



# EMPRENDIMIENTO UN ESTADO DE LA INVESTIGACIÓN

Rogelio Velasco  
IE Business School

## Resumen

El primer apartado de este trabajo trata sobre quién es emprendedor, qué motiva su comportamiento y por qué unas personas son más emprendedoras que otras. La creatividad, la innovación y el emprendimiento se han asociado tradicionalmente a la inspiración y a la suerte. En la actualidad, el emprendimiento se analiza como un proceso en donde operan redes de personas, de relaciones y comportamientos, que tienen lugar en una determinada localización. Éste es el objeto del segundo apartado. El tercero y último analiza el contexto externo en donde tiene lugar la actividad emprendedora, en donde se yuxtaponen elementos públicos y privados.

## Abstract

*The first section of this work deals with who the entrepreneur is, what motivates their behaviour and why some people are more business minded than others. Creativity, innovation and entrepreneurship have traditionally been associated with inspiration and luck. Nowadays, entrepreneurship is analyzed as a process, taking place in a determined area, in which networks of people, relations, and behaviours operate; this is the object of the second section. The third, and last section, analyses the external context in which entrepreneurial activity takes place, where private and public elements are juxtaposed.*

## 1. Introducción<sup>1</sup>

Por *emprendimiento* suele entenderse la actividad que conduce a la creación de un nuevo negocio, ya sea de manera autónoma o con la colaboración de otras personas. Podemos entenderlo, sin embargo, en un sentido más amplio. Todas las personas son potencialmente innovadoras y emprendedoras, en la medida en que buscan nuevas y mejores formas de hacer las cosas. Es una característica, por lo demás, extendida en el espacio y en el tiempo. En todas las culturas, ahora y en la historia, podemos encontrar este tipo de comportamiento. Napoleón y Alejandro Magno fueron

emprendedores, porque ejercieron un liderazgo y asumieron riesgos distintivos. James Cameron —el director de *Titanic* y *Avatar*— también lo es, por su visión anticipativa de la tecnología y su gran capacidad para formar equipos de trabajo para la consecución de objetivos.

Justamente, el primer apartado recoge esta línea de investigación, que trata sobre quién es emprendedor, qué motiva su comportamiento y por qué unas personas son más emprendedoras que otras. La creatividad, la innovación y el emprendimiento se han asociado tradicionalmente a la inspiración y a la suerte. En la actualidad, el emprendimiento se analiza como un proceso en donde operan redes de personas, de relaciones y comportamientos, que tienen lugar en una determinada localización. Éste es el objeto del segundo

<sup>1</sup> Este trabajo fue realizado durante mi estancia como *Visiting Scholar* en el Berkley Center for Entrepreneurship and Innovation de la Stern School of Business, New York University. Agradezco al profesor William Baumol las orientaciones y comentarios realizados sobre el mismo.

apartado. El tercero y último –y el más prolijo en literatura–, analiza el contexto externo en donde tiene lugar la actividad emprendedora, en donde se yuxtaponen elementos públicos y privados: desde las iniciativas para atraer emprendedores a un lugar concreto, a las fuentes de financiación privadas o las acciones directas de los gobiernos suministrando recursos financieros o infraestructuras.

## 2. Las personas como sujetos emprendedores

Una primera cuestión que se ha analizado extensamente, es quién es emprendedor y qué constituye un comportamiento emprendedor. Este es un tema crucial, porque se trata de dilucidar el objeto de investigación. Se han aportado diferentes respuestas (Gartner, 2001), pero en todo caso, es posible avanzar en quienes son y cómo se comportan si es reconocido como agente del cambio. Agentes del cambio equivale a decir que son innovadores. La teoría ha venido a añadir variables tomadas de la psicología a las consideradas desde el punto de vista de las ciencias sociales, en particular de la economía, el derecho y la sociología.

