cada autor unas características serán más esenciales que otras, y por tanto la identificación o definición de un mismo objeto puede divergir de uno a otro (Martínez, 1999).

Han sido varios e interesantes los intentos por parte de autores contemporáneos de sintetizar y aclarar las aportaciones de estos economistas. Es destacable el trabajo de Herbert y Link (1989) quienes ha sintetizado en doce las ideas de estos primeros economistas sobre la definición y función del empresario (Veciana, 1999), y cuyas ocho más dinámicas e interesantes ya expusimos en un epígrafe anterior:

1. El empresario es la persona que asume el riesgo asociado a la incertidumbre.
2. El empresario es la persona que suministra capital.
3. El empresario es un innovador
4. El empresario es un decisor
5. El empresario es un líder industrial
6. El empresario es un ‘manager’ o superintendente
7. El empresario es un organizador y coordinador de recursos económicos
8. El empresario es el propietario de una empresa
9. El empresario es un empleador de factores de producción
10. El empresario es un contratista
11. El empresario es un árbitro
12. El empresario es la persona que asigna recursos entre usos alternativos.

### **Etapa II: estudios históricos.**

La presente etapa va desde comienzos del siglo XX hasta 1958. En ésta se nota claramente la influencia de Max Weber. Proliferan los estudios históricos sobre empresarios, empresas y funciones empresariales, que se recogen, al menos los más interesantes, en dos publicaciones fundamentales: *Harvard Studies in Business History* y *Journal of Business and Economy History*.

La fecha de 1958 que marca el cenit de esta etapa coincide con un acontecimiento de primer orden tal es la creación en la Universidad de Harvard del **Research Center in Entrepreneurial History**. En este centro, bajo la dirección y liderazgo de Arthur C. Cole, se reúnen los más importantes autores en esta área de investigación: el propio Cole, Thomas C. Cochran, Fritz Redlich, Alfred Chandler y Hugh Aitken (Veciana, 1999). Sus trabajos ven la luz en una publicación esencial: *Explorations in Entrepreneurial History*.

La principal preocupación de los autores de esta etapa es perfilar un modelo de programa de investigación científica en torno al empresario y la función empresarial con una perspectiva histórica. Para Cole (1942) un programa paradigmático de este tipo debería contener necesariamente:

- ✓ Biografías de hombres de negocios e historias de empresas vinculadas a ellos.
- ✓ Análisis de los diferentes tipos de empresarios.
- ✓ Estudios de empresarios líderes en cada sector
- ✓ Estudio de las funciones empresariales
- ✓ Estudio de las funciones empresariales en una determinada etapa de la historia.

### **Etapa III: la creación de empresas en el campo de las ciencias empresariales o dirección de empresas.**

Esta tercera etapa se solapa en el tiempo con la anterior, ya que sus inicio podemos situarlo en 1949, y su final en 1979.

En la década de los cuarenta un grupo de investigadores del campo de las ciencias empresariales o dirección de empresas dirigen su interés hacia la creación de empresas y los emprendedores con un enfoque propio y en una doble vertiente (Veciana, 1999): el *estudio de las pequeñas y medianas empresas*, en sus aspectos organizativos y de gestión fundamentalmente, y el *estudio del empresario y la creación de empresas*, motivaciones, comportamientos, etc.. Este interés se plasma por primera vez en la celebración de la 1ª Conferencia Bianual *Rencontres de St.Gall*, que se enmarca dentro de la vertiente del estudio de las pequeñas y medianas empresas.

Destacar en esta etapa determinados hitos de interés. En cuanto a las publicaciones más importantes: aparición en 1963 del *Journal of Small Business*; en 1971 el *Bolton Report* en el Reino Unido; en 1975 aparece el primer número del *American Journal of Small Business* (todas estas publicaciones orientadas hacia el estudio de las pequeñas y medianas empresas).

#### **Etapa IV: consolidación y explosión.**

Siguiendo a Veciana (1999), la consolidación y explosión de la investigación en creación de empresas como programa de investigación científica se inicia en 1979 coincidiendo con la presentación ante el Congreso de los EE.UU., y su posterior publicación, del informe Birch, *El proceso de creación de puestos de trabajo (The Job Generation Process)*, en el que se puso de manifiesto que en el periodo 1969-1976 la mitad de los nuevos puestos de trabajo en Estados Unidos fueron creados por nuevas empresas. La repercusión del mismo en los ambientes políticos y económicos fue inmediata e importante. Los políticos se percatan de la importancia de la creación de empresas en la generación de empleo y en el desarrollo económico, y surge la imperiosa necesidad de su fomento. Consecuentemente la investigación científica en este campo recibe un impulso considerable.

Otros acontecimientos de importancia que nos ponen de manifiesto la explosión y consolidación de este campo de investigación son los siguientes (Veciana, 1999):

- 1981: celebración de la primera conferencia BABSON sobre investigaciones empíricas en este campo, e inicio de la publicación *Frontiers of Entrepreneurship Research* por el Babson College.
- 1985: publicación *Journal of Small Business*.
- 1988: Publicación de las revistas *Family business Review* y *Entrepreneurship: Theory and Practice*, continuadora de la *American Journal of Small Business*.
- 1989: Creación del *European Doctoral Programme in Entrepreneurship and Small Business Management* por parte de la Universidad Autónoma de Barcelona; programa único en el mundo que se imparte en colaboración con otras catorce universidades europeas. Publicación de la revista *Small Business Economics*.

Además en este periodo se vienen desarrollando de forma más o menos periódica una serie de conferencias, congresos y seminarios de interés:

- ↻ *Recontres de St. Gall*. La más veterana conferencia sobre el tema. La organiza la Universidad de St Gallen de Suiza. Tiene carácter bianual, se celebra a finales de septiembre y un indicador de su excelencia y nivel es el hecho de que sólo se puede participar por invitación y es obligatorio presentar una ponencia.
- ↻ *Reent-Research in Entrepreneurship and Small Business*. Organizada conjuntamente por la *European Council for Small Business* y por el *European Institute for Advanced Studies in Management*. Workshop anual que tiene lugar a finales de noviembre.
- ↻ *ICSB International Conference*. Organizada por el *International Council for Small Business*. Normalmente se celebra cada año en el mes de junio.
- ↻ *European Small Business Seminar*. Seminario anual organizado por la *European Foundation for Management Development*. Uno de los más antiguos de Europa pero con un contenido poco académico.

- ↗ *InEnt-Internationalizing Entrepreneurship Education and Training*. Se organiza anualmente entre los meses de junio y julio, y está centrado exclusivamente en la formación en torno a la actividad emprendedora (*entrepreneurship education*).
- ↗ *Babson College Research Conference*. Pionera en la materia. Organizada por el *Babson College*; tiene carácter anual.

