

Alvaro Cuervo\*

## La oferta de capacidades empresariales: el determinante geográfico

### 1. Introducción a la figura del empresario

La creación de riqueza y el dinamismo de un país se sustenta sobre la competitividad de sus empresas y esta depende básicamente de las capacidades de sus empresarios y directivos<sup>1</sup>.

Los empresarios explican los niveles de riqueza de una sociedad y su dinamismo. Cuando existe mercado para casi todo (*Bazaar economy*), la ventaja competitiva de las empresas viene determinada por activos intangibles -formas de conocimiento- acumulados: a) marcas, reputación, tecnología; b) sistemas de decisión y de resolución de problemas -rutinas organizativas, sistemas de incentivos-, en suma por las capacidades empresariales y directivas.

Es, pues, la figura del empresario no sólo la explicación de los niveles de riqueza de una sociedad, sino también de la dinámica de cambio de la misma. En el momento actual, el aumento de la competencia en los mercados, las privatizaciones y liberalizaciones de sectores y mercados, y los rápidos cambios tecnológicos, así como la existencia de nuevas generaciones con talento y excelente formación (capital humano) han hecho posible tanto el surgir de nuevos empresarios, como la aceptación social a su labor al superar la visión de buscadores de renta, de simples negociantes de posiciones en los mercados que, en el pasado, habían caracterizado al empresario.

En la literatura económica se ha estudiado la dirección de empresas y, con ello, el papel de los directivos. Pero, paradójicamente, el empresario apenas ha sido tenido en cuenta. La causa de este olvido y de la escasa consideración que se ha dado a su trabajo, tiene su origen en la teoría económica dominante.

La economía clásica no distinguió entre capitalista y empresario (Smith; Ricardo, Mill); el marginalismo hace abstracción de lo que ocurre dentro de las empresas para centrarse en el equilibrio de los mercados. Este planteamiento no explica nada sobre lo que pasa dentro de la empresa, sino que se refiere a una situación de equilibrio (con una tecnología y precios dados) en la que, curiosamente, “nadie compete”. El agente central de la empresa -el empresario- es irrelevante, pasivo, y su función es elegir, dada una tecnología y unos precios de los factores, la combinación que maximice el beneficio.

### Resumen

En este artículo se analiza la influencia del entorno o medio ambiente en el individuo y la manera en que moldea su carácter emprendedor. El empresario “emprendedor” reviste gran importancia para la economía de cualquier nación, ya que existe una relación directa entre creación de empresas y crecimiento económico. Pero hay que diferenciar conceptualmente la figura del “empresario”, con el “capitalista” y el “directivo”, ya que a pesar que existe mucha relación entre ellos, no constituyen la misma persona. Asimismo, se realiza un análisis sobre el descubrimiento y explotación de las oportunidades empresariales, con énfasis en la influencia del micro y macroentorno en la actividad emprendedora de todo individuo.

### Abstract

This article analyses how the environment influences the individual and shapes his/her entrepreneurial character. The entrepreneurial businessman is of great importance to any nation, since there is a direct relationship between founding new enterprises and economic growth. But a conceptual distinction must be made between a businessman a capitalist and a director. Even though there is much relation between them, they are not the same person. Likewise, an analysis of the discovery and exploitation of entrepreneurial opportunities, highlighting the influence of the micro and macro environment on the entrepreneurial activity of each individual, is made.

\*Catedrático de Economía de la Empresa, Universidad Complutense de Madrid.

1. The Global Entrepreneurship Monitor -GEM- (2002) analiza anualmente la relación entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico, donde se contrasta que el crecimiento económico -el 25% de sus diferencias- se explican por las tasas de creación de empresas.

Durante mucho tiempo la figura del empresario se entremezcló, por lo tanto, con la del capitalista o con la del organizador del proceso productivo –directivo- Así ocurre con Marshall (1890) para quien la dirección es un factor productivo más, aparte de los clásicos: tierra, trabajo y capital. Para él, la generación de beneficios extraordinarios dependerá de la existencia de capacidades organizativas excepcionales, pero no, empresariales. En esta línea, quienes hablan del empresario organizador, el que se enfrenta a las ineficiencias, las holguras organizativas (Leibenstein, 1979) hablan de una de las funciones de la dirección. Es más, en el pensamiento de Veblen, Keynes y Galbraith aparecen como desestabilizadores de la economía -especuladores-, en el fondo parásitos del proceso productivo. Esta visión se acentúa en los trabajos de Marx y en la economía radical, para la que el empresario-capitalista es un acumulador de ganancias a expensas de los creadores de riqueza: los trabajadores (*The Robber Barons*).

La opinión negativa sobre el comportamiento empresarial, sobre el empresario será revisada en los trabajos más próximos a la economía de la empresa, como los de Clark (1899), Schumpeter, (1936), Knight (1947) y Kirzner (1979).

Clark (1899) presenta el beneficio puro como resultado conjunto de dos circunstancias: el cambio dinámico y la fricción económica, es decir una mejora en los métodos de producción, una innovación. Los empresarios merecen los beneficios por su labor de superar obstáculos, introducir mejoras en las técnicas de producción, hacer inventos y la asunción de riesgos.

Schumpeter (1936), destaca el papel clave de la innovación y del empresario como causa del crecimiento económico, donde sólo en una economía estática se puede prescindir del mismo. El equilibrio es lo que menos interesa, dado que el empresario es el factor de desequilibrio y de progreso técnico. Además, diferencia con claridad dos realidades muy relevantes para su estudio. Por una parte, la separación de las funciones de capitalista y empresario (que el desarrollo de la sociedad anónima y el mercado de capitales han hecho posible). Por otra parte, tenemos la relevancia del empresario corporativo como un elemento clave para explicar el desarrollo de la empresa. Aquí nos estamos refiriendo a la consideración del empresario como motor del cambio, con liderazgo en la formulación de “nuevas combinaciones”, en la puesta en práctica de la innovación, siendo ésta (y no el descubrimiento) lo que le identifica.

Knight (1947) introduce un planteamiento distinto donde, si bien la renta residual está unida a quien asume el riesgo -no asegurable- de acertar o no en sus previsiones, acepta que la función empresarial va asociada a un número reducido de capitalistas activos que desempeñan tal función. Finalmente, la escuela austriaca (Kizner, 1979) ve en la libertad de entrada

de posibles compradores y vendedores, el elemento dinamizador del proceso del descubrimiento, "la incesante tormenta de destrucción creativa". Los empresarios "son líderes en el camino que conduce al progreso material, los primeros en comprender la diferencia que existe entre lo que se ha hecho y lo que se podría hacer, adivinan lo que los consumidores quisieran tener y se toman en serio el intento de proporcionárselo (Mises, 1986).

En el modelo schumpeteriano el empresario busca oportunidades para obtener beneficios explotando situaciones que incitan al cambio: lo que Schumpeter (1936) denomina una "nueva combinación", que le permita obtener un poder de monopolio temporal. Él es quien ejerce el liderazgo del proceso de cambio en la sociedad, creando el futuro económico. Para los teóricos de la escuela austriaca se presenta el mercado como un movimiento hacia el equilibrio, donde las personas poseen diferente información que conduce a tomar decisiones de comprar o vender recursos. Como las personas no pueden reconocer todas las oportunidades empresariales, la distribución de la información acerca de dichas oportunidades determina quién va a ser empresario. Ese movimiento hacia el equilibrio es fruto de la actividad empresarial. La "alerta" empresarial (Kirzner, 1979) es una capacidad que se ejerce ante la presencia de oportunidades de beneficios, es el centro del proceso de descubrimiento, no es un problema de información, es algo más complejo, es una capacidad humana difícil de enseñar, que trasciende del simple problema de optimización.

Han tenido pues, que pasar años para que se volviera al estudio del empresario como figura clave en la creación, desarrollo y búsqueda de una ventaja competitiva sostenible en la empresa. Hoy en día, las capacidades empresariales y directivas se presentan como determinantes del ritmo de desarrollo de un país. Diferentes ritmos de crecimiento entre países o, entre periodos de un país, vienen determinados por la oferta y calidad de las capacidades empresariales, en suma, de sus empresarios.

## 2. Empresarios y directivos y capitalistas

La esencia de la empresa moderna es la especialización de funciones. Los hombres de empresa "*the businessmen*", que dirigen la actividad económica son, en sentido estricto, los directivos y los empresarios, siendo considerados estos últimos en una doble versión: el empresario individual propietario y el "empresario corporativo" que, sin participación significativa en el capital, controla la empresa. Entre ambos -empresarios y directivos- asumen funciones unidas a los mecanismos del mercado, aunque dentro de la empresa sigan existiendo mercados.

El estudio de las ofertas de capacidades empresariales hace necesario diferenciar las funciones de empresario, directivo y capitalista, aunque en muchas ocasiones sea la misma persona quien desarrolle dichas funciones (cuadro nº 1).

	Capitalista	Empresario	Directivo
Caracterizado por	Propietario capital-accionista Accionista de control Accionista pasivo No relación laboral	Descubre y crea oportunidades Un creador, un visionario, inicia y motiva el proceso de cambio Autoempleado	Administra y gestiona recursos Un administrador Empleado
Comportamiento	Aversión al riesgo Evalúa alternativas Elección de activos de riesgo	Acepta el riesgo Intuición, alerta, heurística Liderazgo y ruptura en los modos de actuación Identifica oportunidades de negocio	Aversión al riesgo Conceptualización decisor "racional" Crear y mantener ventaja competitiva Crear confianza para la cooperación Control interno y supervisión del proceso administrativo

Cuadro nº 1. Empresarios, directivos y capitalistas

El **empresario** es una persona que decide crear riqueza, añadir valor al proceso productivo; no es sólo el emprendedor individual que detecta o crea oportunidades de negocio, unido a la pequeña y mediana empresa en cuyo capital participa o quien lleva a cabo un arbitraje o simple venta del proyecto empresarial. También hay que considerar al "empresario corporativo", al máximo ejecutivo de las grandes empresas, dado que éste no se limita a gestionar con eficiencia los activos de la empresa y coordinar y controlar la actividad de ésta, sino que en el momento actual tiene que anticipar, articular y gestionar el cambio, lo que exige una reevaluación continua de la cartera de negocios de la empresa, de lo que la empresa hace, así como también de los procesos internos de gestión, de como lo hace: es decir, reinventar la empresa día a día y/o crear nuevas empresas (*spin-offs*) y desarrollar redes de empresa. Dentro de la figura del empresario corporativo se debe incluir a los accionistas de referencia, accionistas relevantes que juegan un papel activo, *vis a vis* con los directivos que participa en la configuración de las competencias básicas de la empresa.