Notables avances se han producido en el análisis del proceso cognitivo que está presente en la adquisición, transformación y uso de la información, y sus relaciones con los estados emocionales que las personas experimentan (Koellinger, 2008)

La evidencia empírica muestra que los modelos de reconocimiento, forman parte esencial de las herramientas que tenemos para entender el mundo que nos rodea. Se han construido “modelos prototipo” que son los marcos de adquisición de conocimiento que nos permiten identificar las oportunidades. No obstante, desde la publicación seminal de Tversky y Kahneman (2000) se ha aceptado que la lógica que envuelve el reconocimiento y la toma de decisiones por parte de las personas emprendedoras es heurística, pudiendo

apartarse con frecuencia de la racionalidad y de las técnicas formales.

La superposición de técnicas formales con la heurística, ha permitido avanzar en el conocimiento de las diferencias entre las decisiones tomadas en situaciones en las que el riesgo puede ser objetivamente medido, con otras en las que las técnicas heurísticas son las que dominan y explican la toma de decisiones. En todo caso, se han realizado grandes avances –provenientes de la economía general– en el conocimiento de la actitud de los individuos hacia el riesgo. La evidencia empírica parece demostrar que los emprendedores también muestran actitudes de aversión al riesgo, aunque en menor medida que los no emprendedores. Adicionalmente, los problemas de información asimétrica reducen las actividades emprendedoras, al asumirse mayores riesgos en la actividad (Elston, 2010).

Las investigaciones sugieren que, en primer lugar, los emprendedores observan una oportunidad, deciden más tarde explotarla y ese proceso conlleva, de forma inherente, algún grado de riesgo. Podemos aceptar que es ese deseo de asumir riesgos, lo que separa a un emprendedor de otro que no lo es.

Otra de las cuestiones que ha abordado la literatura es la de la elección entre ser un emprendedor o trabajar por cuenta ajena. Numerosos trabajos se han realizado comparando las retribuciones del empleo ajeno con el propio, como variable de decisión que los individuos toman en sus decisiones. En particular, resulta especialmente relevante la capacidad que tienen las personas para influir la retribuciones que perciben cuando trabajan por cuenta ajena. Si la influencia es débil, existirá un sesgo en ese entorno para que los individuos opten por una actividad emprendedora. Sin embargo, si la influencia es fuerte, resulta más difícil anticipar quién optará por el autoempleo y quién por el trabajo para una empresa.

Un área en donde todavía queda mucha investigación por realizar, es la que ofrezca una visión más amplia y profunda entre la decisión de ser emprendedor o trabajar por cuenta ajena, con el funcionamiento del mercado de trabajo, del mercado de capitales, de las actitudes individuales y colectivas y las instituciones. Una legislación dura en relación con el concurso de acreedores, que convierta en una tarea difícil la supervivencia de las empresas con dificultades transitorias, puede inhibir el espíritu emprendedor, frente a otra que la facilite.

Igualmente, el estigma social que el fracaso en un emprendimiento conlleva en muchas sociedades, representa un gran obstáculo para que las personas se sientan estimuladas para iniciar nuevas actividades de riesgo. Frente a la valoración que se tiene en los países mediterráneos y otras geografías, en el mundo anglosajón –especialmente en EEUU– el fracaso en un emprendimiento es valorado positivamente porque se aprecia, sobre todo, los errores aprendidos –improbable que vuelva a repetirse– para iniciar otras aventuras.

Pero además del análisis puramente económico, elementos traídos de la psicología y la sociología se han incorporado para poner de manifiesto la importancia de las redes y las interacciones sociales. El análisis pone de relieve que la actividad de emprendimiento y el nacimiento de emprendedores es un fenómeno tanto social como económico. La actividad emprendedora tiene lugar en un momento del tiempo y en un lugar determinado. En particular, se ha puesto de manifiesto, y dado lugar a una gran literatura, la importancia del capital social para entender las diferencias en la actividad emprendedora entre los distintos territorios.

El capital social subyace en la estructura social de las colectividades y en las relaciones que suministran cohesión a los individuos con la colectividad. Representa las uniones de los distintos individuos entre sí. Es un recurso que crea interde-

pendencia entre los miembros de la colectividad, generando confianza, reduciendo los costes de transacción y estimulando un comportamiento cooperativo entre los mismos.