Podemos ya delimitar el ámbito del programa de investigación científica en creación de empresas, que se centrará fundamentalmente en el estudio del *empresario*, la *función empresarial* y la *creación de empresas* a través de tres subprogramas (Veciana, 1999):

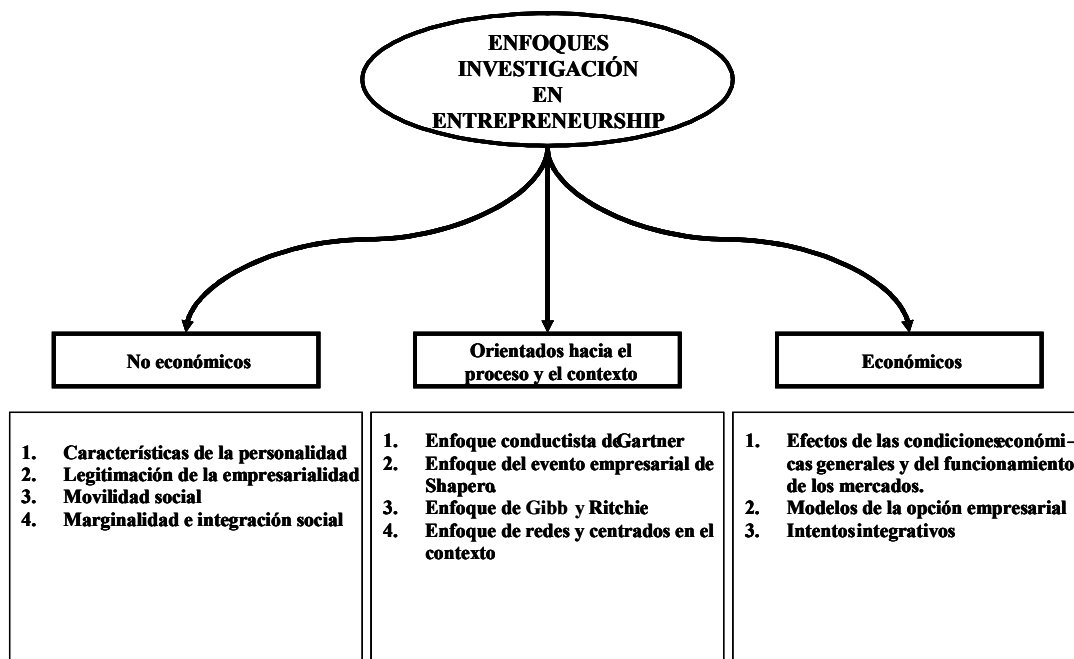
- 1) ***Creación de empresas***, en la doble vertiente de los empresarios individuales (individual entrepreneurship) y los nuevos proyectos innovadores en empresas existentes (corporate entrepreneurship). Aquí se comprende el estudio de la ‘función empresarial’ y la ‘creación de empresas’.
- 2) ***Dirección, crecimiento, desarrollo y problemática de las Pequeñas y Medianas Empresas***. Muy relacionado con el anterior.
- 3) ***Empresas Familiares***. De configuración más reciente, se ocupa de las características y problemática específicas de estas empresas.

### **3. Principales enfoques teóricos en el estudio del *entrepreneurship***

Vamos a entrar en un campo vasto en cuanto a teorías, que podemos clasificar siguiendo una serie de criterios o enfoques. El seleccionar tanto los enfoque como las principales teorías más representativas de cada uno de ellos, es una tarea compleja. Nosotros vamos a tomar dos clasificaciones que nos parecen de gran interés. Una, la de Kantis, Angelelli y Gatto (2001), porque nos parece efectuada con una visión práctica y con un gran esfuerzo de síntesis; la otra, la de Veciana (2000), por considerarla la más completa y útil dentro del terreno de la investigación en *entrepreneurship*.

### 3.1. Clasificación de Kantis *et alia*

Kantis y otros (2001) han efectuado interesantes estudios sobre *entrepreneurship* para el Banco Internacional de Fomento referidos a distintas áreas del planeta, justificándolos teóricamente en una selección de aportaciones que agrupan en distintos enfoques que clasifican conforme se presenta en el cuadro siguiente:



Elaboración propia. Fuente: Kantis, Angelelli y Gatto, 2001.

Cuadro 3.2.

Clasifican las, según ellos, principales teorías en *entrepreneurship* en tres grandes grupos de enfoques: no económicos, orientados hacia el proceso y el contexto y económicos.

Entre los enfoques o líneas de investigación **no económicos** encontramos aquellas investigaciones que se centran en el estudio de las **características de la personalidad del emprendedor**; destacando en este terreno la investigación pionera de McClellan (1961) que marcó la pauta a otros muchos investigadores. Otras líneas de investigación se centran en la **legitimación de la empresarialidad**, donde se enfatiza la relevancia que alcanza el sistema de valores y normas vigentes en el contexto sociocultural en el

proceso de aparición de emprendedores y creación de nuevas empresas, es decir, se analiza en que medida el grado de aprobación o desaprobación social de la actividad emprendedora, su legitimación, favorece o no el espíritu emprendedor y la creación de nuevas empresas (Wilken, 1979). La línea de investigación de la **movilidad social** estudia como el grado de movilidad, tanto social como geográfica y la naturaleza de los canales de movilidad incide sobre la empresariedad; es decir, explica como el espíritu emprendedor surge asociado a circunstancias de tipo social e incluso étnicas (Nueno, 1994); así algunos estudios pretenden identificar grupos étnicos más emprendedores y proclives a la creación de empresas (judíos, libaneses, indios, etc.), otros apuestan por la movilidad social como favorecedora de la creación de empresas (caso de emigrantes y exiliados) y otros, que no los últimos, consideran determinante la existencia de modelos emprendedores en el entorno para promover positivamente el espíritu emprendedor; ahora bien, hay que tener en cuenta que muchas de las investigaciones realizadas bajo este prisma no son muy rigurosas, basándose un gran número de ellas en la mera descripción de hechos sin un análisis y contrastación científicos, y que los resultados a veces son contradictorios (Hagen, 1968). El enfoque de la **marginalidad e integración social** está muy relacionado con los dos anteriores. Viene a explicarnos que los sujetos o grupos sociales ubicados en el margen del sistema suelen ser fértiles en materia de surgimiento de nuevas empresas, y que igualmente el deseo de integración social puede verse satisfecho a través de la empresariedad, es decir al emprender y crear una empresa el sujeto se integra o reintegra socialmente (Wilken, 1979).