En el presente se desarrollan nuevos diseños o estructuras organizativas. Se habla de: "network form", "corporación horizontal", empresa sin límites ("Boundaryless organization"), de formas celular y federal; de organización virtual. Se constata la relevancia de las redes en la provisión de información, capital humano, recursos, etc., desarrollando formas creativas, ágiles que implican grados crecientes de autonomía en la organización empresarial (Mourdaukotas y Papadimitrion, 2002: 7), lo cual hace que se hable de "empresarios red" o empresas en red, lo que puede hacer compatible las economías de escala y alcance de las grandes corporaciones y el dinamismo emprendedor de los *start-up*.

El **directivo**, por contra, tiene como función, en primer lugar, supervisar el proceso de combinación de recursos, gestionar con eficiencia la cartera de negocios de la empresa. Su función es clave cuando las empresas, como ocurre en la mayoría de los casos no operan con eficiencia (Leibenstein, 1979), sino que están lejos de su frontera de producción. En segundo lugar su labor fundamental es construir una reputación y un clima de confianza que transforme un sistema conflictivo (individuos con objetivos en conflicto) en un sistema de cooperación. La función de los directivos es convencer e influir para crear un clima de confianza para que los empleados no sigan conductas oportunistas, incluso cuando a corto plazo, está en su propio interés hacerlo, logrando un mayor grado de eficiencia al reducir costes de supervisión y agencia.

Finalmente, el capitalista viene caracterizado por ser el aportante de fondos a la empresa, bien bajo la forma de accionista pasivo (en los casos de accionariado diluido o inversor institucional) o bien como accionista de control, accionista activo, que en las pequeñas y medianas empresas, que en muchas ocasiones, asume la función empresarial y directiva.

### **3. Las oportunidades empresariales: descubrimiento y explotación**

La función empresarial implica el descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades empresariales, es decir, nuevos productos y servicios, nuevas estrategias y formas de organización, nuevos mercados, procesos y materias primas que no existían con anterioridad (Shane y Venkataraman, 2000). La oportunidad empresarial es una no esperada y aún no valorada oportunidad económica.

Nuestro conocimiento acerca del surgir empresarial y las oportunidades empresariales, las personas que las persiguen, las habilidades usadas para organizar y explotar oportunidades y las condiciones favorables del entorno para estas actividades es limitado. No existe una base teórica de explicación, como no sea la casuística, anécdotas o planteamientos fragmentados sobre la actividad empresarial (Shane, 2003: 12). No se ha abierto la caja negra de la función empresarial (Fiet, 2002).

Las oportunidades empresariales existen porque diferentes agentes tienen diferentes creencias acerca del valor relativo de los recursos cuando son convertidos de inputs en outputs. La teoría de recursos tiende a focalizarse en la heterogeneidad de los recursos mientras que la teoría del empresario lo hace sobre la heterogeneidad en las creencias acerca del valor de los recursos (Alvarez, Busenitz, 2001: 756).

La acción del descubrimiento y aprovechamiento de tales oportunidades es la actividad empresarial, es decir, lo que Mises (1949) denomina “la especulación en pos del lucro constituye la fuerza motriz del mercado,

son líderes en el camino que conduce al progreso material, los primeros en comprender la diferencia que existe entre lo que se ha hecho y lo que se podría hacer. Adivinan lo que los consumidores quisieran tener y se toman en serio el intento de proporcionárselo”.

El problema central no es tanto el descubrimiento de oportunidades de beneficio, sino el hacerse con él, es decir, la explotación de las oportunidades. Lo que necesita el empresario no es tanta capacidad de visión superior cuanto una voluntad o determinación superior. Shumpeter es explícito al insistir en que es la innovación y no el descubrimiento lo que identifica al empresario y en lo que esencialmente consiste su contribución al proceso económico. Lo que inspira la actividad del empresario con éxito no es ver lo que otros no ven, sino poseer la voluntad, la determinación y las cualidades de liderazgo necesarias para hacerse con aquello que todos ven pero que nadie hace (Kirzner 1995: 113).

El empresario busca generar y apropiarse de rentas consecuencia de las imperfecciones en los mercados de productos y/o factores. Para realizar el potencial generador de rentas, de beneficio económico, debe:

Poseer el conocimiento (raro) acerca de las oportunidades de mercado,  
Reunir los recursos necesarios para hacer posible la generación de rentas,  
Debe encontrar la forma de apropiarse al menos de una parte de las rentas generadas

El proceso empresarial envuelve la identificación y evaluación de oportunidades; la decisión de explotarlas por uno mismo o venderlas, los esfuerzos para obtener recursos y el desarrollo de la estrategia y la organización del nuevo proyecto empresarial (Shane, 2003).

### **3.1. El descubrimiento de las oportunidades empresariales**

Las oportunidades se presentan con una variedad de formas: 1) la creación de nueva combinación como ocurre con la invención de un producto, una nueva tecnología, un proceso productivo; 2) la explotación de las ineficiencias en los mercados consecuencia de la información asimétrica en el tiempo o espacio; 3) la reacción a los cambios por usos alternativos de recursos, como ocurre ante políticas regulatorias o cambios demográficos; 4) el desarrollo de nuevas formas de organización, nuevas estrategias empresariales.

Las oportunidades empresariales existen porque diferentes miembros de la sociedad tienen diferentes creencias, conocimiento e intuición superior, información o suerte, hacen diferentes conjeturas acerca de los precios o mercados futuros; es decir, se tienen diferentes valoraciones a cerca del valor de los recursos. Las oportunidades proveen un beneficio que es, a su

vez, incentivo en el surgir de nuevos empresarios y, por ello, en su germen lleva su propia destrucción, dado que su permanencia dependerá de la ambigüedad sobre su combinación y el tiempo de aprendizaje que exige para desarrollar el nuevo “negocio”.

La asimetría de creencias es una precondition para el descubrimiento de oportunidades empresariales, por ello, el empresario se caracteriza por poseer un stock de información necesaria para identificar oportunidades y capacidades y para valorar oportunidades donde otros ven riesgos.

El conocimiento relevante para la función empresarial es: 1) subjetivo, de tipo práctico, no científico; 2) tácito, no articulable; 3) en su mayoría transmisible de forma no consciente, a través de complejísimos procesos sociales; 4) idiosincrático porque es adquirido por cada individuo en sus propias circunstancias, incluyendo ocupación, rutinas de trabajo y relaciones sociales.

Es un conocimiento idiosincrático adquirido por cada individuo en sus propias circunstancias: ocupación, rutinas de trabajo, relaciones sociales, fuentes de información que crea el “camino” para ver posibilidades de beneficio. Su conocer se construye sobre limitadas experiencias clave, creencias y/o expectativas sobre el futuro.

La habilidad para conectar conocimiento empresarial y oportunidades requieren un conjunto de capacidades, actitudes que no están uniformemente distribuidas y varían entre los individuos por: a) condiciones cognitivas de los individuos (Shaveer, Scott, 1991); b) incentivos unidos a los coste de oportunidad (Amit et al,1994); c) diferencias en el proceso de creatividad, de alerta e imaginación.

El proceso de decisión empresarial, no es el propio de una asignación de recursos dado una estructura existente de medios-fines. El sistema de decisión empresarial implica la formación de un nuevo marco o esquema de medios-fines (“Judgement decision making”, Casson, 2003), dado que no se puede conocer el alcance de las opciones a las que se enfrenta y las consecuencias de dichas opciones. Se trata de decisiones que requieren creatividad y conjeturas que el contraste soportara o no, decisiones siempre en incertidumbre.

¿Porque unos individuos y no otros descubren unas oportunidades? La formulación de una conjetura esta influenciada por la posesión de información o creencias que lleva a una persona a pensar de una cierta forma o desarrollar un nuevo criterio de decisión medios-fines. Dado que ambas información y creencias están distribuidas desigualmente entre las personas.

En general unas personas identifican oportunidades que otros no lo hacen por dos razones: por tener mejor acceso a la información acerca de la existencia de la oportunidad y por estar mejor capacitados que otros para reconocer oportunidades, dado un mismo nivel de información al tener superiores capacidades cognitivas.

La información hace posible que una persona descubra una oportunidad, cuando otras ignoran esa situación, como consecuencia de: las experiencias vitales unidas al trabajo previo, las relaciones sociales, en general las redes de contacto y la búsqueda activa de información (prensa especializada, consultores).

El descubrimiento no es solo un problema de información, de búsqueda, de investigación (inversión en información, Stigler). El descubrimiento no es una cuestión aleatoria (“serendipity”), de suerte, menos un proceso de decisión de optimización. El descubrimiento no es solo visualizar una oportunidad que está esperando alerta (Kirzner, 1973) sino también en creatividad (Schumpeter, 1950) e imaginación (Shackle, 1982).

El que dada una información unos individuos tengan mayor habilidad para reconocer una oportunidad se debe a: 1) su capacidad de absorción de conocimiento acerca de mercados y empresas, 2) la inteligencia, creatividad y valoración de riesgos. Este proceso está unido a la trama cognitiva acerca de como los individuos perciben, filtran y conceptualizan información (Tenbrunsel, Galvin, Neale y Bazerman, 1996).