La literatura sobre capital social ha conducido al estudio de las redes. Los análisis muestran que la pertenencia a redes afecta al comportamiento emprendedor, al facilitar el conocimiento de las oportunidades existentes, el acceso al conocimiento y a la información y a legitimar el comportamiento de los emprendedores. La interrelación entre el capital social y las decisiones de los emprendedores, ha demostrado también que genera externalidades positivas que incrementan la información pública disponible para crear una nueva empresa (Kim y Aldrich, 2005; Kranton y Minehart, 1998, Zheng, 2010).

Los varios elementos que forman el capital social, se miden generalmente utilizando encuestas a emprendedores y directivos de empresas, y tienen en muchos casos un ámbito local o regional, enfocados en *clusters* de pequeñas y medianas empresas o en el estudio de actividades de red entre grupos y personas ubicados en esos ámbitos geográficos. Varias de las encuestas que utilizan la base de datos del Banco Mundial, han permitido medir variables tales como la confianza entre los miembros de un grupo, actividades asociativas y normas de comportamiento de los miembros que, en conjunto, facilitan la coordinación y cooperación para alcanzar beneficios colectivos.

De una perspectiva inicial en donde el capital social se consideraba una variable exógena, el avance en la investigación ha permitido incorporarla como variable endógena, esto es, como una variable dinámica y que se encuentra incorporada en el propio comportamiento de los individuos y los grupos. En particular, las instituciones se han introducido en el análisis como un elemento fundamental para explicar las enormes diferencias en el espacio del comportamiento emprendedor.

Las instituciones son entendidas como el conjunto de reglas y normas, formales e informales, que gobiernan el comportamiento individual. Se ha hecho especial énfasis en las interrelaciones entre instituciones, mercado y emprendimiento. Las instituciones suministran el marco que guía las actividades, reducen o suprimen la incertidumbre y hacen posible que las acciones de otros agentes sean previsibles. Sirven, en última instancia, para reducir los costes de transacción y facilitan la coordinación de distintos agentes y los conocimientos que se encuentran dispersos en la sociedad. Las relaciones entre el marco institucional y el comportamiento emprendedor relativiza la influencia de los valores culturales, porque las mismas personas, con los mismos estímulos, se comportan de manera muy diferente en función del marco institucional en el que se desenvuelven.

Además, las instituciones determinan, en gran medida, el tipo de comportamiento emprendedor. Baumol (1990) en un artículo seminal desarrollado más tarde para diferentes entornos y geografías, ya advirtió de las diferencias entre el comportamiento emprendedor que estimula la innovación y creatividad productivas, aprovechando oportunidades no explotadas o creando otras nuevas, frente a otros comportamientos ligados a actividades económicamente destructivas, porque aumentan los costes de transacción, impiden el aprovechamiento de oportunidades por otros, o imponen obstáculos a actividades que directamente incrementan la productividad de los factores. El análisis del papel de las instituciones, ha extendido también a la arena política las condiciones que tienen que incorporarse al conjunto de normas legales y políticas, para que se cree un marco adecuado para el emprendimiento productivo.

Los emprendedores están presentes en todas las geografías. Son las diferencias en los marcos institucionales, las que generan enormes diferencias en el número de personas que se dedican a actividades emprendedoras productivas, suministrando

los incentivos adecuados para que esas actividades sean retribuidoras del esfuerzo personal y generen crecimiento económico en las economías en las que tiene lugar. Puede afirmarse que son las instituciones la causa primera y más importante de la involucración de las personas en ciertas actividades que son generadoras de crecimiento.

Los últimos esfuerzos para entender el papel de las instituciones, van a dirigidos a un mejor entendimiento de las instituciones privadas y sus relaciones con las públicas. La tesis inicial es que los cambios legales para modificar las instituciones públicas, no tendrán éxito si, paralelamente, no se producen transformaciones en las instituciones privadas que contribuyan a un marco más favorecedor de las actividades emprendedoras. Instituciones privadas que alimentan hábitos personales, estructuras mentales y actitudes públicas y privadas que tienen relaciones directas o indirectas con la actividad económica.

El papel del mercado como mecanismo que suministra incentivos para la adopción de una cultura emprendedora, se ha reforzado extraordinariamente con la globalización de las actividades económicas. Los emprendedores pueden ahora aprovechar oportunidades no sólo dentro del mercado doméstico en donde inicialmente operan, sino en todos los mercados de los países desarrollados y en vías de desarrollo.