Un segundo grupo de **enfoques** de investigación sobre entrepreneurship, son aquellos **orientados hacia el proceso y el contexto**; éstos siguen centrándose en la figura del emprendedor para explicar la empresariedad (creación de nuevas empresas, etc.), pero se distancian de los anteriores al no tener en cuenta las componentes psicológicas o de personalidad del sujeto en tres aspectos claves de la empresariedad (Gibb y Ritchie, 1982): la adquisición de la motivación básica por parte del emprendedor, las influencias sobre el deseo de convertirse en empresario y la identificación y validación de las ideas de negocio. Los enfoques o teorías contenidas en este grupo sostienen que la motivación del sujeto para ser empresario se debe a múltiples influencias ajenas a la propia personalidad del sujeto (clase social a la que pertenece, ambiente familiar, educación, carrera profesional, etc.), en contraposición con las perspectivas anteriores que al tener una mayor carga psicológica dan un papel determinante a ciertos aspectos de la

personalidad. En cuanto a que el individuo acabe deseando convertirse en empresario, dentro de este enfoque se considera que ello se debe principalmente al resultado de la interacción y relación con otros individuos que ya lo son, y no es una consecuencia de la personalidad. Por último en este enfoque no se da cancha al azar a la hora de encontrar nuevas ideas u oportunidades de negocios; éstas se consiguen gracias a un proceso continuo con un cierto grado de regularidad y predictibilidad de acuerdo a los conocimientos sobre el individuo y el rango de situaciones sociales y de todo tipo en que el mismo se encuentra (Gartner, 1988; Gibb y Ritchie, 1982). Dentro de este enfoque destacamos en primer lugar el **enfoque conductista de Gartner**. Este autor señala que la empresariedad es el proceso de creación de organizaciones, y precisamente lo que diferencia a un emprendedor (y empresario) de quien no lo es, es precisamente que los primeros crean organizaciones y estos últimos no lo hacen (Gartner, 1988). Para este autor es un error focalizar el estudio del entrepreneurship en las características personales de los emprendedores, y apoya esta afirmación en un estudio que realiza sobre distintos trabajos de autores que usan esta perspectiva, y demuestra que existen contradicciones entre las características identificadas en los mismos, de manera que si se elabora un perfil general del emprendedor a partir de dichas características, éste no permite distinguir, por ejemplo, entre un emprendedor, el dueño de un pequeño negocio de supervivencia y un gerente. Gartner propone estudiar el entrepreneurship centrándose en las actividades asociadas al proceso de creación, teniendo en cuenta las siguientes dimensiones del mismo: el/los individuos involucrados en la creación, las actividades desarrolladas por esos individuos durante el proceso, la estructura organizacional resultante, la estrategia que aplican y el ambiente en que todo este proceso se desarrolla (Gartner, 1988).

Shapero y Sokol (1982) consideran el entrepreneurship como un **evento empresarial**, en concreto considera que éste no es otro que la creación de una empresa como culminación de un proceso único en el que inciden tres factores determinantes:

1. el sector al que pertenece la nueva empresa,
2. el lugar geográfico en que se ubica
3. y el periodo temporal en que esta se crea y va a desarrollarse.

En palabras suyas la empresariedad es *un evento contextual, resultado de la influencia de factores culturales, económicos, sociológicos y psicológicos* siendo necesarias (que

no suficientes) cuatro condiciones para dicho evento se produzca (Shapero & Sokol, 1982):

1. desplazamiento,
2. disposición a la acción,
3. credibilidad y
4. disponibilidad de recursos.

Según él, la creación de una nueva empresa o negocio (evento empresarial) se inicia a partir de alguna clase de **desplazamiento** o cambio en la trayectoria de vida de las personas que van a emprender esta aventura. Estos desplazamientos se entienden como *hechos* que inciden en la estabilidad personal y precipitan al sujeto a la acción, y pueden ir desde una necesidad de logro, a una situación de desempleo hasta la rotura del contrato psicológico con la organización en la que se encuentra (en este punto inciden Kickul y Zaper, 2000) o una combinación de varios.

Otra de las condiciones necesarias, para la empresarialidad, es que haya por parte de los sujetos una **disposición a actuar** y que éstos crean en la viabilidad del proyecto que van a emprender (Shapero & Sokol, 1982). La disposición a la acción depende en gran medida de la educación y formación del sujeto, de sus experiencias laborales previas, de sus conocimientos, y, tercera condición, la **credibilidad en el proyecto** sólo es posible si el futuro emprendedor lo imagina de forma realista y siente que puede ejecutarlo, y para ello es importante la existencia de ejemplos creíbles (modelos de rol).

Y la última condición necesaria para la empresarialidad es la **disponibilidad de recursos**, que el emprendedor puede encontrar en tres fuentes: el ámbito local, que proporcionaría mano de obra cualificada, instituciones financieras, etc.; la red de contactos, donde el emprendedor encontraría contactos, socios, consejos, etc., y el esfuerzo individual del propio emprendedor, que permite gestionar a través del mercado todos los recursos anteriores.

En el **enfoque de Gibb y Ritchie** (1982) estos autores mantienen que el surgimiento y desarrollo de la empresarialidad depende del surgimiento y desarrollo exitoso de emprendimientos empresariales. Cada emprendimiento es el resultado de la interacción

de cuatro factores claves: la **idea**, la disponibilidad y obtención de **recursos**, la **habilidad** del emprendedor y de su equipo y, por último, el nivel de **motivación y compromiso**.

El **enfoque de redes y centrados en el contexto** está teniendo cada vez más aceptación en las investigaciones sobre entrepreneurship. En cierta medida se considera desde esta perspectiva a la empresarialidad como el resultado de la interacción reticular de múltiples factores, agentes e instituciones. A nadie escapa que la existencia de redes formales (bancos, instituciones, administraciones, etc.) favorece la empresarialidad, pero junto a éstas cada emprendedor *teje* su propia red *informal* (amigos, familiares, otros emprendedores) que es la que más utiliza (Birley, 1985). La interacción de los emprendedores con sus redes personales les permiten ampliar su acceso a la información sobre oportunidades y acceder a una masa de recursos muy superiores a los propios para poner en marcha su empresa; de hecho las personas con redes ricas en recursos y relaciones suelen tener mayores probabilidades de éxito (Aldrich & Zimmer, 1986). Pero junto a las redes personales hay que tener en cuenta también el contexto, es decir, el marco espacial en que se mueve el emprendedor (Johannisson, 1988). Este contexto es definido como el conjunto de circunstancias concretas y simbólicas que rodean el proceso de emprender y lo hacen comprensible para el emprendedor (Johannisson, 1988); estas circunstancias son tanto la existencia de instituciones, regulaciones y empresas como los aspectos culturales y valores del entorno espacial en que se desenvuelve el emprendedor. De hecho en aquellas zonas con profusión de pequeñas empresas, regulación clara, instituciones, bancos y unos valores y cultura proclives a la actividad empresarial, es más fácil que el futuro emprendedor cree su propia red personal y que inicie nuevos proyectos de negocio (Mason, 1991).

