

La figura del emprendedor y su conceptualización



& *Resumo/Abstract: El emprendedor precisa tener una visión clara de los procesos centrales de gestión y amplios conocimientos sobre la toma de decisiones para poder llevar adelante su negocios en forma proactiva. A lo largo del presente artículo se desarrollará el concepto de emprendedor desde sus orígenes y se hará un repaso de todos los autores que, durante años, han ido conceptualizando dicho término. Desde Cantillon que es el primer autor que utiliza el término de emprendedor, pasando por Mill, Say, Walras, Casson, Schumpeter o hasta autores actuales como Audretsch. También se analizará la importancia de la figura de la empresa familiar. Concluye el presente artículo con una definición propia del concepto de emprendedor, teniendo en cuenta todo lo desarrollado anteriormente y aportando una serie de motivos por los que se ha llegado a ese concepto de emprendedor.&*

& *Palabras clave: emprendedor, empresa familiar, empresario*

1 INTRODUCCIÓN

En términos generales, un emprendedor es aquella persona que sabe descubrir, identificar una oportunidad de negocio en concreto y entonces se dispondrá a organizar o conseguir los recursos necesarios para comenzarla y más luego llevarla a cabo. Sin embargo, hasta llegar a esta definición genérica han sido numerosos los autores que a lo largo de los años han ido conceptualizando el término de emprendedor. A pesar de que parece un término de reciente creación, pues los últimos años se han ido afianzando políticas de apoyo y fomento al mundo del emprendimiento desde las distintas administraciones, la verdad es que es un término que surge por primera vez en el siglo XVII; pues es entonces cuando Savary (1675) incluye en sus trabajos la necesidad que tienen los empresarios de búsqueda de nuevos clientes, lo que genera un riesgo que tenían que asumir en su labor empresarial. Es Cantillon (1755), sin embargo, el primer autor que utiliza el término *entrepreneur*¹ cuando señala manifiestamente el papel que tiene el empresario en la economía.

Say (1803) consideraba que la función principal del empresario era la de “gestionar recursos de una manera eficiente a través del conocimiento”, posibilitando un aumento de la producción. Stuart (1848) lo relacionó con la “asunción de riesgos económicos”, idea muy en la línea de Cantillon.

Walras² (1874) lo situó dentro del marco de estudio de la teoría general de equilibrio económico y lo definió como una persona que “adquiere en alquiler la tierra, el trabajo y el capital, asociándolos para, comprando materias primas a otros empresarios, vender por su cuenta y riesgo los productos obtenidos”.

2 APORTACIONES DE SCHUMPETER, CASSON Y AUDRETSCH.

El siglo XX empieza marcado por la aportación de Schumpeter (1934), que identifica al emprendedor como una realidad específica de estudio diferente de los empresarios y directivos de empresa. Casson ha sido uno de los autores que con más intensidad ha estudiado la figura del emprendedor; desarrolló las cualidades que debe poseer todo mercado de empresarios, poniendo de manifiesto la dificultad que existe para definir objetivamente tal mercado. Para Audretsch³ (2002) existe un antes y un después desde Schumpeter, pues ha construido una versión actualizada del papel del emprendedor innovador schumpeteriano: se trata de “un agente dispuesto a explotar conocimientos que las empresas establecidas consideran alejados de su negocio central”.

SCHUMPETER

Según Schumpeter, “un emprendedor es una persona que aglutina un conjunto de recursos de forma novedosa, intentando mejorar la oferta de productos existentes en un mercado e incorporando la innovación⁴ como concepto intrínseco en la creación de una

1 Con el término *entrepreneur* no quiere hacer mención a propietarios, sino a “personas que persiguen la puesta en funcionamiento de un negocio para obtener un beneficio”, basando éste en las necesidades existentes en el mercado. Realmente se podría considerar que es el primer autor que lo utiliza.

2 Walras diferencia el concepto de capitalista y el de empresario. El capitalista es el que tiene capital y/o propiedades; mientras que el empresario es un tomador de precios que aparece cuando hay un diferencial de precios y permanece hasta que este diferencial retorna a su valor de equilibrio.

3 En el pensamiento de Audretsch la actividad emprendedora contribuye al crecimiento económico a través de la transmisión de conocimiento creado en una empresa ya existente para una aplicación diferente.

4 Innovaciones que el empresario sitúa en el mercado y que pueden ser de cinco tipos: de producto, de método de producción, de apertura de un nuevo mercado, utilización de una nueva fuente de materias primas y, por último, la creación de un tipo de organización industrial.

nueva empresa". El enfoque de Schumpeter señala al empresario como motor del desarrollo económico.