Aún cuando la globalización afecta a todas las empresas sometidas a competencia, tiene una incidencia especial en las actividades emprendedoras. Estas actividades están, en muchos casos, asociadas a los desarrollos más novedosos de los mercados, a la innovación tecnológica o a la racionalización de la producción y de los costes, elementos para los que la expansión internacional resulta fundamental. Muchas de las novedades tecnológicas o de racionalización productivas necesitan de mercados más amplios que los nacionales.

La literatura sobre este aspecto, se ha desarrollado notablemente incidiendo en el papel del

emprendedor para aprovechar nuevas oportunidades, viejas oportunidades con mayor intensidad, y para extender modelos de negocio y nuevas tecnologías a través de las fronteras nacionales. Los costes de transacción condicionan extraordinariamente las posibilidades de aprovechamiento transnacionales. Igualmente, las redes de contactos, tanto desde el lado de los *inputs* como de los *outputs*, ocupan un lugar principal en el estudio de la extensión internacional del emprendimiento.

Muchos gobiernos, han incorporado en la agenda de la política económica la internacionalización de las empresas para aprovechar la globalización de las relaciones económicas. Aunque es más reciente, se ha incluido también el apoyo al emprendimiento a una escala global, a través de distintas medidas de apoyo para la internacionalización de pequeñas nuevas empresas, especialmente las que tienen una base tecnológica.

Los obstáculos que los emprendedores encuentran para la expansión de sus actividades en el exterior no han desaparecido. Por un lado, porque importantes países en vías de desarrollo (Brasil, China) practican una política industrial activa que imposibilita la exportación de productos a esos mercados. Y en los países desarrollados —especialmente en la UE— porque el sector servicios continúa disfrutando de una alta protección que obstaculiza el desarrollo de actividades por parte de agentes extranjeros.

### 3. Los procesos en el emprendimiento

Los procesos se consideran como elementos que pertenecen a un ecosistema: una red de personas, lugares, redes de relaciones y comportamientos, que permiten explotar las oportunidades que el mercado ofrece.

Frente a una tradición en la que la creatividad, la innovación y el emprendimiento eran el

resultado de la suerte e inspiración, se han desarrollado modelos en los que el emprendimiento y la innovación son el resultado de un proceso. La idea original se transforma identificándola como una oportunidad, se concibe el producto, la innovación y el conocimiento necesarios, y el contexto en el que genera las ideas y las oportunidades. Estos elementos y su interrelación activan procesos de gran complejidad.

Respecto de la generación de ideas, las investigaciones han señalado que se trata de un proceso antes que de una inspiración causal, por lo que es posible aplicar extraer lecciones de la experiencia para poder aplicarlas, estimulando la generación de las mismas, teniendo en cuenta cómo se conciben, qué papel juega la motivación y en qué contexto se generan.

En particular, se ha desarrollado el concepto de *mindfulness*: estado mental de las personas que genera la búsqueda de oportunidades y los recursos para explotarlas. La evidencia indica que es posible ejercitar ese estado mental y conduce al descubrimiento de mayor número de oportunidades a través de la alerta y la atención (Grégoire, 2011). Percibir una idea y relacionarla con una posibilidad en el mundo real, ser consciente de que esa idea y oportunidad son distintas de las observadas en el mundo real, ser capaces de ordenarlas y transmitir las verbalmente o por otro medio como algo novedoso, percibir un modelo nuevo o distinto respecto del mundo real en relación con la idea y la oportunidad, relacionar esa idea con *inputs* o *outputs* para hacerla más amplia y, en fin, ser finalmente consciente de que algo novedoso se ha creado y tiene posibilidades iniciales de llevarse a cabo.

Es posible practicar este procedimiento para estimular la búsqueda de ideas nuevas en relación con cualquier asunto; no sólo una idea de negocio, sino un problema público o social que es posible atacar desde una perspectiva diferente.