Los **enfoques económicos** quedan un poco al margen de las intenciones de este trabajo, pero es necesario su conocimiento para comprender el fenómeno de la empresarialidad. Dentro de este grupo destacan aquellas perspectivas que explican la empresarialidad como consecuencia de los **efectos de las condiciones económicas generales y del funcionamiento de los mercados**. En concreto se señala que la empresarialidad es un fenómeno consistente en identificar oportunidades de negocios y transformarlas en empresas a través de la movilización de recursos (Vesper, 1990). La existencia de estas oportunidades depende principalmente de las condiciones generales de la economía, que

se perfilan en base a una serie de elementos como renta disponible, coste del dinero, tendencia al crecimiento o decrecimiento, tamaño de la población, etc., variables que inciden muy directamente en la empresariedad; y su aprovechamiento está muy relacionado con el funcionamiento del mercado, e concreto de la competencia y de la demanda (Kantis y otros, 2001; Geroski, 1992).

Los **modelos de la opción empresarial** (Audrestsch, 1995; Evans y Jovanovic, 1989; Rees y Shah, 1986) pretenden explicar la empresariedad como consecuencia de la opción tomada por los sujetos de crear una empresa frente a otras (permanecer en su actual trabajo o ser empleado por cuenta ajena); estos modelos consideran diversas variables explicativas de la decisión por una u otra opción: educación, experiencia laboral, situación laboral, etc. También existen algunas líneas de investigación que son **intentos integradores** de las dos perspectivas anteriores (Audrestsch y Acs, 1994).

### 3.2. Clasificación de Veciana

El profesor Veciana (1999), realiza una clasificación más detallada y exhaustiva de las principales teorías en entrepreneurship que agrupa en tres grandes bloques, según el enfoque imperante, *económico, psicológico, sociocultural o institucional y gerencial*, y para cada uno de ellos distingue tres niveles de análisis: *micro* o individual, *meso* o de empresa y *macro* o nivel global de la economía. Esta clasificación es sin duda una herramienta de primer orden para conocer el estado de estudio en la materia y para poder iniciar una investigación.

El profesor Veciana engloba las principales teorías y estudios sobre el *entrepreneurship* en cuatro grandes grupos que denomina *enfoques*: económico, psicológico, sociocultural o institucional y gerencial. De esta forma y con acertado criterio cubre el campo de estudio del *entrepreneur* desde todas sus dimensiones posibles.

A su vez, para cada enfoque establece tres niveles de estudio de las teorías que lo componen: **nivel micro**, teorías orientadas hacia el sujeto; **nivel meso**, teoría orientadas hacia la empresa, y **nivel macro**, teorías dentro del marco global de la economía.

### Enfoques Teóricos Entrepreneurship. Veciana

	ENFOQUE ECONÓMICO	ENFOQUE PSICOLÓGICO	ENFOQUE SOCIOCULTURAL O INSTITUCIONAL	ENFOQUE GERENCIAL
<b>NIVEL MICRO</b> (individual)	La función empresarial como cuarto factor de producción. Teoría del beneficio del empresario.	Teoría de los rasgos de personalidad Teoría psicodinámica de la personalidad del empresario.	Teoría de la marginación Teoría del rol Teoría de redes.	Teoría de la eficiencia-X de Leibstein. Teoría del comportamiento del empresario. Modelos del proceso de Creación de Empresas.
<b>NIVEL MESO</b> (empresa)	Teoría de los costes de Transacción.		Teoría de redes Teoría de la incubadora Teoría evolucionista	Modelo de éxito de la nueva empresa. Modelos de generación y desarrollo de nuevos proyectos innovadores (Corporate entrepreneurship)
<b>NIVEL MACRO</b> (global economía)	Teoría del desarrollo económico de Schumpeter.	Teoría del empresario de Kirzner.	Teoría del desarrollo económico de Weber. Teoría del cambio social. Teoría de la ecología de la población. Teoría institucional	

Fuente Veciana (1999). Elaboración propia

Cuadro 4.2

#### Enfoque económico.

Las teorías que se engloban bajo este enfoque pretenden explicar la función del empresario y la creación de empresas sobre la base de la racionalidad económica (Veciana, 1999).

#### **Nivel Micro: *La función empresarial como cuarto factor de producción.***

Los principales autores de esta corriente son Say, Mill y Marshall. Para ellos las funciones del empresario consisten en:

- a) Decidir qué producir para satisfacer las necesidades humanas;
- b) Determinar y adquirir los medios necesarios para ello;
- c) Decidir sobre la combinación óptima de los factores que determinarán el plan de producción;
- d) Dirigir el proceso de producción y la comercialización del producto, y
- e) Correr con el riesgo inherente de dicho proceso.

Todo esto hace que estos autores consideren al empresario como el cuarto factor de la producción junto con la tierra, el trabajo y el capital (Herbert y Link, 1982). Además para algunos como Say la función del empresario es fundamental en la economía y sólo puede llevarse eficazmente a cabo si estos reúnen una serie de cualidades morales que no es frecuente encontrar juntas (Say, 1840). Para Marshall y Mill las tareas que desempeña el empresario son equivalentes a las de un gerente, superintendente u hombre de negocios, pero con mayor trascendencia (Nueno, 1994, 1997).

### **Nivel micro: *Teoría del Beneficio del Empresario***

Esta corriente tuvo gran predicamento a lo largo del siglo XIX y comienzos del XX con autores como Mangold (1855), A. Weber (1928), Knight (1948, 1947) y ya más recientemente Kihlstron y Laffont (1979). El objetivo principal de estos estudios ha sido explicar el *beneficio del empresario*, considerado como un tipo de renta distinta a la de la tierra el capital y el salario de los obreros (Nueno, 1996; Veciana, 1999).

Kihlstron y Laffont (1979) apoyándose en el enfoque de Knight (1948, 1947) propusieron la más reciente versión dentro de ese enfoque teórico. Partiendo de las hipótesis de que toda persona tiene la misma aptitud para ser empresario u obrero, pasando sin dificultad de una a otra condición, y de que la decisión de convertirse en empresario se toma única y exclusivamente en base a la propensión/aversión al riesgo (Knight, 1948, 1947), estos autores (Kihlstron y Laffont, 1979) proponen una teoría general de equilibrio en la creación de empresas basada en la aversión al riesgo, que postula que ante una tasa de salario dada, la persona puede elegir entre crear una empresa bajo riesgo y beneficio incierto o trabajar a sueldo fijo sin riesgo, existiendo una única posición de equilibrio en los mercados de trabajo y de productos, en los cuales las personas con más aversión al riesgo serán inducidas a ser trabajadores a sueldo fijo más bajos que las rentas por ser empresario de los otros agentes con menor aversión al riesgo.

Naturalmente este modelo parte de unas hipótesis muy poco realistas (Nueno, 1994), por lo que difícilmente se sostiene en la actualidad.