Para Schumpeter, el mercado todavía no existe por lo que es el empresario el que origina y destruye los propios mercados, tampoco se ajusta a ellos porque es él quien los crea y no es una parte del mecanismo del mercado o un agente más, sino que se habla del creador del sistema. "Este modelo de Schumpeter encaja perfectamente con el modelo de la empresa creadora de mercado de Coase (1937)" (Del Prado, 2008) y, por lo tanto, con los problemas inherentes al mismo derivados de su gestión, de la incertidumbre generada y de la delegación de actividades o funciones en ejecutivos a sueldo.

Según Schumpeter se puede considerar como empresario⁵ a cualquier persona que realice innovaciones en uno de los cinco ámbitos descritos, bien de manera independiente, (por cuenta propia) o bien como ejecutivo (empleado) de una compañía. Por lo tanto, considera la estrategia y el comportamiento estratégico como parte fundamental de un empresario, siendo el momento más oportuno para la introducción de innovaciones en el mercado cuando la economía esté próxima al equilibrio, de tal manera que exista una relativa certidumbre sobre el futuro económico más cercano. Si en esta etapa del ciclo económico se consiguen introducir innovaciones de éxito, ello animará a los empresarios con menos talento que actuarán inspirados por los más audaces y serán financiados por capitalistas animados también por el éxito de los primeros emprendedores.

Schumpeter estima que aunque los empresarios son agentes económicos sometidos al principio de racionalidad, donde su principal objetivo no reside simplemente en conseguir mayores niveles de beneficio sino que existen otras causas que impulsan su actividad, como pueden ser el deseo de consumir un sueño, la creación de un reino privado e incluso una dinastía, la voluntad de conquista y de demostrar la valía por encima del resto o simplemente el placer de crear o el anhelo de libertad y no estar sometido a una jerarquía.

Nordhaus (2004), estudió el "efecto que generan las innovaciones de tipo schumpeteriano sobre una economía de mercado, el valor social de estas y su distribución", es decir, sobre quién repercuten dichos efectos o quiénes son los que se apropian de los mismos, empresarios, consumidores u otros agentes. Afirma que los innovadores se apropian de un porcentaje menor del que cabría esperar, debido a que su efecto repercute principalmente en los consumidores por medio de precios más bajos en bienes y servicios.

CASSON

Para Casson, el principal inconveniente se encuentra en la cualidad de la decisión, que provoca que dicha decisión sea innovadora y permita desarrollar un proyecto empresarial. Por otra parte, "el emprendedor no está detrás de cada actuación desarrollada por la organización y solo cuando tras una decisión se produce un cambio fundamental, se podrá hablar de decisiones acertadas o juiciosas", Casson (1982). Los emprendedores están incentivados para hacerlo cuando la recompensa esperada supera el coste de oportunidad de la actividad y/o el salario de mercado en otras actividades, de tal manera que en el corto plazo, su remuneración es una renta de monopolio a consecuencia del uso de la información debido a la adopción de su decisión empresarial.

Para Casson (1982) el espíritu emprendedor, la capacidad de asumir riesgos, de crear una empresa, es una condición general que puede clasificarse incluso como macroeconómica,

⁵ Para Schumpeter, el empresario ideal es aquél que crea su propia empresa para lanzar su innovación.

estructural, la cual está relacionada con el funcionamiento general de equilibrio de una economía⁶ y con el progreso y la evolución social en su conjunto. Para este autor existen una serie de condiciones básicas que son necesarias, aunque no siempre imprescindibles, para asegurarse un mínimo en la capacidad de emprender de un individuo particular y tener éxito su iniciativa: Las potenciales oportunidades deben tener una expectativa positiva de obtener beneficios; un aprovechamiento eficiente de la familia como fuente de información; la acumulación de información sobre la actividad de la empresa y el aprendizaje continuo.

Casson afirma que gran “parte del comportamiento del emprendedor⁷ debe ser considerado como el conjunto de actividades desarrolladas por el empresario para superar las barreras de entrada existentes en la actividad empresarial y, en definitiva, en el estudio de las estrategias puestas en marcha por los emprendedores para superarlas”.