Las oportunidades empresariales se explican con base en dos proposiciones:

1) la débil es que en la mayoría de las sociedades, la mayoría de los mercados son ineficientes en la mayoría del tiempo, así proveen oportunidades a los empresarios para crear riqueza explotando esas ineficiencias (Kirzner, 1973, 1995). Las ineficiencias en las organizaciones crean oportunidades para la actividad empresarial y es una amenaza para las organizaciones ineficientes (X- Teoría de la eficiencia de Leiberstein). El empresario con su acción de mejora de la eficiencia, llena el gap -función de arbitraje de Kirzner- hacia el equilibrio.

2) la fuerte es que aun en mercados en estado de equilibrio, la acción humana, combinada con la búsqueda de beneficio, el avance tecnológico y del conocimiento destruye el equilibrio mas tarde o mas pronto, “proceso de destrucción creadora” (Schumpeter, 1934), (Shane y Venkataraman, 2000: 5). Por ello, lo relevante en el planteamiento schumpeteriano es la idea de desequilibrio, nueva información, innovación, creación.

Las tres mayores fuentes de oportunidades empresariales, son para el planteamiento schumpeteriano: cambio tecnológico, cambio político-regulatorio, (por ejemplo al exigir el asiento para niños en los coches, la



prohibición de fumar, etc. que genera nuevos productos) y cambio social-demográfico (como la entrada de la mujer en el mercado laboral desarrolla un mercado de alimentos preparados, guarderías, etc.).

#### **4. Explicaciones para el desarrollo de la actividad empresarial: la explotación de oportunidades. Los empresarios**

El estudio de las causas que pudieran explicar porque en un país o espacio, en un momento del tiempo, surgen empresarios, es decir, se desarrolla una actividad empresarial que hace posible el progreso y la creación de riqueza es tema de gran relevancia pero de difícil respuesta.

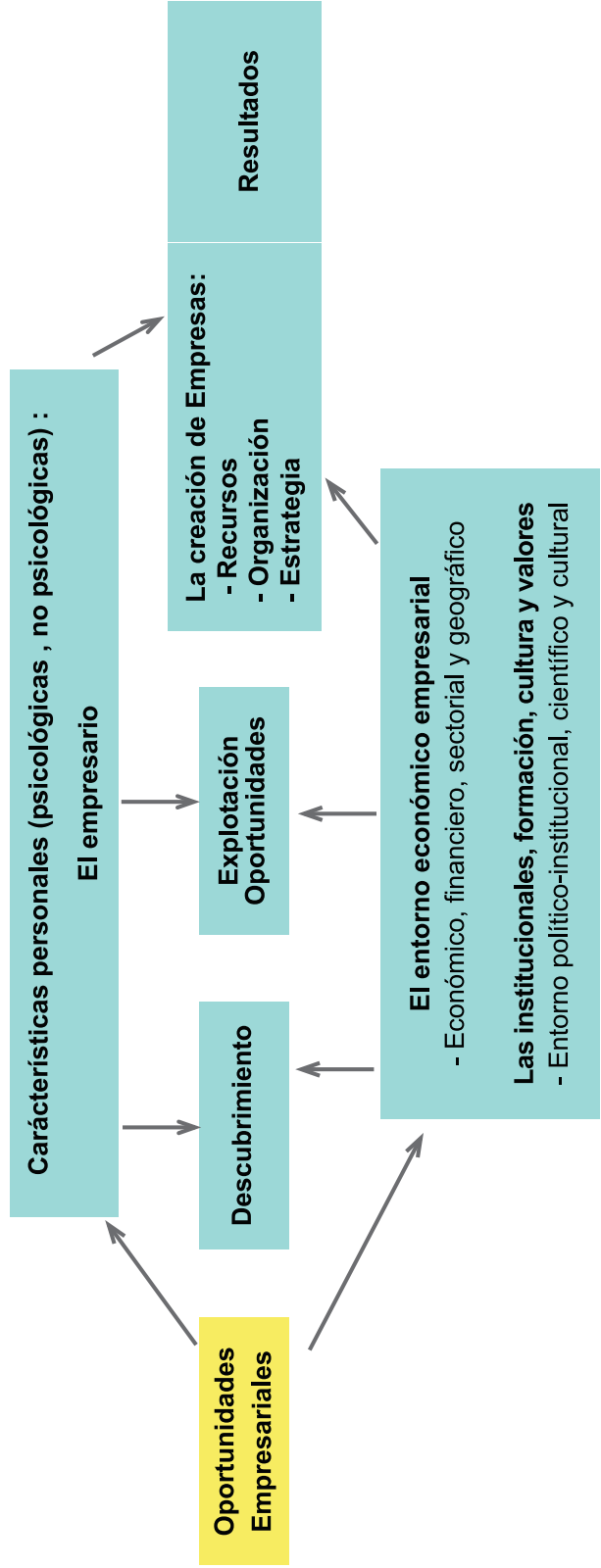
Una primera aproximación, demasiado simple, pretende unir el surgir de los empresarios a las particularidades personales de los individuos. Así, se suelen estudiar las características psicológicas del empresario con éxito identificar los rasgos distintivos de la personalidad de los empresarios. Los índices de la actividad empresarial en la sociedad depende del número de individuos que poseen dichas características.

Se estudia el comportamiento emprendedor que se suele caracterizar por tres notas: innovador, asume riesgos y es proactivo. Es decir, la capacidad de cambiar la manera de hacer las cosas, asumir la incertidumbre que implica todo cambio y, finalmente tomar la iniciativa, anticiparse ser proactivo.

Una segunda explicación considera que la explotación de oportunidades dependen de los contextos en los que estos individuos viven y trabajan (Romanelli y Schoonhoven, 2001: 41). Se quiere destacar que la actividad empresarial, no emerge “es novo” de la acción indiosincrática, existencia de un “individuo empresario”, con sus ideas para crear nuevas organizaciones, su capacidad para adquirir capital y otros importantes recursos materiales y humanos sino de variables del entorno en que desarrolla su actividad. Variables tales como tamaño y crecimiento de los mercados, dotación de factores productivos y recursos naturales y la disponibilidad de capital humano y tecnológico. Se destaca, igualmente, la relevancia del espacio local –clusters-, es decir, la relevancia de las empresas e instituciones que existen en un espacio concreto en el que los individuos aprenden y en el que compiten como condicionante del desarrollo de nuevas empresas (Romanelli, 1989; Aldrich y Wiedenmayer, 1993).

Una tercera explicación quiere acentuar la relevancia de las instituciones y reglas del juego existentes las políticas públicas, la defensa de derechos de propiedad, el funcionamiento de los mercados de trabajo, capital y conocimientos; la cultura y los valores ante la actividad empresarial (véase cuadro nº 2).

**4. Descubrimiento y explotación de oportunidades empresariales**



Fuente: Shane, 2003 y elaboración propia

Existen pues tres fundamentos para la explicación del surgir de la actividad empresarial. El primero se centra en el individuo, es decir, la acción empresarial se concibe como atributo del ser humano, tales como voluntad para hacer frente a la incertidumbre (Khilstrom y Laffont, 1979), aceptar el riesgo, necesidad de logros (McClelland, 1961) que diferencia al empresario del resto de la sociedad. El segundo destaca los factores del entorno económico que incentivan y hacen posible la actividad empresarial, tales como dimensión de los mercados, la dinámica de los cambios tecnológicos (Tushman y Anderson, 1986), de la estructura de mercado -regulatorios y demográficos- (Acs y Audretsch, 1990) o la simple dinámica industrial. El tercer factor esta unido al funcionamiento de las instituciones, la cultura, los valores de la sociedad. Los enfoques no son excluyentes (Shane, 2003: 2), dado que la actividad empresarial es una actividad humana, no ocurre espontáneamente en la presencia del entorno económico, instituciones, cambio tecnológico regulatorio y demográfico.

#### **4.1.Las características personales o el empresario como individuo**

El estudio del empresario como individuo presenta una línea de explicación de la actividad empresarial con base en las teorías psicosociológicas. Dichas teorías analizan la actividad empresarial unida a determinadas características del comportamiento humano. Es decir, destacan los atributos de las personas como determinantes de su actividad empresarial así se habla de una persona intuitiva con imaginación, que ha alcanzado el éxito, el poder con base en su propio esfuerzo, con energía, decisión (Cunnighan y Lischeron, 1991).

Se buscan diferencias entre el individuo emprendedor y el resto de individuos identificando potenciales empresarios a partir de determinadas características de la personalidad (Hull et al, 1986). Se presentan como notas diferenciadoras los rasgos de: creatividad, propensión a la aceptación de riesgos, necesidad de logros, deseo de autonomía e independencia. Se analiza tanto en su consideración genética como los entornos socioculturales que favorecen el desarrollo de dichos rasgos.

Estos trabajos pretenden desarrollar el perfil psicológico y sociológico del empresario (Veciana, 1989; Sexton y Bowman-Upton, 1991). Los rasgos de personalidad más analizados suelen ser: a) la necesidad de poder que se manifiesta tanto en el rechazo de poder de otros, como en el deseo de independencia y en la búsqueda de mayor poder; b) la necesidad de realización personal, necesidad de logro o ambición (McClelland, 1968; McClelland y Winter, 1969); c) el deseo de mejorar los resultados con su acción y de sentirse responsable de los mismos; d) la propensión a la asunción de riesgos; e) el carisma o liderazgo, que sin ser rasgo de la personalidad se ve afectado por la misma (Pfeffer, 1977). Al mismo tiempo se constata, una

autoevaluación muy positiva de sus capacidades de eficacia y control, es decir el grado que ellos creen que pueden conseguir los objetivos e influir su entorno (Shane, 2002: 62 y ss), su capacidad para solucionar problemas (Busenitz y Barney, 1997) que no exige bases de datos ni grandes experiencias previas.