**Nivel meso: *teoría de los costes de transacción.***

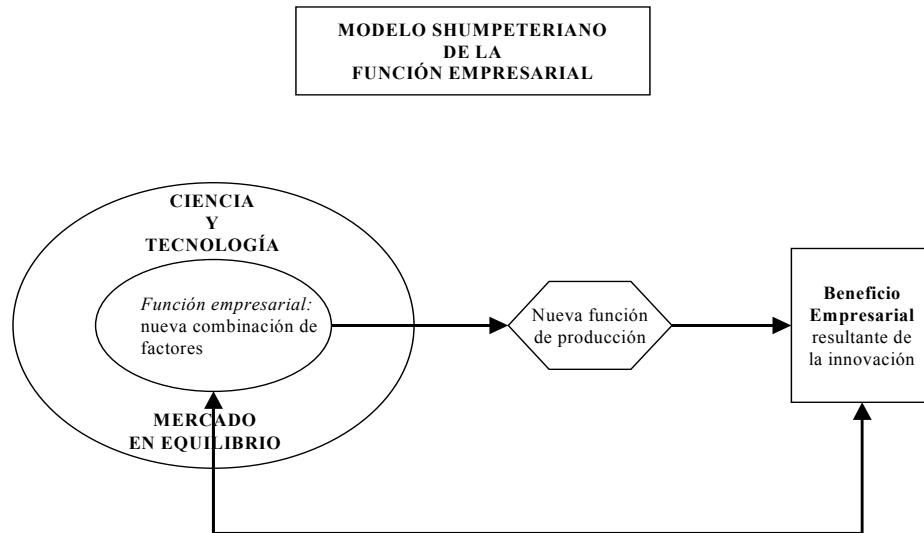
Aunque se enmarca dentro de las denominadas teorías de la organización, sus premisas y planteamiento general son adaptables al estudio de la creación de empresas bajo el supuesto básico de que los costes de transacción determinan tanto a nivel de empresario como de empresa cuál es la estructura de gobierno más adecuada: *creación de la propia empresa*, sería optar por la fórmula jerárquica; *venta de la nueva idea o proyecto empresarial*, opción de mercado, o bien unas *fórmulas híbridas*, redes y alianzas (Coase, 1937).

**Nivel macro: *teoría del desarrollo económico de Schumpeter.***

Schumpeter desarrolló un concepto de empresario idealizado para explicar su teoría del desarrollo económico (Veciana, 1999; Nueno, 1996).

El empresario ‘schumpeteriano’ es una persona capaz de realizar ‘nuevas combinaciones’ de los medios de producción, un innovador que puede responder tanto a la figura de empresario independiente como a los empleados de una organización que realicen esta función de combinación de factores.

Para Schumpeter (1942) la creación de nuevas empresas como factor de desarrollo económico depende del comportamiento del empresario que hace nueva combinación de factores. Esta supone una nueva función de producción. Las oportunidades para ‘nuevas combinaciones’ de factores de producción resultan, fundamentalmente, del cambio tecnológico (cuadro).



Fuente Veciana, 1999

Figura 1.2

Sólo en los últimos años ha empezado a valorarse justamente esta contribución de Schumpeter, sobre todo a partir de la investigación empírica de Shane (1996, 1994, 1993) que ha corroborado la hipótesis de la existencia de una relación positiva entre la tasa de cambio tecnológico y la tasa de creación de nuevas empresas.

### **Enfoque psicológico.**

Desde el punto de vista metodológico este enfoque supone un cambio radical con respecto al anterior, y es el que ha dominado las investigaciones empíricas durante las décadas setenta y ochenta. Se estudia al empresario como la persona física que crea una empresa, es decir, las investigaciones se orientan hacia lo que se ha denominado un concepto empírico del empresario (Veciana, 1996)

#### ***Nivel micro: teoría de los rasgos de personalidad***

Se apoya en las siguientes suposiciones básicas:

- 1) La persona que decide crear una empresa (empresario emprendedor) tiene un perfil psicológico distinto de los demás.

- 2) Los empresarios de éxito tienen un perfil psicológico distinto de los empresarios menos exitosos.

Las investigaciones en este terreno se centraron en determinar cuáles son esos rasgos o atributos de la personalidad del emprendedor, de manera que podamos identificar a aquellas personas con un perfil de empresario o incluso de empresario de éxito. Esto es de gran trascendencia al objeto de establecer políticas de fomento a la creación de empresas y empleo. Es más, a pesar de que ya ha decaído el interés por este tipo de investigaciones, puesto que poco más se puede aportar y porque hay detractores de esta teoría, la compañías de capital riesgo, e incluso las financieras a la hora de prestar dinero a nuevos proyectos empresariales, le dan gran importancia a las características del empresario promotor junto a otros factores a la hora de evaluar un proyecto.

Los principales rasgos psicológicos y motivaciones del empresario puestos de manifiesto por las numerosas investigaciones empíricas, se pueden resumir en (Veciana, 1989):

- Necesidad de independencia
- Motivación de logro, energía personal y desarrollo de iniciativa
- Control interno
- Espíritu de riesgo o propensión a asumir riesgos
- Persona insatisfecha o ‘marginada’
- Intuición, visión de futuro, obsesión y hombres de acción
- Tolerancia a la ambigüedad.

A partir de estos estudios se han elaborado taxonomías de los nuevos empresarios y de sus empresas (Smith, 1967; Lafuente y Salas, 1989; Birley y Westhead, 1994).

#### ***Nivel micro: teoría psicodinámica de la personalidad del empresario.***

Ha tenido muy escasa repercusión tanto en el ámbito académico como en el investigador. Tiene sus raíces en la obra de Collins, Moore y Unwalla, y su principal valedor es Ketz de Vries (1996, 1977). Muy similar a la anterior preconiza que existen

determinados rasgos de la personalidad, que pueden ser incluso medidos, que son predictores del grado de intención emprendedora de los sujetos (Crant, 1996)

### ***Nivel macro: teoría del empresario de Kirzner.***

Podría enmarcarse esta teoría dentro del enfoque económico si no fuese porque el elemento clave de la misma es una cualidad o atributo del empresario, ‘alertness’ o perspicacia, que lo define y distingue del resto de la población y en función del cual se trata de explicar el proceso de mercado (Veciana, 1999).

Kirzner (1979, 1973) se basa en un concepto empírico del empresario y en un atributo específico del mismo que lo define: su perspicacia o capacidad personal de identificar oportunidades de negocio.

Para Kirzner lo realmente importante no es el conocimiento sustantivo que tenga el empresario de los datos del mercado sino el ‘conocimiento’ de dónde encontrar esos datos, la ‘alertness’ (perspicacia).

### **Enfoque sociocultural o institucional**

Todas las teorías englobadas bajo este enfoque tienen como denominador común considerar que es un conjunto de factores socioculturales o el marco institucional el que determina el espíritu empresarial y la creación de empresas en un determinado momento y lugar.

Este enfoque es sin duda el más prolijo en cuanto al número de teorías. Si bien algunas son de principios del siglo veinte, ha sido en la última década del mismo cuando más se acrecienta y acentúa el interés de los investigadores por este enfoque en los tres niveles (Veciana, 1999).