“La teoría del emprendedor es un caso particular de la teoría general del progreso económico y social, en donde confluirán aspectos económicos y sociológicos”, como en tantos otros ámbitos y objetos de estudio de las ciencias sociales. Este doble carácter abre una vez más la vieja cuestión sobre cuál de las dos vías tendría que prevalecer, la económica ortodoxa que pretende emular a las ciencias exactas, o la social, con sus postulados evolucionistas que podrían llevar hacia una biología económica. La mejor forma de obtener mayores y mejores resultados es la de mantener ambas corrientes de investigación abiertas, eso sí, por separado, como afirma Casson (1982).

AUDRETSCH

Audretsch considera que el emprendedor es el agente del cambio que mediante la toma de una posición de riesgo acelera la generación y aplicación de las ideas innovadoras en la economía, debiendo estar la actividad de la empresa ligada a un contexto local y dentro de este contexto se puede vincular con los viveros de empresas, al ser un instrumento de política económica que fomenta la actividad emprendedora en un territorio.

La importancia que tenía el conocimiento ya la había resaltado Audretsch (1995) al centrarse más en el trabajador individual (o grupo de trabajadores) del conocimiento. La cuestión relevante es cómo los agentes económicos de una dotación dada de nuevo conocimiento pueden apropiarse del mejor modo de los rendimientos de ese conocimiento. Cuando se opta por crear una empresa para comercializar ideas que de otro modo permanecerían latentes en la empresa ya existente, la actividad emprendedora se constituye como un canal de transmisión de conocimiento y de generación de externalidades del mismo (Audretsch, 2009).

La prosperidad económica ha sido relacionada con la capacidad emprendedora por muchos estudios e incluso por la opinión pública. La formalización de la iniciativa emprendedora como motor de crecimiento ha sido realizada por Audretsch y Keilbach (2004), quienes plantean un modelo de crecimiento económico donde la capacidad emprendedora aparece como un factor productivo dentro de una función de producción clásica (Callejón y Ortún, 2009). Así, el emprendimiento surge como una fuerza impulsora de dicho desarrollo sirviendo como un importante canal de transmisión de las externalidades del conocimiento facilitando la comercialización.

6 El equilibrio de una economía es resultado de la interacción entre emprendedores o empresarios y entre aquellos que tienen éxito y los que fracasan.

7 El emprendedor ideal tiene que ser capaz de superar todas esas barreras y además debe tener la capacidad de destacar entre sus iguales. Capacidad de negociación, habilidad para gestionar una organización económica, capacidad de innovación y la capacidad comercial y de difusión o publicación son, a grandes rasgos, esas características generales que debería poseer el emprendedor ideal.

Una de las aportaciones interesantes enunciada por Audretsch y Thurik (2000) es la relación positiva entre el desempleo y la creación de empresas, debido a la presencia de un amplio conjunto de desempleados con conocimientos que les permiten tener las aptitudes necesarias para convertirse en empresarios y aunque a veces lo que empuja a ser emprendedor es la situación de desempleo, si éstos no tuvieran cualidades y conocimiento para llevar a cabo una idea empresarial, no sería posible llevarla a cabo .

En la intensa aportación realizada hasta la fecha, Audretsch (2010) resalta que un emprendedor tiene como principal función la de combinar recursos, con especial atención a los conocimientos para organizar su empresa.

3 LA EMPRESA FAMILIAR

La familia se considera la institución social más importante, ya que en ella se forja nuestra personalidad y desarrollo personal. Actualmente, las empresas familiares crean el mayor autoempleo de cualquier región o país. Del Prado (2008) argumenta que la mayoría de las organizaciones empresariales surgen como entidades familiares y, a medida que su actividad se va consolidando, se enfrentan a las restricciones derivadas de la obtención de recursos financieros y de mano de obra. El crecimiento de la empresa exigirá nuevas necesidades como son la búsqueda de nuevos mercados, la diversificación de la producción, la externalización de algunas fases productivas, etc. de tal manera que la empresa irá ganando complejidad y necesitando más recursos humanos y financieros.

Además, el empresario que da empleo a miembros de su familia tiene un gran control sobre ellos y, además, el autoempleador recurrirá a la familia cuando necesite capital ya que muchas veces es más fácil obtener crédito en la familia que en los mercados. El emprendedor cuenta con mucha más información que en otras condiciones, como por ejemplo en el caso de las empresas tradicionales, en lo que hace referencia al conocimiento de los empleados por parte del empresario, según Buckley y Casson (1976).