Otro campo de investigación sobre el que se han producido notables avances, es el del equipo

de gestión de los proyectos. De centrarse inicialmente en las personas que tenían una idea que asociaban a una oportunidad y la convertían en un proyecto, se ha pasado a un estudio mucho más detallado y sistemático acerca de cómo se forman los equipos, bajo qué circunstancias, con qué compromisos, etc. El equipo humano es, sin duda, el elemento más importante que explica el éxito o el fracaso del emprendimiento. El desarrollo de una metodología permite hoy analizar las fortalezas y debilidades de los equipos de gestión, en cada una de las etapas de desarrollo de los proyectos. Desde la concepción inicial hasta la maduración del proyecto de empresa, incluyendo, en su caso, la salida a bolsa o la venta a una corporación industrial.

Los individuos que, desde el área de la financiación, hacen posible los proyectos de emprendimiento, han recibido también una notable atención por la investigación. En primer lugar, los *inversores ángeles*.

Resulta complicado obtener información sobre esos primeros financiadores de proyectos de emprendimiento. Primero, y sobre todo, porque la mayoría de ellos prefieren permanecer en el anonimato, lo que dificulta la identificación de las personas, sus motivaciones, así como los recursos globales que un territorio determinado hace uso de esta fuente de financiación. Además, en la mayoría de los casos, no están organizados de manera formal, por lo que tampoco se puede acudir a una fuente de información centralizada para conocer algo más de sus actividades y de los recursos que utilizan.

No obstante, las actividades organizadas de este tipo de inversores en algunas geografías (EEUU, Israel, Suecia) han permitido cubrir algunas lagunas fundamentales sobre el papel que juegan en las etapas muy iniciales de desarrollo de los proyectos acometidos por los emprendedores (Politis, 2008).

Por supuesto, sabemos mucho más sobre los otros agentes fundamentales de la financiación de proyectos: *las empresas de capital riesgo* (VC).

Las empresas de VC representan —junto a la banca—, la principal fuente de financiación de los emprendedores, especialmente cuando se trata de proyectos de nuevas tecnologías con posibilidades de expansión internacional. Una metodología que se utiliza extensamente para conocer el papel de los VC en el emprendimiento, es la de estudiar las relaciones del VC con los emprendedores en cada una de las etapas de desarrollo de la empresa, tanto entre ellos, como entre el VC, los inversores ángeles iniciales y los inversores de las últimas rondas.

Especialmente productiva ha sido la investigación sobre el papel que juegan para el desarrollo del proyecto. Inicialmente, los VC adoptaron una postura muy pasiva, prácticamente limitada a la provisión de recursos a los emprendedores. Sin embargo, con el transcurso del tiempo, y en los últimos veinte años, muchos VC han adoptado un *hands-on approach*; esto es, no se limitan a aportar recursos, sino que a través del órgano de gobierno de la empresa emprendedora contribuyen a facilitar canales de venta para el producto, buscan financiación adicional, abren oportunidades de alianzas y acuerdos con otras empresas, etc. Han pasado de ser meros socios financieros a agentes activos que impulsan el proyecto emprendedor apoyándose en todas las partes interesadas.

Adicionalmente, se ha desarrollado la investigación sobre la financiación de proyectos de emprendimiento por parte de grandes corporaciones industriales. Este desarrollo ha sucedido en paralelo a la investigación sobre la innovación dentro de las grandes empresas, aunque no en todos los casos.

Existen fondos de capital riesgo corporativos cuyo único objetivo es la rentabilidad financiera, como si se tratase de una empresa de VC. Otros, sin embargo, persiguen objetivos diferentes. Típicamente, el apoyo, y ulterior adquisición, de la empresa y de la tecnología que desarrolla, es un objetivo bastante generalizado entre los fondos pertenecientes a empresas muy enfocadas a la

producción de nuevas tecnologías, como lo son en casi todos los casos en las empresas de *software* y *hardware*, o en las empresas farmacéuticas.

La razón estriba en que, por muy potentes que sean los departamentos de I+D de esas grandes corporaciones, les resulta imposible abarcar todas las investigaciones relevantes para su actividad. Las ideas novedosas, además, surgen en todos los lugares, no sólo dentro de las propias empresas. En otros casos, el fondo corporativo invierte en otras empresas porque la corporación quiere lanzar una nueva línea de negocio o producto, e invirtiendo en pequeñas empresas emprendedoras es una forma de aprender sobre esa nueva línea o producto, ya sean canales de comercialización, conocimiento de los clientes, competencia y marco regulatorio, etc.