La explotación de oportunidades por los individuos está determinada, también, por factores no psicológicos, entre los que destacamos:

a) Las expectativas de ganancia, es decir, el *gap* entre la utilidad esperado y el coste de oportunidades de los individuos. Ello se ve condicionado por el entorno económico y social del individuo. Se habla de motivación “pull” y “push” para explotar oportunidad. La primera asociada a la explotación de la oportunidad económica que lleva a crear una empresa unida a la realización personal, la segunda ante la inexistencia de alternativas de un trabajo asalariado -por despido o desempleo- ante la insatisfacción en la empresa, la creación es vista como una oportunidad de empleo.

b) Educación y las experiencias previas, en cuanto a la formación y preparación del individuo aumentan sus expectativas de obtener los retornos esperados. Las experiencias previas que animan la explotación de oportunidades, bien sean experiencias funcionales, en el sector, en el desarrollo de nuevos negocios. Las experiencias vividas de cerca, por ejemplo por los hijos de empresarios, genera un conocimiento tácito para desarrollar la misma actividad (Minniti, 1999). El impacto dominante en la explotación de oportunidades lo producen la experiencia y las habilidades que se desarrollan por el aprendizaje en los negocios (Lee, Tsang, 2001: 597; Chandler y Jansen, 1992).

c) La posición social -status- y relaciones con otros miembros de la sociedad, facilitan la decisión de explotar oportunidades ya que las personas que lo poseen convencer más fácilmente de la bondad del proyecto, tienen mayores facilidades para obtener los recursos necesarios, tienen menos costes de transacción y pueden diversificar el riesgo. En este punto se destaca la familia como variable relevante para los individuos. Las relaciones familiares constituyen un contrato con relaciones informales, relaciones personales, transparentes a largo plazo frente a los contratos de mercado formalizados, impersonales corto plazo, no transparentes. La familia es una potencial fuente de información, aportan recursos complementarios, capacidades directivas, redes, capital y garantías; disminuye los costes de transacción en el desarrollo de relaciones, sirve de incentivo para la reinversión, producen legitimación y provee un fuerte motivo para el esfuerzo empresarial, al servir los intereses de la familia.

d) Igualmente, la actividad empresarial tiene que ver con la existencia de grupos marginales, minorías no integradas que han contribuido más que

proporcionalmente a la oferta de empresarios. Los “Dissenters” en Inglaterra, los protestantes en Francia, los samurais en Japón, los chinos en el sudeste asiático, los indios y árabes en África, los parsees en la India, son unos pocos ejemplos notables (Greenfield y Strickon, 1995: 515). Probablemente los miembros de estos grupos se sienten discriminados, marginado socialmente, frente a los miembros de la mayoría de la sociedad y tratan de superarlo con su actividad empresarial como forma de ganar status con el apoyo de la familia o el grupo como garantía de su actividad y provisión de redes o contactos. La actividad empresarial es un medio de movilidad social, propio de sociedades abiertas donde personas sin privilegios, sin recursos pueden subir en la escala social. En este punto se considera el papel de los emigrantes. Así, es el caso de científicos e ingenieros que juegan un papel muy relevante en las relaciones entre sus negocios en el país de acogida y negocios en el país de origen (el caso Silicon Valley e India y China). Un gran numero de emigrantes con capacidades regresan a sus países y explotan oportunidades y relaciones, en suma, incentivan la creación empresarial.

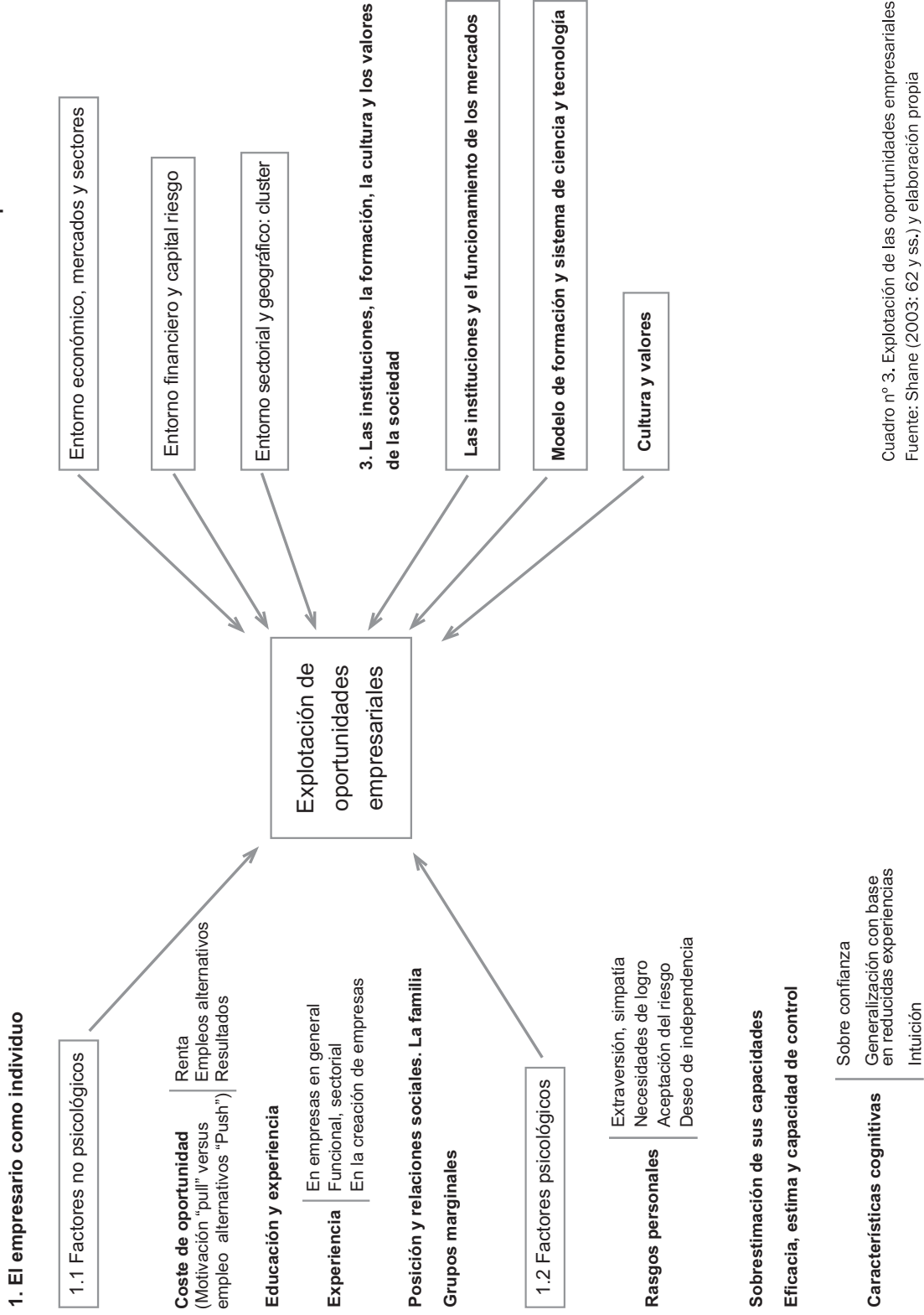
#### **4.1. El entorno económico empresarial**

La explotación de oportunidades empresariales esta condicionada por factores del entorno que incentivan y hacen posible la actividad empresarial: El entorno económico y financiero, el marco tecnológico y el entorno sectorial y geográfico.

##### **4.2.1 Entorno económico, financiero y sectorial**

El entorno económico general explica el desarrollo empresarial a través de variables como: a) riqueza y crecimiento económico; b) estabilidad económica (inflación, equilibrio presupuestario) y c) entorno fiscal. La creación empresarial depende de la dimensión de los mercados de bienes y factores de producción. En efecto, se alude, en España, a los problemas de demanda interior generados por un mercado “reducido e inestable” (Comin y Martín Aceña, 1996: 85) como variable explicativa de la limitada creación empresarial (Valdaliso, 2004: 17). Esta realidad se complementaba con la larga tradición mercantilista, partidaria de la intervención estatal en la economía, la regulación y la gremialización de la actividad empresarial y del trabajo. Se trata del conocido círculo vicioso: el propio atraso es un obstáculo al desarrollo económico y una barrera a la iniciativa empresarial (Tortella, 1995: 60).

## 2. El entorno económico empresarial



Cuadro nº 3. Explotación de las oportunidades empresariales  
Fuente: Shane (2003: 62 y ss.) y elaboración propia

El sistema fiscal se puede considerar como elemento incentivador de la explotación de oportunidades, de forma más precisa la tributación de ganancias de capital, la renta de sociedades y la tributación de las transferencias de las empresas familiares. Es un elemento que incentiva la localización de empresas y amplifica las rentas disponibles para el empresario en los proyectos empresariales.

**Los sectores o industrias predominantes en un espacio explican** diferencias en la explotación de oportunidades empresariales, en la creación empresarial. Las variables a considerar son: 1) Las exigencias de conocimiento, su carácter tácito, la intensidad de la I+D y el origen de las fuentes de la innovación: interna o externa. 2) Las condiciones de la demanda, es decir el tamaño, crecimiento y segmentación del mercado. 3) El ciclo de vida de la industria, edad de la industria, presencia de diseños dominantes, consolidación sectorial y densidad de empresas en el sector. 4) Condiciones de apropiabilidad, que permiten a los empresarios capturar los retornos de sus esfuerzos para explotar una oportunidad, unida a la utilidad de las patentes, las curvas de aprendizaje, *gap* de tiempo en la explotación de la innovación y la relevancia de los activos complementarios para la innovación; y 5) La estructura de la industria, que puede afectar a la formación de nuevas empresas como consecuencia de su rentabilidad, intensidad del capital, intensidad de la publicidad, concentración y tamaño medio de las empresas en la industria.

La investigación muestra, que el desarrollo de nuevas empresas la natalidad emprendedora esta incentivada por: a) la relevancia de las fuentes externas de la innovación en la empresa; b) las menores exigencias de conocimiento tácito; c) el tamaño y dinamismo del mercado; d) la no existencia de una industria consolidada, de diseños dominantes; e) el contar con defensas a favor de la apropiación de las rentas de la innovación y e) el contar con una elevada proporción de pequeñas empresa en un espacio geográfico (Shane, 2003: 118).

El **entorno financiero** afecta al desarrollo de proyectos empresariales, primero, por el coste del dinero que afecta a las decisiones de inversión en general, y, segundo por la singularidad de la financiación de las nuevas empresas, de nuevos proyectos.