“La mayoría de las organizaciones empresariales surgen a raíz de empresas familiares”, es evidente que también lo hacen como asociación de socios que crean una sociedad (Casson, 1982). Embid y Salas (2005) afirman que, asiduamente, “en el llamado capitalismo de familias, las personas que alcanzan la cima del poder de las grandes empresas lo hacen debido la institución de la herencia o a las relaciones sociales y no al mérito propio”. Por otra parte en las empresas en las cuales existe un accionista principal o de control, que con frecuencia coincide con el fundador, la toma de decisiones implicará menor riesgo para la viabilidad de la empresa. Si bien se puede afirmar que el control de las empresas por parte de las familias limita de forma significativa la capacidad de crecimiento de éstas.

La mayoría de autores anglosajones, como por ejemplo Drucker (1995), consideran que los trabajadores pertenecientes a la familia tienen que realizar sus obligaciones con la misma intensidad y éxito que los no pertenecientes a la misma. A pesar de ello, las empresas familiares exitosas necesitarán de forma irremediable incorporar directivos en los puestos de mayor responsabilidad que no pertenezcan a la misma.

4 OTRAS APORTACIONES AL CONCEPTO DE EMPRENDEDOR

A mediados del siglo XX, destacan dos interesantes contribuciones. Por un lado Hayek (1949), que argumenta que “el mejor método para solventar la problemática de la eficiencia en la empresa consiste en canalizar la mayor cantidad de información de la mejor calidad

posible a los agentes económicos que la necesiten". Por otro lado, Andrews (1949) considera que el crecimiento de las empresas dependerá básicamente de las cualidades individuales del empresario. También dependerá de la habilidad de los ejecutivos para observar nuevas vías de expansión, nuevos proyectos y de la propia habilidad del empresario para adaptar la estructura, el personal y la dimensión de la organización a los nuevos retos.

Stigler (1961) definió un modelo basado en "el tipo de información accesible, que considera que los emprendedores se diferencian entre sí por la calidad de la información sobre la que tienen acceso".

En la década de los setenta, Shapero (1977) define al "emprendedor como una persona que toma la iniciativa de organizar unos medios determinados, de modo concreto y para obtener un fin concreto. Esta empresa así formada goza de relativa autonomía y la persona que ha tenido la idea dirige y asume el riesgo. Si todo funciona, el éxito le pertenece por completo y si por el contrario fracasa, será un fracaso personal".

Leibenstein (1978), con su teoría de la eficiencia, parte de la idea de que el entorno en que opera el empresario es ineficiente, donde "la eficiencia X es el grado de ineficiencia en la asignación de recursos que se da en una empresa o también el margen que le separa de su producción óptima o ideal". Para este autor existen costes de tipo psicológico que dificultan que los individuos puedan aprovechar todas las posibilidades existentes, así como que sean capaces de atender y superar todas las restricciones o limitaciones existentes.

Vesper (1990) establece que "un emprendedor es una persona que convierte recursos, trabajo, materiales y otros activos en combinaciones que hacen que su valor sea superior a su situación previa, a la vez que introduce cambios, innovaciones y establece un nuevo orden", el emprendedor lo que genera es una valor añadido.

Baumol (1982) realiza otra de las aportaciones destacables con la teoría de los mercados impugnables o contestables⁸. Además, a su juicio, el emprendedor debe tener una iniciativa a la hora de llevar su idea adelante, poseer un carácter resolutivo y, por último, estar dispuesto a afrontar dificultades e incertidumbres, Baumol (1968).

Sweeney (1982) considera que un elemento esencial en la nueva empresa es el emprendedor que asume los roles de creador, propietario y director del negocio. Se observa en la definición de Sweeney cómo el emprendedor no sólo es propietario de la empresa, sino que ha de liderar el negocio en el que está involucrado.

Ronstadt (1984) considera que "los emprendedores son individuos que asumen importantes riesgos en términos de capital, tiempo y/o el compromiso de su carrera profesional proporcionando valor a través de los productos o servicios, que puede ser nuevo o exclusivo, pero el valor debe ser infundido de alguna manera por el empresario al localizar y obtener las habilidades y recursos necesarios". La definición de Ronstadt considera que el emprendedor arriesga no sólo dinero, sino también prestigio y que proporciona un valor a la sociedad.

Drucker (1985) describe a un "emprendedor como un individuo que explota oportunidades creadas por los cambios en su entorno". De la definición de Drucker se desprende que los cambios vienen del entorno y que el emprendedor es un oportunista que sabe adaptarse al cambio.

Pinchot (1985) define a un emprendedor como "un soñador que hace, quizá haya un creador o inventor, pero siempre es el soñador que convierte una idea en una realidad

⁸ Los mercados impugnables y contestables son aquellos en los que entran nuevas empresas y consiguen sobrevivir en ellos y que se fundamenta en la hipótesis de que existen mercados competitivos aunque participen en ellos un número reducido de empresas.

aprovechable". Además, Pinchot agrega que los emprendedores son que pueden tomar una idea y hacerse responsables de innovar y de obtener resultados.