El análisis del crecimiento de la empresa es clave, porque sin crecimiento la empresa está amenazada con no sobrevivir, por no poder competir. Existe una gran diversidad de estudios sobre el proceso de crecimiento de los proyectos de emprendimiento, pero una de las conclusiones generales extraídas es que los emprendedores que ponen en práctica una estrategia pueden crecer, y es más importante la puesta en práctica que el tipo de acciones que el emprendedor adopta. En particular, se ha puesto de relieve la importancia de la motivación del empresario por crecer, más que la formación y habilidades del mismo.

La importancia del crecimiento se ha acentuado más desde que la globalización de las actividades económicas está afectando a todos los sectores sometidos a competencia internacional. Crecer hoy, en gran medida, significa internacionalizarse. Por un lado, porque justamente la empresa va a estar sometida a competencia internacional. Y por otro, porque internacionalizarse significa aprovechar todas las posibilidades de crecimiento. Se produce para un mercado global, no local.

La estrategia de internacionalización puede ser gradual, como la adoptada tradicionalmente por la mayoría de las actuales empresas multinacionales. Puede responder también a una estrategia defensiva, que adopta la forma de internacionalización como forma de diversificar sus mercados para sobrevivir. Algunas de las grandes empresas españolas de ingeniería civil, responderían a este modelo.

Adicionalmente, existen muchos proyectos de emprendimiento que, desde los momentos iniciales, adoptan una estrategia global de crecimiento. Este modelo es más reciente en el tiempo y está asociado, típicamente, a empresas de producen alta tecnología.

#### 4. El contexto

Se han desarrollado muchas áreas de investigación sobre el clima interno en el que se desarrolla la actividad emprendedora. El equipo de trabajo y su experiencia, las formas de organización –que comprenden los procesos, los sistemas y las estructuras–, la cultura interna de las organizaciones, ciclo de los productos y estadios de desarrollo, entre otros aspectos.

Pero, al mismo tiempo, un gran impulso ha experimentado las investigaciones sobre el contexto externo en donde se desarrolla la actividad emprendedora. Señalemos las más relevantes.

La cantidad y calidad de los emprendedores es fundamental para el entorno en donde se desarrolla la actividad de éstos. En una zona geográfica en donde exista un gran número de emprendedores, éstos interactúan entre sí, colaborando o compitiendo, y estimulando, en consecuencia, la actividad. Si la densidad es suficientemente elevada, se genera una demanda para apoyar a los emprendedores, con recursos públicos y privados, materiales e inmateriales, que contribuyen notablemente a que la actividad se autoalimente y crezca.

Esta dinámica de crecimiento explica que algunas áreas con gran densidad de emprendedores hayan continuado creciendo, y separándose aún más del resto, que cuentan con menor densidad y apoyos más reducidos.

Pero ha conducido también a que se lanzaran iniciativas públicas encaminadas a atraer a emprendedores a una zona determinada, así como a la puesta en marcha de organizaciones y de programas de ayuda para estimular el emprendimiento local. Entre las primeras iniciativas cabe destacar los programas dirigidos a estimular la atracción y organización de *angel investors*, en zonas en donde existe escasa densidad o tradición. El segundo tipo de iniciativas han proliferado notablemente, porque incluyen la creación centros de enseñanza sobre el emprendimiento, que han sido asumidos por las escuelas de negocio, especialmente privadas. Igualmente, las incubadoras de empresas, los centros de desarrollo de negocios y las redes de empresarios, son iniciativas que se utilizan para el soporte y estímulo de la actividad emprendedora.

El manejo de la propiedad intelectual (IP) es también una variable importante del contexto. En la mayoría de los casos, la propiedad intelectual es generada por científicos e ingenieros. Convertir esa IP en un proyecto viable de negocio o comercializarla directamente, a través de licencias, constituyen actividades clave del entorno en donde el emprendimiento tiene lugar y requieren de conocimientos especializados, jurídicos, técnicos y económicos. La IP constituye una variable clave del contexto del emprendimiento.