La adquisición de recursos para nuevos proyectos se enfrenta a problemas de información asimétrica e incertidumbre. La información asimétrica está unida al deseo del empresario de mantener secreta cierta información al explotar la oportunidad; pero posibilita una actuación oportunista frente a los aportantes de capital, consecuencia de su mayor conocimiento acerca de la misma y pueden utilizar su mayor información para mejorar su contrato de financiación (Shane y Cable, 2002). Los inversores tienen dificultades para controlar el proyecto y la información asimétrica

hace posible una selección adversa, dado que el inversor no tiene capacidad para evaluar las oportunidades, no suele distinguir la bondad de las capacidades empresariales ni la de las oportunidades.

La incertidumbre surge de la dificultad de objetivar unos flujos esperados de caja del proyecto, ello implica negociar con el empresario y sin experiencias previas del empresario no es fácil valorar sus capacidades. Finalmente, se debe considerar que el riesgo de los juicios incorrectos del empresario sólo se compensa si se exigen garantías colaterales, lo que sólo es posible si dispone de activos. En este marco se hace necesario la existencia de sociedades de capital riesgo.

El capital riesgo hace posible la explotación de oportunidades, facilita la creación de empresas, la compra de empresas por sus directivos y la solución a los conflictos de interés de las segundas y terceras generaciones de las empresas familiares. El capital riesgo puede facilitar la coordinación de empresas que actúan en un cluster al aportar indirectamente capacidades directivas y el apoyo a estrategias de crecimiento. Lo relevante es el apoyo al capital riesgo, la creación empresarial formal (empresas de capital riesgo, de inversión en capital privado -private equity- e informal (“Business investors”, angels) en un espacio para hacer posible la financiación de las oportunidades empresariales.

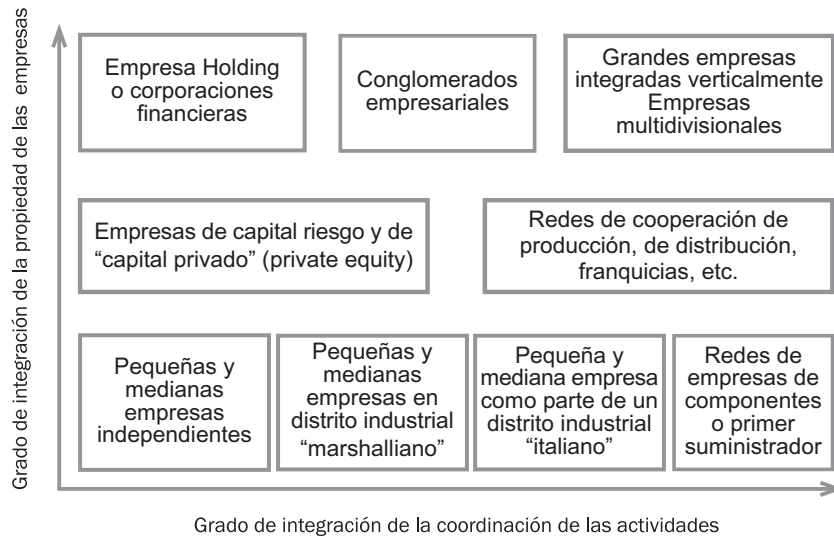
La acción de las administraciones públicas tienen por finalidad generar confianza y participar en los riesgos (compensando y reduciendo el riesgo) de los nuevos proyectos por medio de sociedades de capital riesgo y sociedades de garantía. Las administraciones pública utilizan incentivos fiscales, prestamos subsidiados, garantías en préstamos; es decir se trata de disminuir los problemas de la incertidumbre unida a la explotación de oportunidades empresariales.

#### **4.2.2. El entorno geográfico -clusters-**

Un elemento a estudiar ante la creación empresarial es el tejido y el entorno geográfico empresarial, como variables condicionantes de la creación de empresas.

La actividad empresarial se puede organizar, con base en el grado de integración de la propiedad y la coordinación de las actividades en: a) integradas verticalmente -gran empresa-, conglomerados y corporaciones financieras; b) pequeñas y medianas empresas sin relaciones, distritos industriales (clusters de empresas que cooperan o compiten, es decir, en su consideración de modelo marshalliana e italiano); empresas vinculadas al fabricar componentes o ser primer suministrador; y c) una situación intermedia redes de cooperación (financiera, de producción e innovación), entre las que podemos situar las actuaciones de las sociedades de capital riesgo.





Fuente: Langlois y Robertson (2000: 126) y elaboración propia

Al analizar el determinante geográfico en la creación de empresas se contrasta que:

Las empresas instaladas suelen ser renuentes a desarrollar ideas emprendedoras, suelen ser incapaces de evaluar tecnologías fuera de su core business por temor a canibalizar su negocio principal. Dependiendo de la naturaleza de la innovación (radical o incremental) es de esperar que las empresas establecidas ante cambios incrementales sean innovadoras -o primeros entrantes- sin embargo, aunque en un entorno tecnológico estén en la vanguardia de la innovación ante los cambios radicales aparecen como seguidores o últimos en moverse (Christensen, 1997; Henderson, 1993). Ante una innovación que desplaza el producto existente, las empresas establecidas tienen menos incentivos que un nuevo entrante porque están acelerando el fin de sus mercados actuales.

Las grandes empresas en un espacio en sectores maduros no son, base para el desarrollo de la actividad emprendedora aunque cuenten con economías de escala (Chandler, 1988), y con centros de I+D. Las grandes empresas están centradas en sus negocios, difícilmente ven el potencial de nuevos negocios, de los cambios disruptivos, que no sólo facilitan la flexibilidad y adaptación sino el surgir de nuevas empresas.

Ante un cambio tecnológico exógeno, las empresas instaladas son desplazadas por las nuevas empresas entrantes. Existen oportunidades para los nuevos entrantes, ante los cambios radicales incluso cuando los instalados tienen capacidades, financieras y tecnológicas (Arend, 1999: 33). Los entrantes hacen tres cosas muy bien: identifican oportunidades, dan forma y desarrollan estas oportunidades y crean estructuras de negocios para transformar estas oportunidades en nuevos negocios con éxito.

Frente a las grandes empresas, las empresas que surgen de la escisión o ruptura de la empresa de la creación de filiales spin-off (Sockley – Fairchild – Intel), son fuentes de nuevas empresas por su cultura, por su flexibilidad para los cambios tecnológicos radicales y su capacidad para aprovechar las nuevas tecnologías.

Las oportunidades empresariales son explotadas en un espacio geográfico por individuos que han sido educados y trabajan en organizaciones de la región; individuos que aprenden el negocio y los conocimientos tecnológicos en organizaciones del entorno y tiende a explotar innovaciones relacionadas con sus experiencias de trabajo. La influencia de las experiencias, el trabajo previo (71,5% de los nuevos negocios (Bhide, 1999) ) son fuente de nuevas empresas.

En determinados espacios y momentos, el marco geográfico es relevante. Así Marshall (1890), refiriéndose a Sheffield y la bondad de su acero, decía que "en algunas regiones determinadas las habilidades están en el aire", por ello éstas sólo se recogen si existen capacidad empresarial. Hoy día cualquier cosa se puede producir en cualquier parte, pero de hecho no ocurre así. Determinadas actividades se concentran en determinados espacios con base a "la historia marca" o la reexplicación del concepto de Marshall (1890) de los "distritos industriales" como consecuencia de las economías externas a la industria (economías de aglomeración) y las internas, de escala y alcance.

Los clusters, los distritos industriales de Mashall, se caracterizan porque engloban un conjunto de activos tangibles -empresas e infraestructuras- e intangibles -conocimiento, tecnologías, saber hacer-; elementos institucionales: administraciones públicas y centros de formación e investigación, que existen y actúan interconectadas en un espacio geográfico.

Existen cuatro características de los clusters regionales que favorecen la creación empresarial, la explotación de oportunidades. **Primero, los recursos** y capacidades vitales para el éxito de una empresa pueden ser encontrados dentro de una región, más que una empresa aislada. **La segunda** es que los clusters regionales a menudo implican **actividades** que son **compartidas por las empresas** dentro de ellos, lo que implica reducciones de costes de transporte y comunicación, menos inventarios, investigación compartida

(generan empresas relacionadas verticalmente, horizontalmente). **En tercer lugar** generan **conocimiento específico acumulado** y diseminado en un espacio (Dosi, 1988) y mano de obra especializada lo que hace posible el desarrollo de nuevos entrantes. **En cuarto lugar** los directivos y trabajadores tienden a vivir y trabajar en una pequeña área geográfica; esas interrelaciones de propiedad, vínculos sociales y asociaciones, así como las relaciones entre empresas e instituciones dentro de un área geográfica producen en suma economías de aglomeración, que suponen una reducción de costes de transacción, una dinámica de creación de nuevas oportunidades y una alternativa a la integración vertical. Las relaciones, la especialización y la competencia por los recursos disponibles aumentan la innovación en la población local (Claessens, 1999) y la creación.

Al mismo tiempo, el que abunde en un espacio geográfico los ejemplos empresariales, los modelos locales, actúa como un incentivo para el desarrollo de nuevos empresarios; pues se minimiza el riesgo de reubicación de empleados, atrae capital humano y genera reputación local, que actúa contra comportamientos oportunistas.

### **4.3 Las instituciones, formación, cultura y valores**

La creación de empresas viene incentivada por el entorno institucional y político, por el modelo de ciencia y tecnología, el entorno cultural y los valores.

#### **4.3.1 El entorno político e institucional**

Las instituciones de los países y su funcionamiento condicionan el desarrollo empresarial. Instituciones con efectiva protección de los derechos de propiedad y mínimas interferencias administrativas (La Porta y López Silanes, et al, 1999) hacen posible una mayor inversión en capital físico y humano y un uso de estos factores más eficiente (Mazingo, 1999; Besley, 1995). La conjetura que se contrasta es que diferencias en las instituciones y las políticas de intervención implican diferencias en el desarrollo empresarial entre los países. Las instituciones, pues, contribuyen positivamente al comportamiento emprendedor (Moran y Ghoshal, 1999).