Marchesnay y Julien (1988) describen al empresario como "una persona capaz de transformar los acontecimientos en oportunidades". Esta definición un tanto genérica, convierte al emprendedor en un visionario capaz de hacer lo que otros no son capaces de ver o hacer.

Para Gerber (1997) el emprendedor es "el visionario, el soñador, el catalizador del cambio, el innovador, el creador de nuevos métodos para penetrar en los mercados o para equipararse con los grandes líderes empresariales".

Carton et al. (1998) consideran al emprendedor como "aquel individuo o equipo de personas que identifica una oportunidad de negocio y posteriormente reúne los recursos necesarios para crear una empresa, siendo el último responsable de las consecuencias y el desarrollo de la organización". Se refieren a un individuo o equipo de personas porque consideran que una iniciativa empresarial la pueden formar varios.

Varela (1998) destaca que "el emprendedor en el proceso de liderazgo creativo invierte dinero, tiempo, conocimientos y participa en el montaje y operación del negocio, arriesgando sus recursos y su prestigio personal pero buscando recompensas monetarias y personales".

El siglo XXI, desde el punto de vista empresarial y del emprendimiento, es una continuación del siglo anterior. Así, está la definición de Schaper (2002) que establece que los emprendedores son personas que conciben nuevas oportunidades de negocio y que asumen los riesgos necesarios para convertir esas ideas en realidad, que las personas emprendedoras se pueden encontrar en todos los sectores de la sociedad, como ya estaba implícito en las definiciones de autores como Shapero (1977), Ronstadt (1984), Drucker (1985) o Vesper (1990). Tradicionalmente, el concepto de emprendimiento ha estado estrechamente vinculado con la gestión de pequeñas empresas, pero los empresarios también se pueden encontrar dentro de las grandes corporaciones, donde ayudan a crear nuevas divisiones de negocio y productos, y producir alteraciones en el interior de las operaciones.

Mulcahy (2003) ciñe al emprendedor a un concepto empresarial ya que lo considera una persona que emprende o controla un negocio o empresa y asume el riesgo de ganancia o pérdida.

Lückgen et al. (2006) definieron a los emprendedores como "personas que están, solos o con otros, activamente involucradas en el nacimiento de una nueva empresa y que esperan ser propietarios o copropietarios de dicho negocio, combinando la implicación personal con el interés por poseer una parte del negocio".

En efecto, el emprendedor surge como "un aprovechador de oportunidades (García y García, 2007) y no como un mero tomador de precios, recibiendo el beneficio como consecuencia de las diferencias de valor entre lo que el mercado estaría dispuesto a pagar por un producto y lo que el emprendedor calcula que le costaría comercializarlo".

Silva (2009) señala al emprendedor como "una persona que inicia una empresa, el emprendedor es quien aborda la aventura de un negocio innovador, lo organiza, busca capital para financiarlo y asume toda o la mayor acción de riesgo".

Amatori (2010) considera que el emprendedor pueda ser "alguien por cuenta propia o incluso con un par de empleados que esté en condiciones de ser muy sensible ante las

demandas del mercado, personalizando y adecuando sus acciones en un nicho específico de mercado”.

Kauanui et al. (2010) determinaron que los emprendedores tenían dos puntos de vista con relación al éxito en su empresa: para un grupo el dinero es el objetivo de emprender; mientras que para otro grupo era un desarrollo pleno, definiendo el éxito en relación con su propio proceso de desarrollo individual. Consideraron que el emprendedor sí busca generalmente una recompensa económica por la puesta en marcha de su iniciativa empresarial, pero hablar de que el dinero es lo más importante aleja esta definición de un rigor científico que no se puede considerar como válida.

CONCLUSIONES

Una vez presentadas las aportaciones teóricas relevantes, estamos en condición de proponer una definición comprensiva del concepto de emprendedor: “una o varias personas que quieren crear una empresa o la han constituido recientemente buscando satisfacer las necesidades del cliente a través de un servicio o un producto, generando un derecho de cobro, gestionando para ello unos recursos (humanos, financieros, materiales, etc.) que se generan una obligación de pago y obteniendo un resultado empresarial”.