Otro elemento extensamente estudiado del contexto del emprendimiento es la cultura en torno al fracaso empresarial. Es muy fácil fracasar. Dirigir con acierto el equipo humano, acertar en la elección tecnológica, contar con fuentes de financiación, combatir la competencia, son todos elementos muy difíciles de administrar. En la mayoría de los países, el emprendedor que fracasa queda estigmatizado, disminuyendo notablemente

las probabilidades de intentar otro proyecto. Y lo que es tanto o peor, que no cuenten con él para otro proyecto de emprendimiento.

Sin embargo, en EEUU en particular, los emprendedores que han fracasado en algún intento de iniciativa empresarial son altamente valorados y su experiencia incorporada a proyectos posteriores de emprendimiento.

A veces, esa cultura valoradora del fracaso empresarial no es nacional sino local. En cualquier caso, un punto de vista positivo sobre este elemento estimula la generación de nuevos proyectos contando con personas con mayor experiencia. Uno negativo, alienta a las personas al trabajo en la administración o en la gran empresa.

Los costes de transacción, como costes en que se incurre por participar en un mercado, varían extraordinariamente de unos países a otros, de unos lugares a otros. En aquellos lugares en donde los emprendedores tienen que dedicar mucho tiempo y recursos para superar barreras burocráticas o sortear rigideces institucionales, la incipiente actividad empresarial queda muy obstaculizada. Por el contrario, existen otras localizaciones en donde los costes de transacción derivados de la actividad pública son mínimos. Los marcos institucionales explican, en buena medida, los costes de transacción y la localización de actividades de emprendimiento (Hamel, 2000).

Como es inevitable incurrir en costes de transacción, resulta mucho más favorable para el emprendedor contar con proveedores de servicios asociados a esos costes, que sean eficientes, profesionales y que exista competencia entre ellos. Abogados especializados en distintos aspectos de la actividad económica, banca con servicios especializados, especialistas en propiedad intelectual, consultoras de recursos humanos, consultoras de nuevas tecnologías. Todos estos proveedores de servicios y algunos más son relevantes para facilitar la tarea de emprendimiento a quien la acomete (Rice y Abetti, 1993).



El ritmo al que el cambio tecnológico es adoptado resulta importante para las actividades de emprendimiento. Las actividades de esta naturaleza en la actualidad, suelen ser muy intensivas en el uso de nuevas tecnologías. Emprender en un entorno en donde los agentes –tanto privados como públicos– son rápidos adoptadores de nuevas tecnologías, facilita enormemente la tarea de desarrollar una nueva actividad, porque los adoptantes de nuevas tecnologías sirven como banco de pruebas, a través de la comunicación y del *feed-back* recibido de los mismos, así como prescriptores.

Habitualmente financiado por entes públicos, existen muchas iniciativas dirigidas a apoyar actividades emprendedoras, típicamente asociadas a nuevas tecnologías. Incubadoras de empresas, laboratorios en donde inician sus actividades las compañías en fases muy iniciales (*semilla*), aceleradoras para el desarrollo del negocio, asesoramiento y *coaching* para los integrantes de un equipo de emprendedores, son algunos de los programas que se han ido extendiendo por todos los territorios, como herramientas que impulsan las actividades en etapas iniciales (Storey, 2003)

Muchas iniciativas son financiadas por los propios emprendedores. En otros casos, familiares y amigos aportan recursos de una manera más o menos formal. Pero en muchos otros casos, especialmente cuando el proyecto tiene gran capacidad de crecimiento, contar con capital riesgo disponible resulta fundamental para el desarrollo. La disponibilidad de capital riesgo es importante en ese tipo de iniciativas no sólo por los recursos financieros, sino porque aporta también experiencia derivada de otras operaciones que han realizado, aportando visión de negocio, contactos y otros recursos que son importantes para el éxito final del proyecto.