La protección del inversor no sólo supone la protección de los derechos de propiedad, sino también los niveles de información y los impedimentos para que la dirección o el empresario obtengan beneficios privados; es decir, se trata de evitar que se utilice la empresa para el “tunneling” o trasvase de rentas a grupos vinculados a ella misma a costa del accionista. La protección de los inversores no sólo hace posible el desarrollo de los mercados y mejora

su valoración, sino que permite la aparición empresarial y el desarrollo de la empresa al facilitar su financiación (OPIs) (Demirgüç-Kunt y Maksimovic, 1998) en mejores condiciones, al disminuir el riesgo y facilitar la asignación eficiente de recursos y la existencia de un mercado de capital riesgo: Business angels, socios financieros, fondos y sociedades de capital riesgo o simplemente capitalistas.

El entorno político puede, igualmente, condicionar el desarrollo empresarial. Las ideas proteccionistas y la preponderancia de los mercados politizados acentúa el peso de los buscadores de rentas frente a los empresarios y, por ello, se genera un cierto rechazo en la sociedad a la actividad empresarial. El aumento del peso del Estado en la actividad económica y su acción reguladora, discrecional, en muchos casos, han dado lugar a la aparición de una nueva función empresarial centrada en alterar el entorno y el poder de las administraciones públicas para buscar rentas, en lo que podemos llamar “mercados politizados”. Ello se ve en la intervención de las administraciones públicas con base en la denominada política industrial marginando la política de competencia, en la actuación de los empresarios en la búsqueda de ayudas públicas. Carreras y Tafunell (1997: 299) al analizar las grandes empresas españolas (1917-1990), explican la fragilidad de éstas por el hiperactivismo estatal -empresa pública e intervención en los mercados- combinado con la acción de los buscadores de renta.

La debilidad del espíritu de empresa español queda reflejado por dos factores; de una parte, la gran importancia que han tenido los empresarios extranjeros (y las empresas públicas en la última mitad del siglo XX); de otra, la gran propensión de los empresarios españoles a buscar protección del Estado para que les proporcionase rentas y les cobijase de la competencia (Tortella, 1995: 49). Se constata el apego a la protección estatal, la afición al monopolio y la aversión al riesgo. El proteccionismo fue acompañado por el intervencionismo y la regulación de los mercados por el Estado (Comin y Martín Aceña, 1996). Las barreras de entrada a los mercados no sólo impide la innovación empresarial por parte de nuevos competidores potenciales, sino que además elimina la presión de la competencia sobre los ya establecidos, debilitando paulatinamente su fibra empresarial.

Un marco intervencionista, con una gran discrecionalidad de actuación por los gobiernos y/o políticos hace que se destinen recursos de forma ineficiente y se genere un clima contrario a la creación empresarial. Esto puede aumentar la incertidumbre en la acción empresarial y por ello, el desarrollo de la empresa frente al florecimiento de negocios apoyados en el sistema de amistades y el partidismo político.

Baumol (1993) diferencia entre empresarios virtuosos o villanos, en función de que desarrollen actividades productivas o improductivas, es decir, actividades vinculadas a la innovación y difusión de tecnologías, o bien a la búsqueda de rentas; y considera como actividades improductivas el pago que se recibe sin añadir producto a la sociedad en compensación. La actuación del empresario en un momento y lugar dependerá básicamente de las reglas del juego, esto es, de la estructura de recompensas que existen en la economía que determina la asignación de recursos a actividades productivas o improductivas.

#### **4.3.2 El modelo de formación y el sistema de ciencia y tecnología como explicación del desarrollo empresarial**

La formación es un elemento determinante de la creación de capital humano. Por ello se debe desarrollar un apoyo del sistema educativo a los emprendedores, a su función. La creación empresarial viene igualmente condicionada por la universidad, tanto por la formación que proporciona como por la investigación que desarrolla. El modelo a imitar es la Universidad de Berlín de Humboldt a comienzos del siglo XIX o los actuales Institutos Tecnológicos de Massachusetts y California (MIT, CALTEC) y Stanford por su capacidad para generar proyectos empresariales.

Actualmente, el conocimiento y el desarrollo emprendedor son los activos más importantes de los países, como antes lo fueran el capital físico o los recursos naturales. El mercado de ideas (Murray y Casper, 2003) exige: *Instituciones académicas vivas* (Kenney, 1986), *instituciones de financiación del riesgo* (Lerner, 1996, Pavel et al. 2002), *talento directivo* (Higgins y Gulati, 2002) y un *cluster de colaboración interempresas* (Carlson, 2002). Unir mercado de ideas, capital humano y financiero. Ejemplo biotecnología Cambridge (Reino Unido), Boston y Munich (rigidez del mercado laboral, localismo, no cultura de *start-up*). Se puede ver que la innovación no encaja en el sistema funcional propio de nuestras universidades y centros de investigación.

Es posible que, en la “vieja Europa”, la cultura universitaria y el carácter funcional de sus miembros limite la utilización de una más fructífera relación universidad-empresa; así como la conexión y movilidad entre la investigación básica y aplicada y la innovación privada, entre el trabajo de los investigadores de la empresa y la universidad. Quizás la explicación esté también en la falta de empresas con cultura de innovación o representativas de las nuevas tecnologías, que podrían facilitar el desarrollo del espíritu empresarial dentro de la universidad. Otro elemento relevante es el desarrollo en la universidad de habilidades y actitudes favorables a la creatividad y la

2. El nivel actual de formación de los empresarios es limitado, en España, en cuanto el 42% cuenta estudios primarios, el 17% formación profesional y el 37% estudios universitarios. Los trabajadores por cuenta propia tienen 9 años de educación y los asalariados 10.4 años. (Capelleras y Genescá, 2003).

toma de riesgo; en síntesis, el desarrollo del espíritu de empresa, es decir, programas educativos que hagan posible la aparición de una cultura empresarial que genere el surgir de empresas.

El gasto global en investigación y desarrollo en España representa el 1.1% del PIB en el año 2004, la media de la UE-15 se situaba en el 1.93% y en Estados Unidos lo triplicaba hasta llegar al 2.8% del PIB. En Estados Unidos, el sector privado realiza el 70% del gasto total, mientras que en la UE del 64% y en España el 54.1%<sup>3</sup>. Estos datos reflejan diferencias que no evolucionan en los últimos años en la senda deseada de un mayor protagonismo del sector privado. Lo relevante es la capacidad de transformar los resultados de la investigación en actividad económica.

El Consejo Europeo de Barcelona, en marzo de 2002, se fijó como objetivos que las inversiones en I+D alcancen el 3% del PIB en el 2010 y que el sector privado absorba alrededor del 75% del esfuerzo en investigación en el 2010. Para ello se han desarrollado las políticas públicas de I+D, con base en el presupuesto del Estado y de las Comunidades Autónomas, el sistema de incentivos fiscales a las actividades de I+D+i (libertad de amortización, deducciones por I+D+i).

Para alcanzar dichos objetivos deberá producirse un cambio rápido en la cultura de la empresa donde el perfil del investigador se adapte más a la innovación tecnológica para ver el potencial innovador de los avances científicos y si el empresario sienta que la innovación es la base para la supervivencia de la empresa. Hoy por hoy, en España, se gasta tres veces más en comprar tecnología que en generarla.

### **4.3.3 El entorno cultural y los valores**

Dentro del entorno cultural se estudian los valores y creencias y la legitimidad de la actividad empresarial como incentivos para la explotación de oportunidades.

En primer lugar, se suelen presentar evidencias de que ciertas religiones son menos favorables a la actividad empresarial que otras. Es vieja la polémica entre católicos y protestantes (Weber, 1930-1947). Así, se destaca el impacto del calvinismo, como modelo de ética protestante, con sus prácticas

de ascetismo, prohibición del lujo, indulgente con los que actúan y acumulan capital a partir de los negocios. Estos trabajos, ahora, son poco relevantes y los contrastes empíricos no son concluyentes o no encuentran relación entre religión y comportamiento emprendedor (Dodd y Seaman, 1999).

3. ( Las universidades efectúan en España el 30% de la investigación total, 21% en la UE y el 14% en USA y Japón. Al desarrollo tecnológico se dedica en España el 41% del gasto, en USA el 61%,).

En segundo lugar, se puede hablar de un entorno general de legitimidad de la actividad empresarial, de los valores predominantes en la sociedad en un momento dado. La legitimidad se puede ver como el conjunto de valores que reflejan el apoyo social, moral (con o sin sanción legal), a determinadas actividades o instituciones. Los valores de la sociedad, las experiencias empresariales en el pasado de una sociedad refuerzan la legitimidad y facilitan la rotura de las trabas legales y las herencias culturales contrarias al espíritu de la libre empresa. La creación de una empresa no sólo tiene implicación para el sector sino que además sirve como revulsivo para la creación de otras empresas en otros sectores (Bygrave y Minniti, 1999 y 2000).

En tercer lugar se deben mencionar los valores que fomenten la apreciación del éxito y la aceptación del fracaso, el cambio y la creatividad. Cultura es el sistema de valores, aptitudes y creencias que condiciona la actividad y la forma en que las cosas se hacen. Una cultura progresiva esta basada en cinco valores: autonomía, libertad para actuar independientemente, innovación, libertad de experimentación, aceptación riesgo, apoyo a la toma de iniciativas, competitividad (Lumpkin y Dess, 2000). Por el contrario, en las sociedades tradicionales se enfatiza el respeto al estatus, el rechazo al cambio.

En el informe de la Comisión Europea (marzo, 2004)<sup>4</sup> sobre natalidad empresarial se constatan mayor aversión al riesgo, temor al fracaso y en consecuencia por ello la menor disposición a emprender en la sociedad europea en relación a la americana (sólo el 4% de los europeos han estado vinculados a la creación de una empresa en los últimos tres años frente al 12% en Estados Unidos).