De la definición anterior se desprenden los siguientes comentarios: En primer lugar, el emprendedor puede actuar sólo o en compañía, siendo cada vez más habitual la creación de empresas con varios socios. En segundo lugar, no tiene por qué haber constituido la empresa, ya que un emprendedor cuando entra en un vivero o pide ayuda a otra instituciones⁹ para elaborar el plan de empresa puede necesitar un tiempo razonable para la creación final de la empresa y se considera que ya es un emprendedor en la medida que tiene la intención de constituir una empresa y sólo dejaría de serlo en el momento en que llegue a la conclusión de que no es viable la iniciativa empresarial y abandona la idea. En tercer lugar, no se limita explícitamente el concepto de emprendedor al de pequeña empresa, pues si un empresario de gran experiencia y reconocido prestigio crea un negocio nuevo estaría emprendiendo, aunque el concepto de emprendedor suele asociarse al de pequeña iniciativa empresarial que está comenzando en el mundo de la empresa.

En cuarto lugar, en la definición de emprendedor, implícitamente se considera que el emprendedor quiere ser propietario o lo es, pues crear una iniciativa empresarial implica tener unas participaciones o unas acciones de la empresa. No se entra a valorar el porcentaje de participación que tenga cada emprendedor para determinar quién es emprendedor o no lo es y admitiendo interesante la implicación personal del emprendedor en el concepto de Lückgen et al. (2006), es difícil limitar a un emprendedor por su implicación personal¹⁰.

En quinto lugar, el emprendedor busca satisfacer a un cliente a través de un servicio recibido o un producto adquirido. El cliente tiene la expectativa previa de satisfacer una necesidad, por ello adquiere el producto o contrata el servicio lo cual no implica que se quede satisfecho. No obstante, si el mercado no queda lo suficientemente satisfecho lo que ocurrirá es que no repitan la compra o la contratación del servicio y dicha iniciativa empresarial terminaría cerrando. Por tanto cualquier emprendedor tiene que tener una clara visión comercial, pues no hay empresa sin cliente. En sexto lugar, tiene que haber una transacción

⁹ IGAPE, cámaras de comercio, confederación de empresarios, etc.

¹⁰ En la práctica, la mayoría de los emprendedores que constituyen una empresa suelen tener una implicación personal en el proyecto y sería técnicamente muy difícil tener estadísticas fiables referidas a la implicación personal.

económica con contraprestación entre el cliente y la empresa por los servicios prestados o la venta del producto. En séptimo lugar, gestiona unos recursos que ha de retribuir con su obligación de pago. Como mínimo hay el recurso humano propio y financiero, pues la economía se mueve con dinero. Podría gestionar otros recursos como físicos (instalaciones) o móviles (elementos de transporte), etc. Por tanto, el empresario necesita unos recursos que tienen un coste para la organización empresarial. En octavo lugar, se considera que el conocimiento y la información están encuadrados en la gestión de los recursos humanos (incluida la del emprendedor) y cuanto más talento tengan, más conocimientos y más motivados estén será mejor para la organización empresarial, ya que toda empresa necesita de una eficiente gestión del conocimiento a través de sus recursos humanos (contratados o autoempleados).

En noveno lugar, se obtiene un resultado, el cual puede ser positivo o negativo. Existen casos de iniciativas empresariales con beneficio cero y continuar dicha iniciativa empresarial debido a que le proporciona un salario al emprendedor por el desempeño realizado en la empresa, así como cotizar a la seguridad social la cual le concede una serie de derechos como jubilación, derecho a la sanidad y prestación por desempleo si la iniciativa fuera mal. También pudiera ser que tenga una expectativa de beneficio a futuro o que su rentabilidad venga por la venta de la empresa más que por su cuenta de resultados¹¹.

Se considera que no se deben incorporar ciertos atributos o características del emprendedor que pudiendo ser de sumo interés, no están presentes en todos los emprendedores.

1. La innovación. Sin cuestionar la gran aportación realizada por Schumpeter (1934) ni negar la importancia de la innovación, no se considera imprescindible vincular al emprendedor con la innovación. Así, Ely y Hess (1937) argumentaban que un emprendedor puede tener mucho éxito organizando eficientemente un negocio sin que ello suponga inventar nada. Se considera muy positivo innovar, pero desde un punto de vista conceptual si una persona decide abrir una tienda de comestibles que aparentemente no tiene mucho de innovador, técnicamente se habla de un emprendedor¹².

2. No resulta interesante incluir características personales en el concepto de emprendedor como la de ser un visionario, un soñador, un comunicador, o tener Don de Gentes, muy presentes en las definiciones de Gerber (1997) o Pinchot (1985), aspectos difícilmente cuantificables.