### **Nivel micro: *teoría de la marginación***

Esta teoría (Brozen, 1954; Young, 1971; Stanword y Curran, 1973; Min, 1984) surge de una serie de investigaciones que pusieron de manifiesto la importancia de ciertos sucesos negativos como desencadenantes del proceso de creación de una empresa. Según esta teoría la creación de una empresa no suele ser fruto de un acto deliberado y frío como la culminación de un proceso racional de análisis y decisión, sino que la mayoría de los empresarios se decidieron a crear su empresa como consecuencia de la ruptura de un modo o estilo de vida previo. A esta ruptura se le ha denominado de muy diversas maneras: ‘deterioro del rol’ (Collins, Moore y Unwalla, 1964), ‘suceso disparador’ (Shapiro & Sokol, 1982), ‘rotura del contrato’ (Kickul y Zaper, 2000), y la persona que la padece se considera por lo general ‘socialmente marginada’, atrapada en una situación insegura y amenazadora.

Para esta teoría son personas inadaptadas o marginadas las más propensas a convertirse en empresarios. Pueden tratarse de grupos minoritarios: étnicos, emigrantes, minorías religiosas o parados. Para estas personas la creación de una empresa es una puerta de salida de la marginalidad en que se encuentran y un ‘modus vivendi’ y un cierto reconocimiento social y la integración deseada. No basta estar marginado socialmente sino que además deben darse una serie de factores en el entorno que favorezcan la creación de la empresa (Veciana, 1999).

Esta teoría de la marginación ha sido corroborada no sólo por investigaciones empíricas (Evans y Leighton, 1989; Bögenhold *et alia*, 1990) sino también por muchas de las biografías de quienes son o han sido grandes empresarios (Veciana, 1988, Bueno, 1997)

### **Nivel micro: *teoría del rol***

Esta teoría pretende explicar por qué en ciertas áreas geográficas se crean más nuevas empresas que en otras. Se identifican una serie de factores del entorno que coadyuvan a la creación de nuevas empresas (Veciana, 1997a, 1997b):

- Hechos (ejemplos o pruebas) que fomenten una cultura empresarial
- Existencia de un mercado

- Actitud favorable de la sociedad hacia la figura del empresario. Valoración
- Disponibilidad de recursos
- Disponibilidad de mano de obra cualificada y directivos.
- Acceso a la financiación externa y capital riesgo.
- Acceso a centros de formación y servicios de asesoramiento.
- Recompensas a la función empresarial: económicas y sociales.
- Factores institucionales: actitud favorable y medios
- Políticas de fomento.

**Nivel micro: teoría de redes.**

A nivel micro esta teoría parte de la idea de que la función empresarial está inserta y se desarrolla en una red de relaciones sociales que afecta al futuro empresario, a los recursos y las oportunidades, de manera que este entramado puede favorecer o constreñir la creación de nuevas empresas.

La base de esta red está constituida por las relaciones entre el empresario, clientes, proveedores, entidades de crédito, organismos públicos, amigos, familiares, instituciones empresariales, etc.; de manera que la red puede estudiarse en cinco dimensiones: tamaño, densidad, grado de alcance, heterogeneidad y centralidad de los nodos (Veciana, 1988).

En una red se dan distintos tipos de relaciones:

- Intercambio de información entre personas;
- Intercambio de bienes o servicios, e
- Intercambios de contenidos normativos o de las expectativas que las personas en la red pueden tener ante otras debido a ciertas características o atributos.

Últimamente ha tenido una extraordinaria acogida esta teoría, con interesantes aportaciones a nivel teórico (Aldrich *et alia*, 1987; Aldrich y Zimer, 1986; Johannisson, 1995, 1988; Birley, 1985, etc. ) algunas de las cuales han exagerado la importancia de las redes en la creación de empresas, hasta el extremo de afirmar que “*la clave del éxito*

*empresarial radica en la habilidad para desarrollar y mantener una red personal*” (Johannisson, 1995), infravalorando la importancia de otros factores claves como la idea y el proyecto empresarial. Si bien algunas investigaciones han revelado la relativa importancia de la red en relación con determinadas variables como la rentabilidad, estudios empíricos han puesto de manifiesto que los empresarios suelen utilizar más las relaciones informales (familiares y amigos) que las redes formales que les ofrecía el entorno (Birley, 1985).

**Nivel meso: teoría de las redes** (a nivel de empresa).

Tiene el mismo objetivo que la anterior a nivel individual. Aquí se estudia la importancia de las redes de empresas o alianzas estratégicas a la hora de desarrollar nuevos proyectos empresariales, generalmente a nivel corporativo (*corporate entrepreneurship*).

**Nivel meso: teoría de la incubadora.**

Según esta teoría la existencia de determinadas organizaciones (empresas industriales, centros de investigación o universidades) determinarían no sólo el número de nuevas empresas en una determinada zona sino la naturaleza de las mismas. Investigaciones empíricas han puesto de manifiesto que muchas de las ideas o proyectos que han llevado a la creación de una nueva empresa han sido ‘incubados’ en la organización en que trabajaba el futuro empresario. A este tipo de empresas que se ‘incuban’ en otras organizaciones se les llama ‘spinn-offs’ (Llopis *et alia*, 1999; Veciana, 1999).

**Nivel meso: teoría evolucionista**

Esta teoría (Nelson y Winter, 1982) busca explicar el desarrollo y cambio en la economías, es decir, “*el proceso dinámico mediante el cual en el tiempo se determinan conjuntamente los patrones de comportamiento de la empresa y los resultados del mercado*” (p.18). Se nos muestran los efectos del cambio tecnológico en el crecimiento económico en línea con la teoría de Schumpeter, de ahí que se califique esta teoría de neo-schumpeteriana.

La hipótesis central de esta teoría es que las empresas están en mejores condiciones de mantenerse en un entorno estable que para hacer grandes cambios; son más aptas para cambios graduales que radicales. El por qué hay que buscarlo en el hecho de que las organizaciones funcionan sobre la base de lo que los autores llaman ‘*rutinas organizativas*’: modos de comportamiento cotidiano y predecible en la empresa (Nelson y Winter, 1982). Estas rutinas son muy diversas: de producción, comerciales, de selección de personal, de desarrollo de nuevos productos, etc..

Las *rutinas organizativas* son las responsables del acervo de conocimientos y habilidades en la empresa, en la medida que se van repitiendo una y otra vez y van siendo asimiladas por todos; de esta manera llegan a determinar el funcionamiento de la empresa, sin que se produzcan dichas rutinas de forma deliberada.

Hay organizaciones que crean rutinas de innovación y las que no. Las primeras serán más proclives a la innovación, a la puesta en marcha de nuevos proyectos, etc.; mientras que las otras, las que carecen de rutinas de innovación, mostrarán una mayor resistencia al cambio.