Finalmente, en una sociedad donde los valores y normas sociales son elevadas y las personas están fuertemente comprometidas a respetarlas existe confianza y la tendencia a engañar en las transacciones es baja, los mercados internos tienden a funcionar con eficiencia. Los directivos que administran estos mercados son honestos y trabajan duro (Casson, 2000: 284). En una sociedad donde las normas son bajas y el compromiso para respetar esas normas es débil, sociedad sin capital confianza, el oportunismo será un serio problema. Las diferencias nacionales en el desarrollo de la actividad empresarial dependen del conjunto de instituciones que guían o constriñen el comportamiento de la empresa privada en cada economía (Busenitz, Gómez y Spencer, 2000: 995).

## 5. Resumen a modo de conclusión

La función empresarial implica el descubrimiento, explotación de oportunidades de negocio. **¿Por qué unos individuos y no otros** descubren oportunidades? Hay dos razones para ello: a) tener mejor acceso a la información acerca de la existencia de oportunidades-por experiencias vitales, relaciones sociales, -redes- y/o búsqueda activa; y b) dado un mismo nivel de información, por estar mejor capacitados-inteligencia, habilidad perceptiva, creatividad, aceptar riesgos y reconocer oportunidades.

La existencia de oportunidades empresariales tiene dos bases justificativas:

1) En la mayoría de las sociedades, la mayoría de los mercados son ineficientes en la mayoría del tiempo, así proveen oportunidades a los empresarios para crear riqueza explotando esas ineficiencias. Las ineficiencias crean oportunidades para la actividad empresarial y es una amenaza para las organizaciones ineficientes y 2) aún en mercados en estado de equilibrio, la condición humana, combinada con la búsqueda de beneficio, el avance tecnológico y del conocimiento destruye el equilibrio mas tarde o mas pronto, en un "proceso de destrucción creadora" -Schumpeter-. Las tres mayores fuentes de oportunidades empresariales, son para este planteamiento el cambio tecnológica, político-regulatorio y social-demográficos.

El estudio de las causas que expliquen porqué en un país, en una comunidad, en un momento del tiempo, surgen empresarios diferencia entre: a) particularidades personales de los individuos, los rasgos distintivos de la personalidad de los empresarios; b) los factores del entorno económico, financiero y sectorial que incentivan y hacen posible la actividad empresarial; y c) el funcionamiento de las instituciones, de los mercados y los valores de la sociedad.

La explotación de oportunidades por los individuos viene determinada por factores psicológicos (creatividad, propensión a la aceptación de riesgos, necesidad de logros, deseo de autonomía e independencia, búsqueda de mayor poder, la propensión a la asunción de riesgos, etc.) y no psicológicos: la educación, las experiencias de desarrollo de nuevos negocios -la familia-, la posición social -status-, etc. facilitan la decisión de explotar oportunidades.

El entorno macro económico explicara el desarrollo empresarial a través de variables como dimensión de mercado y crecimiento económico; la estabilidad económica (inflación, equilibrios presupuestarios), el entorno sistema fiscal en concreto la tributación de ganancias de capital y renta de sociedades así como el entorno financiero ya que la obtención de recursos para nuevos



proyectos empresariales se enfrenta a problemas de información asimétrica e incertidumbre que dificulta evaluar el riesgo del proyecto. El hecho a destacar es el papel del capital riesgo en la financiación de la creación de empresas.

El entorno más relevante ante la creación empresarial es el espacio geográfico donde los individuos han sido educados y trabajan en organizaciones de la región, individuos que aprenden el negocio y los conocimientos tecnológicos en organizaciones del entorno, que tiende a explotar innovaciones con su forma de trabajar. Los clusters regionales influyen en la explotación de oportunidades. El resultado de esas interrelaciones de propiedad, vínculos sociales y asociación, así como las relaciones entre empresas e instituciones dentro de un área geográfica -economías de aglomeración- y reducción de costes de transacción genera una dinámica de creación de nuevas oportunidades y desintegración de las actividades integradas en la empresa, como nuevos negocios.

En tercer lugar se debe mencionar a las instituciones y su funcionamiento condicionan el desarrollo empresarial. Instituciones que protejan eficazmente los derechos de propiedad, junto con una disminución de las interferencias administrativas hacen posible una mayor inversión en capital físico y humano y un mejor uso de estos factores.

Las ideas proteccionistas, la preponderancia de los mercados politizados acentúa el peso de los buscadores de rentas frente a los empresarios lo que ha generado un cierto rechazo en la sociedad a la actividad empresarial. El aumento del peso del Estado en la actividad económica, y la acción reguladora del mismo con discrecionalidad, en muchos casos, han dado lugar a la aparición de una nueva función empresarial centrada en alterar el entorno y el poder de las administraciones públicas para buscar rentas en lo que podemos llamar “mercados politizados.

Dentro del marco institucional la formación y el sistema de ciencia y tecnología es determinante de la aparición del espíritu empresarial. Actualmente el conocimiento y el desarrollo emprendedor se convierten en los activos más importantes de los países, como antes lo fueran el capital físico o los recursos naturales. La creación de nuevos proyectos con base en la investigación exige: *Instituciones académicas vivas, instituciones de financiación del riesgo, talento directivo y cluster de colaboración ineterempresas*. Unir mercado de ideas, capital humano y financiero.

Finalmente se debe hacer mención al entorno cultural los valores y creencias y la legitimidad de la actividad empresarial como incentivos para la explotación de oportunidades. Se ha mencionado que ciertas religiones, como la católica,

son menos favorables a la actividad empresarial que otras, como las protestantes. Los contrastes empíricos no son concluyentes o no encuentran relación entre religión y comportamiento emprendedor. Se presenta como variable clave la legitimidad, el conjunto de valores que reflejan el apoyo social, moral (con o sin sanción legal) a determinadas actividades o instituciones. Los valores de la sociedad, las experiencias empresariales en el pasado de una sociedad refuerzan la legitimidad y facilitan la rotura de las trabas legales y las herencias culturales contrarias al espíritu de la libre empresa, al igual que los valores que fomenten la apreciación del éxito y la aceptación del fracaso, el cambio y la creatividad.

### Bibliografía

- Aldrich, H.E.; Wiedenmayer, G. (1993) "From Traits to Rates: an Ecological Perspective on Organizational Foundings". En Katz, J.; Brockhaus, R. (Eds.), *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*. I. Jai Press, Greenwich, Ct. (pp. 145-195)
- Álvarez, S.; Busenitz, L. (2001) "The Entrepreneurship of Resource-Based Theory". *Journal of Management*, Vol. 27, pp. 755-775.
- Amit, R.; Glosten, L.; Muller, E. (1994) "Challenges to Theory Development in Entrepreneurship Research". *Journal of Management Studies*, Vol. 10, Pp. 815-834.
- Arend, R. (1999) "Emergence of Entrepreneurs Following Exogenous Technological Change". *Strategic Management Journal*, Vol. 20, Pp. 31-47.
- Baumol, W.J. (1993) *Entrepreneurship, Management and the Structure of Payoffs*. The MIT Press, Cambridge, Mass.
- Begley, T.M.; Boyd, D.P. (1987) "Psychological Characteristics Associated With Performance in Entrepreneurs Firms and Smaller Business". *Journal of Business Venturing*, Vol. 2, Pp. 79-93.
- Bhide, A. (2000) *The Origins and Evolution of New Businesses*. Oxford University Press, New York.
- Brockhaus, Sr., R.H. (1982) "The Psychology of the Entrepreneur", In: *Encyclopedia For Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, New Jersey. (Pp. 39-57)
- Busenitz, L. W.; Barney, J. B. (1997) "Differences Between Entrepreneurs and Managers in Large Organizations: Biases and Heuristics in Strategic Decision-Making". *Journal of Business Venturing*, Vol. 12, Pp. 9-30.
- Busenitz, L.W.; Gómez, C.; Spencer, J.W. (2000) "Country Institutional Profiles: Unlocking Entrepreneurial Phenomena". *Academy of Management Journal*, Vol. 43, Nº 5, Pp. 994-1003.
- Bygrave, W.; Minniti, M. (1999) "The Microfoundations of Entrepreneurship". *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 23, Nº 4, Pp. 41-52.

- Bygrave, W.; Minniti, M. (2000) "The Social Dynamics of Entrepreneurship". *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 24, N° 3, Pp. 25-37.
- Carlsson, B. (Ed.) (2003) *Technological Systems in Bio Industries: An International Study*. Kluwer Academic Publishers
- Capelleras, J.L.; Genescá, E. (2003) "Formación Y Empleo Por Cuenta Propia: Un Análisis Comparativo A Nivel Internacional". En *Creación de Empresas-Entrepreneurship*. Uab, Barcelona
- Capelleras, J.L.; Genescá, E. (2004) "Análisis Comparativo De Las Microempresas En España". *Universia Business Review*, Vol, 2, N° 2, Pp.73-930
- Carreras, A.; Tafunell (1997) *Big Manufacturing Firms Between State and Market*. Cambridge University Press, Cambridge, Mass.
- Casper, S. and Murray, F. (2003) "Scientific Labor Markets and the Building of Biotechnology Firms: A Comparative Analysis". Paper Submitted to the 2003. Academy of Management Conference, Seattle.
- Casson, M. (2003) *The Entrepreneur. An Economic Theory*. Edward Elgar, Cheltenham, Uk.
- Casson, M.C. (2000) *Economics of International Business: A New Research Agenda*. Edward Elgar, Cheltenham Uk.
- Chandler, A. (1977) *The Visible Hand*. Harvard University Press. Cambridge Mass
- Chandler, G.N.; Jansen, E. (1992) "The Founder's Self-Assessed Competence and Venture Performance". *Journal of Business Venturing*, Vol. 7, N° 3, Pp. 223-236.
- Claessens, S.; Djankov, S.; Fan, J.; Lang, H. (1999) "Expropriation of Minority Shareholders in East Asia", World Bank , Manuscrito
- Comín, F.; Martín Aceña, P. (1996) "Rasgos Históricos De Las Empresas De España. Un Panorama". *Revista de Economía Aplicada*, Vol. 6, N° 12, Pp. 75-123.
- Cunningham, B.; Lischeron, J. (1991) "Defining Entrepreneurship". *Journal of Small Business Management*, Vol. 29, N° 1, Pp. 45-61.
- Demirgüç-Kunt, A.; Maksimovic, V. (1998) "Law, Finance, and Firm Growth". *Journal of Finance*, Vol. 53, Pp. 2107-2139.
- Demsetz, H. (1983) "The Neglect of the Entrepreneurship". En *Entrepreneurship*. Joshua Ronen. Heath and Co., Lexington, Mass. (Pp. 271-280)
- Dodd, S.; Seaman, P. (1999) "Religion and Enterprise: An Introductory Exploration". *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 23, N° 1, Pp. 71-86.
- Dosi G. (1988) "The Nature of the Innovative Process". En Dosi, G., C. Freeman, N., Silverberg, G. and L. Soete, (Eds.) *Technical Change and Economic Theory*, Pinter, New York (Pp. 221-238)
- Drucker, P. (1985) *Innovation and Entrepreneurship*. Harper & Row, New York.