3. Tampoco se considera adecuado incluir el concepto de oportunista o que detecta una oportunidad, tal como lo consideran Drucker (1985), Marchesnay y Julien (1988), Carton et al. (1998), Sahlman et al. (1999), Schaper (2002). No se tiene interés en distinguir si un emprendedor lo es por oportunidad o por necesidad, pues en la práctica no supone diferencia alguna el que haya sido por haber detectado una oportunidad o por la necesidad de llevar a cabo una iniciativa empresarial dado que no encontraba trabajo en el mercado laboral.

¹¹ Existen casos que crean su propia empresa porque aporta un servicio que ellos valoran satisfactorio, aun cuando el resultado empresarial pudiera ser negativo. Lo cual no quita que por racionalidad económica el emprendedor deba esperar una recompensa por la puesta en marcha de su iniciativa empresarial.

¹² Además el concepto de innovación es difícil de acotar y ponderar; de hecho, en la mayoría de los viveros de empresas se valora la innovación del proyecto pero ninguna ha sido capaz de establecer un baremo objetivo o ampararse en una definición acotable.

4. Algunos autores hacen hincapié en el riesgo en el que incurren, como Baumol (1968), Ronstadt (1984), Mulcahy (2003). Sin duda, los emprendedores incurren en algún riesgo, incluso algunos en un riesgo muy alto, pero este es muy dispar entre los emprendedores.

BIBLIOGRAFÍA

- Amatori, F. 2010. «Determinants and typologies of entrepreneurship in the history of industrial Italy», en *The determinants of entrepreneurship. Leadership, culture, Institutions*. Editado por García-Ruiz, J. L. y Toninelli, P. A. «Perspectives in economic and social history». N° 7. Pickering & Chatto, Londres.
- Andrews, P. 1949. *Manufacturing Business*. Macmillan. Londres.
- Audretsch, D. 1995. *Innovation and Industry Evolution*. MIT Press, Cambridge, Massachusetts.
- Audretsch, D. 2002. «Entrepreneurship: A survey of the literature», elaborado para la *Comisión Europea, Dirección General de Empresa*, Institute for Development Strategies, Indiana University and Centre for Economic Policy Research (CEPR). London.
- Audretsch, D. 2009. «Capital emprendedor y crecimiento económico». *Investigaciones Regionales*, Núm. 15, 2009, pp. 27-45. Asociación Española de Ciencia Regional. España.
- Audretsch, D. 2010. *Globalization and the emergence of the entrepreneurial society*, en *Entrepreneurship and Regional Development. Local processes and global patterns*, Ed. by C. Karlsson, B. Johansson and R. R. Stough: *New Horizons in Regional Science*, EE Publishing Limited, Cheltenham, UK.
- Audretsch, D. y Keilbach, M. 2004. «Entrepreneurship Capital and Economic performance». *Regional Studies*, vol. 38.8, pp. 949-959.
- Audretsch, D. y Thurik, A. 2000. «Capitalism and democracy in the 21 St. Centuries: from the managed to the entrepreneurial economy». *Journal of Evolutionary Economics*, vol. 10, pp. 17-34.
- Baumol, W. 1982. «Contestable markets: an uprising in the theory of industry structure». *American Economic Review*, n° 72, vol. 1, pp. 1-15.
- Buckley, P. y Casson, M. 1976. *The Future of the Multinational Enterprise*. Holmes & Meier. New York.
- Callejón, M. y Ortún, V. 2009. «La caja negra de la dinámica empresarial». *Revista de Investigaciones Regionales*, pp. 167-189.
- Cantillon, R. 1755. *Essai sur la Nature du Commerce en Générale*. Macmillan. Londres (1931).
- Carton, R.; Hofer, C. y Meeks, M. 1998. «The entrepreneur and the entrepreneurship: Operational differences of their role in society». *ICSB Singapore Conference Proceedings*.
- Casson, M. 1982. *The entrepreneur, an economic theory*. Martin Robertson. Oxford.
- Coase, R. 1937. «The nature of the firm». *Economics* (N. S.), vol. 4, n° 16, pp. 386-405.
- Del Prado, J. 2008. *Emprendedores y función empresarial en España*. Colección Tablero. Instituto de Estudios Económicos. Madrid.
- Drucker, P. 1985. *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Heinemann Publishing, Portsmouth (New Hampshire).
- Drucker, P. 1995. «How to save the family business». *The Wall Street Journal*, 23 de agosto.
- Ely, R. y Hess, R. 1937. *Outlines of Economics*. MacMillan, 6ª Edition. New York.
- Embid, J. y Salas, V. 2005. «El gobierno de los grupos de sociedades». Documento de trabajo 64/2005, 19/06/2005. *Laboratorio de la Fundación Alternativas*. Madrid.
- García, A. M. y García, M. G. 2007. «Diferencias culturales y comportamiento emprendedor: un análisis cross-cultural intrapaís». *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. Vol. 16, n° 4, pp. 47-68.
- Gerber, M. 1997. *El mito del emprendedor. ¿Por qué no funcionan las pequeñas empresas y qué hacer para que funcionen?* Paidós. Barcelona.
- Hayek, F. 1949. «The meaning of competition», en Hayek, F. (1959), *Individualism and Economic Order*. Routledge and Kegan Paul. Londres, pp. 92-106.
- Hisrich, R.; Peters, M. y Sheperd, D. 2005. *Entrepreneurship*. McGraw-Hill/Interamericana de España, 6ª Edición, Madrid.
- Kauanui, S.; Thomas, K.; Rubens, A. y Sherman, C. 2010. «Entrepreneurship and Spirituality: A comparative analysis of entrepreneurship' motivation». *Journal of Small Business and Entrepreneurship*. Tomo 23, N° 4.