## 5. Conclusiones

Hemos señalado, que el comportamiento emprendedor se considera como un valor universal de las acciones humanas y está relacionado con la habilidad de percibir oportunidades que generen cambios positivos para las personas y las sociedades, dentro de un abanico muy amplio de actividades. Los emprendedores son individuos que responden a incentivos económicos. Pero también son personas motivadas por razones personales que persiguen tanto objetivos individuales como sociales. Y en la medida en que sus actividades tienen lugar en un momento y espacio determinados, el contexto institucional condiciona notablemente la actividad emprendedora.

La consideración de aspectos estrictamente económicos con otros que no lo son, el análisis teórico junto con estudios aplicados, las diferencias de entornos institucionales, hacen que diferentes disciplinas se hayan interesado y estén realizando contribuciones al estudio del emprendimiento. Desde la teoría económica, a la economía aplicada, la estadística y la econometría, o las aportaciones realizadas por la sociología, la psicología y la antropología.

Como se ha puesto de manifiesto, existen relaciones evidentes entre las personas, los procesos y los lugares. Las instituciones que tienen una influencia directa sobre el entorno en el que se desarrolla la actividad emprendedora, pueden adoptar una actitud no intervencionista o, por el contrario, una activa para ejercer una influencia directa sobre el mismo. En este caso, es esencial entender los obstáculos que sufren los emprendedores para tener éxito y remover los mismos, con el objeto de reducir los costes de transacción, aumentar el número de iniciativas y las posibilidades de éxito de los agentes.

## Referencias bibliográficas

- BAUMOL, W. J. (1990): "Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive"; en *Journal of Political Economy* (98); pp. 893-921.
- ELSTON, J. A. (2010): "Risk attitudes, wealth and sources of entrepreneurial start-up capital"; en *Journal of Economic Behavior & Organization* (76, 1); pp. 82-93.
- ERIKSON, T. y ZACHARAKIS, A. (2010): "The Life Cycle of New Ventures: Emergence, Newness and Growth"; en BRUSH, C. E. *et al.*, eds.: *Exploring the Venture Capitalist/Entrepreneur Relationship: The Effect of Conflict upon Confidence in Partner Cooperation*; pp. 175-187.
- HAMEL, G. (2000): "Bringing Silicon Valley Inside"; en *Harvard Business Review* (1).
- GARTNER, W. B. (2001): "Is There an Elephant in Entrepreneurship? Blind Assumptions in Theory Development"; en *Entrepreneurship Theory and Practice* (25, 4); pp. 27-39.
- GRÉGOIRE, D. A. (2011): "The Cognitive Perspective in Entrepreneurship : An Agenda for Future Research"; en *Journal of Management Studies* (48, 6).
- KIM, P. H. y ALDRICH, H. E. (2005): "Social Capital and Entrepreneurship", en *Foundations and Trends in Entrepreneurship* (1); pp. 56-104.
- KOELLINGER, P. (2008): "Why are some entrepreneurs more innovative than others?"; en *Small Business Economics* (31, 1); pp. 21-37.
- KRANTON, R. y MINEHART, D. (1998): "A Theory of Buyer-Seller Networks"; en *American Economic Review* (1); pp. 570-601.
- POLITIS, D. (2008): "Business angels and value added : what do we know and where do we go?"; en *Venture Capital* (10, 2); pp. 127-47.
- RICE, M. y ABETTI, P. A. (1993): "A FRAMEWORK Defining Levels of Intervention by Managers of Business Incubators in New Venture Creation and Development"; en *Frontiers of Entrepreneurship Research*; pp. 2012-116.
- STOREY, D. J. (2003): "Entrepreneurship, Small and Medium Sized Enterprises and Public Policies"; en ACS, Z. J. y AUDRESCHT, D. B., eds.: *Handbook of Entrepreneurship Research. An Interdisciplinary Survey and Introduction*. Amsterdam, Kluwer Academic Publishers; pp. 473-511.
- TVERSKY, A. y KAHNEMAN, D.: "Judgement under Uncertainty: Heuristics and Biases"; en CONNOLLY, T.; HAL, R. A. y HAMMOND, K. R.: *Judgment and Decision Making. An Interdisciplinary Reader*. Cambridge University Press.
- ZHENG, W. (2010): "A Social Capital Perspective of Innovation from Individuals to Nations: Where is Empirical Literature Directing Us?"; en *International Journal of Management Review*, (12, 2); pp. 151-183.