- Dunning, J.H. (2003) "Globalization, Technological Change, and the Spatial". En Chandler, A.D.Jr.; Hagström, P.; Solvell, O. (2003) (Eds.) *The Dynamic Firm. the Role of Technology, Strategy, Organization, and Regions*. Oxford University Press, Oxford. (Pp. 289-314)
- Enright, M.J. (2003) "Regional Clusters and Firm Strategy". En Chandler, A.D.Jr.; Hagström, P.; Solvell, O. (2003) (Eds.) *The Dynamic Firm. the Role of Technology, Strategy, Organization, and Regions*. Oxford University Press, Oxford. (Pp. 315-342.)
- Fiet, J.O. (2002) *Systematic Search For Entrepreneurial Discoveries*, Quorum Books, Westport.
- Greenfield, S.M.; Strickon, A. (1995) "A New Paradigm For Study of Entrepreneurship and Social Change". En Livesay, H. (Eds.) *Entrepreneurship and the Growth of the Firms*.
- Hannan, M. T.; Freeman, J. H. (1987) "The Ecology of Organizational Founding: American Labor Unions, 1836-1985". *American Journal of Sociology*, Vol. 92, Pp. 910-943.
- Henderson, R. M. (1993) "Underinvestment and Incompetence As Responses to Radical Innovation". *Rand Journal of Economics*, Vol. 24, N° 2, Pp. 248-270.
- Herron, L.; Robinson, R.B. (1993) "A Structural Model of the Effect of Entrepreneurial Characteristics On Venture Performance". *Journal of Business Venturing*, Vol. 8, Pp. 281-294.
- Hull, D.L.; Bosley, J.J.; Udell, G.G (1980) "Renewing the Hunt For the Neffalump: Identifying Potencial Entrepreneurs By Personality Characteristics". *Journal of Small Business*, Vol. 18, N° 1, pp 11-18.
- Kenney, M. (1986) *Biotechnology: the University-Industrial Complex*. New Haven: Yale University Press.
- Khilstrom, R.; Laffont, J.J. (1979) "A General Equilibrium Entrepreneurial Theory of Firm Formation Based On Risk Aversion". *Journal of Political Economy*, Vol. 87, N° 4, Pp. 719-748.
- Kirzner, I.M. (1973) *Competition and Entrepreneurship*. University of Chicago Press, Chicago.
- Kirzner, I.M. (1979) *Competencia y Función Empresarial*. Unión Editorial, Madrid.
- Kirzner, I.M. (1995) *Creatividad, Capitalismo y Justicia Distributiva*. Unión Editorial, Madrid.
- Knight, F.H. (1921, 1947) *Risk, Uncertainty, and Profit*. Houghton Mifflin, Boston Y New York.
- La Porta, R.; Lopez-Silanes, F.; Shleifer; Vishny, R.A (1997) "Legal Determinants of External Finance", *Nber Working Paper 5879*, January.
- La Porta, R.; Lopez-Silanes, F.; Shleifer; Vishny, R.A (1999) "Investor Protection and Corporate Valuation", *Nber Working Paper 7403*, October.
- Lee, D.Y.; Tsang, E.W.K.; (2001) "The Effects of Entrepreneurial Personality, Background and Network Activities On Venture Growth". *Journal of Management Studies*, Vol. 38, N° 4, Pp. 583-602.
- Leibenstein, H. (1968) "Entrepreneurship and Development". *American Economic Review*, Vol. 58, Pp. 72-83.

- Leibenstein, H. (1979) "X-Efficiency: From Concept to Theory". *Challenge*, Vol. (Septiembre-Octubre), Pp. 13-22.
- Lerner, J. (1995) "Venture Capitalists and the Oversight of Private Firms", *Journal of Finance*, 50, Pp. 301-318
- Lumpkin, G. T.; Dess, G.G. (1996) "Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance", *Academy of Management Review*, Vol. 21, N° 1, Pp. 135-172.
- Marshall (1961, 1890) *Principles of Economics*. Macmillan, London.
- Mazingo, C. (1999) Effects of Property Rights On Economic Activity: Lessons From the Stolypin Land Reform". Unpublished Paper, Department of Economics, Mit.
- Mcclelland, D.C. (1961) *The Achieving Society*. Van Nostrand, Princeton, Nj.
- Mcclelland, D.C. (1968) *La Sociedad Ambiciosa*. Guadarrama, Madrid.
- Mcclelland, D.C.; Winter, D. (1969) *Motivating Economic Achievement*. Free Press, New York.
- Minniti, M. (1999) "Social Environment and Alternative Patterns of Entrepreneurial Activity", Working Paper, Babson College, Ma, Us.
- Mises, L. Von (1986, 1949) *La Acción Humana. Tratado De Economía*. (4º Edición). Unión Editorial, Madrid.
- Moran, P.; Ghoshal. (1999) "Markets, Firms and the Process Od Economic Development". *Academy Management Review*, Vol. 24, N° 3, Pp. 390-412.
- Mourdoukoutas, P.; Papadimitriou, S. (2002) *Nurturing Entrepreneurship: Institutions and Policies*. Greenwood Press, Westport, Connecticut.
- Pfeffer (1977) "The Ambiguity of Leadership". *Academy of Management Review*, Vol. 2, N 1, Pp. 104-112.
- Porter, M.E.; Sölvell, O. (2003) "The Geographies Competence: Borrowing From Social and Educational Psycology to Sketch and Activity and Knowledge-Based Theory On the Firm". En Channdler, A.D.Jr.; Hagström, P.; Solvell, O. (2003) (Eds.) *The Dynamic Firm. the Role of Technology, Strategy, Organization, and Regions*. Oxford University Press, Oxford. (440-457)
- Porter, M.E.; Sterns, S. (2001) "Inovation: Location Matters". *Mit Solan Management Review*, Vol Verano, Pp. 28-36
- Romanelli, E. (1989) "Organization Birth and Population Variety: A Community Perspective On Origins ", in B. Staw and L. Cummings (Eds), *Research in Organization Behavior*, 11, Greenwich, Ct, Us: Jai Press, Pp. 211-246.
- Romanelli, E.; K. Schoonhoven (2001) "The Local Origins of New Firms", in K. Schoonhoven and E. Romanelli (Eds), *The Entrepreneurial Dynamic*, Stanfors, Us: Stanford University Press, Pp. 40-67.
- Schumpeter, J.A. (1936) *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press, Cambridge, Mass.
- Schumpeter, J.A. (1943) (1950) *Capitalismo, Socialismo y Democracia*. Ariel, Barcelona.

- Schumpeter, J.A. (2000) *Historia Del Análisis Económico*. “Fundación Ico-Ariel. Madrid
- Sexton, D.L.; Bowman-Upton (1991) *Entrepreneurship: Creativity and Growth*. Macmillan Publi., New York.
- Shakle, G. (1982) *Imagination and the Nature of Choice*. Edimburgh University Press, Edimburgh, Scotland.
- Shane, S. (2003) “A General Theory of Entrepreneurship. the Individual-Opportunity Nexus”, Cheltenham, Uk, Edward Elgar.
- Shane, S.; Cable, D. (2002) “Networks Ties, Reputation and the Financials of New Ventures”, *Management Science*, Vol. 48, N° 3, Pp. 364-381.
- Shane, S.; Venkataraman, S. (2000) “The Promise of Entrepreneurship As A Field of Research”. *Academy of Management Review*, Vol. 25, N° 1, Pp. 217-226.
- Shaver, K.G.; Scott, L.R (1991) “Person, Process, Choice: the Psychology of New Creation”. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 16, N° 2, Pp. 23-45.
- Scherer, F.M. (1982) “Demand Pull and Technological Invention: Schmoockler Revisited”. *Journal of Industrial Economics*, Vol. 30, Pp. 225-37
- Stigler, G.J. (1976) “The Xistence of X-Efficiency”. *American Economic Review*, Vol. 66, Pp. 213-216.
- Tenbrunsel, A.E.; Galvin, T.L.; Neale, M.A.; and Bazerman, M.H. (1996) “Cognitions in Organizations”. En Clegg, S.; Hardy, C.; Nord, W. (Eds.), *Handbook of Organizational Studies*, Sage Publications.
- Tortella, G. (1995) “La Iniciativa Empresarial, Factor Escaso En La Espala Contemporánea”. En Comín, F.; Martín Aceña, P. *La Empresa de la Historia de España*, Cívitas, Madrid.
- Tushman, M.; P. Anderson (1986) “Technological Discontinuities and Organizational Environments”, *Administrative Science Quarterly*, Vol. 31, Pp. 439-465.
- Valdaliso, J.M. (2004) “La Competitividad Internacional de las Empresas Españolas y sus Factores Condicionantes. Algunas Reflexiones desde la Historia Empresarial”. *Revista de Historia Industrial*, N° 26, Pp. 13-53
- Veciana, J.M. (1989) “Características Del Empresario En España”, *Papeles de Economía Española*, Vol. 39, Pp. 19-36.
- Weber, M. (1930) *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. Scribier, New York.