Esta teoría está muy relacionada con la *teoría de la incubadora*, pues las empresas con rutinas de innovación crearán condiciones más idóneas que permitan crear en su seno empresarios potenciales y más ‘*spinn-offs*’ (Veciana, 1999).

#### **Nivel macro: *teoría del desarrollo económico de Weber.***

Max Weber fue el primero en analizar el fenómeno empresarial con un enfoque sociocultural. En su obra *La ética protestante y el espíritu del capitalismo* (1905) mantiene la tesis de que el comportamiento del empresario-capitalista se encuentra muy condicionado por sus creencias religiosas, de ahí que hubiese un mayor y mejor tejido empresarial en aquellas zonas donde predomina el protestantismo, y muy particularmente el calvinismo, ya que esta ética promulga tres elementos fuertemente arraigados en sus acólitos más fieles:

- a) El concepto de vocación del hombre. Lo que significa que la responsabilidad primordial de una persona consiste en cumplir con su cometido de la mejor

manera posible, cualquiera que fuese el puesto que Dios le haya asignado en la vida.

- b) La predestinación. Que para los calvinistas supone que cada cuál está predestinado a cumplir una determinada función en la vida, y debe aceptarla.
- c) El ascetismo. O lo que es lo mismo: trabajar duro, ahorrar y evitar el consumo conspicuo (no hacer ostentación a través de señales de riqueza al adquirir ciertos bienes).

A pesar del contenido casi exclusivamente teórico de la obra de Weber, sus tesis han sido confirmadas por varios trabajos empíricos en muy distintos momentos del tiempo: Carroll (1965), Jeremy (1984), Singh (1985) y Shane (1996).

### **Nivel macro: *teoría del cambio social.***

Para esta teoría las características sociales son un factor condicionante del espíritu empresarial, siendo el principal factor que lo condiciona el grado de movilidad, tanto social como geográfica así como la naturaleza de las vías de la movilidad en una determinada sociedad o contexto social (Bruton, 1960; Hoselitz, 1960; McClelland, 1961; Hagen, 1962 y 1968; Marris, 1969).

La mayoría de estos autores mantienen que un alto grado de movilidad social favorece el espíritu empresarial, mientras que Hagen (1962 y 1968) se posiciona casi en sentido opuesto al afirmar que lo que realmente favorece el espíritu empresarial y el comportamiento emprendedor es la existencia de un *bloqueo social relativo*: el sujeto se encuentra que determinadas vías ‘clásicas’ de movilidad social le están bloqueadas para su ascenso y reconocimiento social, mientras que es la vía del éxito empresarial la que le permitirá esta ascensión y reconocimiento. También en esta línea están Marris y Somerset (1971).

### **Nivel macro: *teoría de la ecología de la población***

Esta teoría (también llamada de la *ecología de las organizaciones* parte el supuesto básico de que el entorno determina el nacimiento, crecimiento y muerte de nuevas formas de organización.

El aspecto más importante de esta teoría es determinar cuáles son los factores del entorno que más afectan a la creación y muerte de nuevas empresas. Para ello se plantea el estudio en un horizonte temporal largo, y adopta un enfoque dinámico y evolucionista.

Los supuestos básicos en los que se apoya esta teoría son los siguientes (Veciana, 1999; Nueno, 1996):

1. Las formas de organización existentes en un determinado momento que son incapaces de adaptarse a los cambios del entorno, es debido a su *inercia* interna.
2. Los cambios del entorno producen nuevas formas de organización y con ello ‘nuevas empresas’.
3. Los cambios en las poblaciones de organizaciones se deben fundamentalmente a los procesos demográficos de creación (nacimiento) y disolución (muerte) de las organizaciones.

Esta teoría estudia los factores o condiciones del entorno que determinan la ‘*tasa de natalidad*’ de nuevas empresas, la ‘*tasa de mortalidad*’ y la tasa de cambio de las organizaciones.

Para esta teoría la **creación de nuevas empresas** (tasa de natalidad) depende fundamentalmente de tres **factores del entorno**:

1. la densidad de la población,
2. la tasa demográfica de natalidad de la población y
3. la tasa demográfica de mortalidad de la población en los periodos anteriores.

La defunción o **desaparición de organizaciones** (tasa de mortalidad) se explica mediante las siguientes **seis teorías** (Carroll y Delacroix, 1982; Carroll y Huo, 1986; Freeman, 1989; Hannan, 1997; Hannan & Carroll, 1992):

- a) Teoría de la adaptación
- b) Teoría de la desventaja de la novedad

- c) Teoría de la dependencia de a densidad y dinámica de la población
- d) Teoría de la desventaja del tamaño
- e) Teoría del reparto de recursos
- f) Teoría del impacto de las condiciones iniciales de la nueva empresa.

### **Nivel macro: *teoría institucional***

El máximo exponente de la concepción actual de esta teoría es North (1990). Según esta teoría la creación de nuevas empresas está altamente condicionada por el marco institucional.

El marco institucional esta formado por el conjunto de factores formales e informales que de una u otra manera emanan de las instituciones.

Esta teoría da un concepto amplio de institución: cualquier fuerza o factor ideado por el hombre para configurar y guiar la interacción y comportamiento humanos (North, 1990). Estas instituciones marcan las ‘reglas de juego’ en la sociedad: fuerzas restrictivas ideadas e impuestas por el hombre que configuran y determinan la interacción humana (p. 3).

Estas fuerzas o factores son de dos tipos: formales e informales. Los formales están compuestos por las normas políticas, legales, económicas y los contratos, debidamente jerarquizados. Aunque estos factores formales pueden condicionar las interacciones, y en concreto la creación de nuevas empresas, son los factores informales los que realmente más hacen notar su incidencia, y entre los que destacamos: relaciones personales y familiares, normas y códigos de conducta, convicciones y hábitos, etc.

El marco institucional (North, 1990), conjunto de factores formales e informales, es el principal condicionante de la economía por cuanto constituye las reglas de juego que subyacen y condiciona el papel que juegan las organizaciones y los empresarios como agentes de cambio. Así pues, la creación de nuevas empresas está muy condicionada por el marco institucional.

La teoría institucional de North será abordada con más detalle en la presente obra, ya que constituye el marco teórico de referencia de nuestra investigación.

### **Enfoque gerencial.**

Bajo este enfoque se engloban una serie de teorías que comparten el supuesto de que la creación de empresas es fruto de un proceso racional de decisión en el cual son fundamentales los conocimientos y las técnicas elaboradas en las áreas de conocimiento de la economía y dirección de empresas.

Son teorías orientadas a la acción, a proporcionar conocimientos y modelos útiles para la creación de empresas; que no pretenden explicar las causas de la creación de nuevas empresas, sino la labor del empresario en dicho proceso.

Este enfoque es muy reciente, lo que supone que muchas de las teorías, y el enfoque en sí, no tengan aún un reconocimiento general dentro del ámbito académico (Veciana, 1999).