- Leibenstein, H. 1978. *General X-efficiency Theory and Economic Development*. Oxford University Press. Nueva York.
- Lückgen, I.; Oberschachtsiek, D.; Sternberg, R. y Wagner, J. 2006. «Nascent entrepreneur in German regions» en Fritsch, M. y Schumede, J. (Eds): *Entrepreneurship in the region*. International Studies in Entrepreneurship, Springer, Berlin.
- Marchesnay, M. y Julien, P. 1988. «Competitivité de la petite entreprise: facteurs et conditions», *Informe presentado al ministerio de Investigación y Enseñanza Superior de Francia*, ERFI, Montpellier.
- Mulcahy, K. 2003. «Entrepreneurship or Cultural Darwinism? Privatization and American Cultural Patronage». *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, USA.
- Nordhaus, W. 2004. «Schumpeterian profits in the American economy: theory and measurement». *Working Paper n° 10.433*, National Bureau of Economic Research (NBER). Cambridge. Massachusetts.
- Pinchot, G. 1985. *Intrapreneuring*. Harper & Row, Publishers, New York, USA.
- Ronstadt, R. 1984. *Entrepreneurship*. Lord Publishing. USA.
- Sahlman, W.; Stevenson, H.; Roberts, M. y Bhidé, A. 1999. *The entrepreneurial venture*. Segunda edición. Harvard Business School Press, Boston (Massachusetts).
- Savary, J. 1675. *Le parfait négociant ou Instruction générale pour ce qui regarde le commerce des marchandises de France et des pays étrangers*. J. Guignard. Paris.
- Schaper, M. 2002. «The essence of entrepreneurship». *GMI Theme Issue: Environmental Entrepreneurship*. Curtin University of Technology, Australia, Greenleaf Publishin.
- Schumpeter, J. 1934. *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press. Cambridge. Massachussets.
- Say, J. 1803. *Traité de Economie Politique*, Edición de 1972, Calmann-Lévy Éditeur. París
- Shapero, A. 1977. *The role of the entrepreneurship in economic development at less than national level*. Office of Economic Research, Economic Development Administration, U.S. Dpt. of Commerce, Washington.
- Silva, J. 2009. *Emprendedor. Crear su propia empresa*. Alfaomega, México.
- Stigler, G. 1961. «The economics of information». *Journal of Political Economy*, n° 69, pp. 213-25.
- Stuart, J. 1848. *Principles of Political Economy: with some of their applications to social philosophy*. Hackett Publishing, United States.
- Sweeney, G. 1982. *Les nouveaux entrepreneurs*. Les édiitons d'organisation. Paris.
- Varela, R. 1998. *Innovación empresarial: Un nuevo enfoque de desarrollo*. ICESI 5ª ed. Cali. Colombia.
- Veciana, J. 2005. *La creación de empresas. Un enfoque gerencial*. Colección Estudios Económicos, n° 33. La Caixa. Barcelona.
- Vesper, K. 1990. *New Venture Strategies*. Englewood Cliffs. NJ: Prentice Hall.
- Walras, L. 1874. *Éléments d'économie Politique Pure ou Théorie de la Richese*. Traducción al castellano: Elementos de economía política pura. Ed Alianza. Madrid.