#### **Nivel micro: *teoría de la eficiencia-X de Leibenstein.***

El razonamiento de este autor (1968) se estructura de la siguiente forma:

- ☛ si en el mercado existen todos los ‘inputs’ necesarios para una determinada producción y se conocen sus precios;
  - ☛ si se pueden vender todos los ‘outputs’ y se conocen sus precios, y
  - ☛ si existe una función de producción concreta que relaciona ‘inputs’ con ‘outputs’ en una determinada forma, **entonces**
- ☞ es posible predecir siempre el resultado de la actividad que transforma ‘inputs’ en ‘outputs’, y
- ☛ si estos resultados son positivos, entonces

- ➔ será interesante entrar en el mercado y crear una empresa.

Bajo este esquema el proceso de producción aparece como una actividad trivial, y no tendría razón de ser la función empresarial como tarea distinta y específica ni harían falta empresarios. Pero la experiencia, la realidad, nos demuestra que sí se necesitan empresarios, pues los modelos competitivos estándares ocultan la relación entre ‘inputs’ y ‘outputs’, es decir, se desconocen totalmente aspectos y partes relevantes de la función de producción ya que los mercados no están bien establecidos o claramente definidos. Para Leibenstein el empresario es un *empresario completador* o *empresario gerente* capaz de crear empresas en este marco.

El empresario debe ser capaz de conectar diferentes mercados, suplir las deficiencias del mercado, completar los ‘inputs’ y crear y hacer crecer entidades transformadoras de inputs. Tareas propias de la labor gerencial o directiva (Veciana, 1999).

#### **Nivel macro: *teoría del comportamiento del empresario.***

Las investigaciones sobre la creación de empresas van orientadas cada vez más a identificar, describir y explicar los *comportamientos manifiestos* del empresario. Es decir, estudian lo que el empresario HACE para poder establecer pautas de comportamiento que le orienten en el momento de crear una nueva empresa, a diferencia del enfoque psicológico que se centra en cómo ES el empresario (Veciana, 1999, p. 27).

Las numerosas y diversas investigaciones empíricas han coincidido en señalar como comunes las siguientes características del comportamiento del empresario:

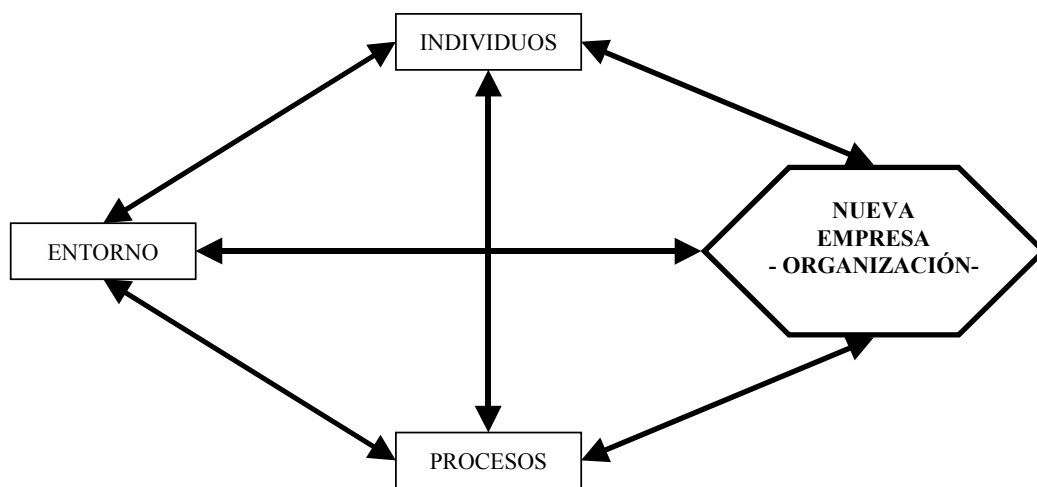
- Capacidad de buscar y recoger información.
- Habilidad para manejar riesgos.
- Capacidad para establecer relaciones.
- Capacidad para tomar decisiones en la incertidumbre.
- Capacidad de liderazgo

- Capacidad de aprender de la experiencia.

**Nivel micro: modelo del proceso de creación de empresas.**

En la misma línea de las anteriores teorías, este modelo trata de proporcionar conocimientos útiles para la creación de nuevas empresas.

Toda nueva empresa es la resultante de la interacción de cuatro variables (Gartner, 1988, Gartner *et alia* 1989): entorno, individuos, procesos y la organización en sí.



Fuente. Gartner, 1985

Figura 2.2

Además de estas variables surgen una serie de factores que condicionan la nueva empresa. Factores que son todos los estudiados en las teorías precedentes.

Pero quizá lo más destacable de este modelo es que identifica una serie de fases en el proceso de creación de una nueva empresa, en cada una de las cuales han de llevarse a cabo una serie de actividades esenciales para el buen fin de la empresa. Estas fases son:

- 1ª. Gestación.** Algunos autores la llaman ‘prenatal’ (Nueno, 1994). Aquí se gesta la decisión de crear una empresa. Es muy importante que en esta fase se den una

serie de condiciones favorables para ello: antecedentes, incubadoras, deterioro del rol, etc.

- 2ª. Creación.** Se decide a crear la empresa. Aquí es fundamental la búsqueda e identificación de la idea u oportunidad empresarial. Aprovechar las redes, elaborar el plan de empresa y, finalmente, constituir formalmente la empresa.
- 3ª. Lanzamiento.** O crecimiento. Hay que desarrollar el producto o servicio y lanzarlo al mercado. La creación de un equipo de colaboradores es esencial, así como la búsqueda de financiación que permita aguantar el tipo en estos primeros tiempos tan difíciles.
- 4ª. Consolidación.** Si no se ha sucumbido, hay que consolidar la empresa. Para ello habrá que tirar lastre: deshacernos de los socios y colaboradores no deseables, y consolidar el control.

#### **Nivel meso: *modelo de éxito de la nueva empresa.***

Para el enfoque psicológico el éxito empresarial depende casi exclusivamente del perfil del empresario, para el enfoque institucional son los factores del entorno los principales condicionantes, y este modelo propugnan que son varias las variables de las que depende el éxito o fracaso empresarial, y que todas ellas están bajo control del empresario (Veciana, 1999):

- Las características del empresario
- Función directiva
- Producto o servicio
- Sector o estructura del sector
- Estrategia inicial de la nueva empresa
- Aspectos financieros.

#### **Nivel meso: *modelos de generación y desarrollo de nuevos proyectos innovadores (corporate entrepreneurship).***

Buscan fomentar el espíritu empresarial e innovador en la gran empresa y aprovechar los conocimientos obtenidos en el marco de los enfoques ya analizados. Nos movemos

dentro del *venture management* (Veciana, 1996) o generación o desarrollo de nuevos proyectos innovadores (NPI) dentro de las empresas (*corporate entrepreneurship*).