



UNIVERSIDAD DE CUENCA

RESUMEN

El emprendimiento juega un rol muy importante en el desarrollo económico, siendo en la actualidad un tema de interés, especialmente en el ámbito político y académico.

Por esta razón es importante seguir investigando acerca del fenómeno del emprendimiento para, documentarlo, medirlo y entenderlo, pero al ser una actividad muy compleja ya que sus características y determinantes difieren incluso entre regiones y países, se dificulta realizar estas tareas.

En este trabajo se realiza una amplia revisión cronológica a la literatura que permite recopilar y examinar algunas teorías, modelos y concepciones sobre los factores que influyen en el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas, que no puede entenderse sin analizarlo desde diferentes enfoques y en todos los niveles.

El análisis de las diferentes teorías nos permite encontrar situaciones comunes. El perfil del emprendedor tiene algunas características que los autores reiteran, tales como la persistencia, la búsqueda de oportunidades, la innovación, y el correr riesgos. En cuanto a los factores que influyen en la creación de empresas, se coincide que los aspectos psicológicos, las condiciones socioculturales, institucionales y políticas, es decir factores externos e internos, son determinantes en el momento de tomar la decisión de emprender y deben tomarse en consideración permanentemente para que las empresas sea sostenibles en el tiempo.

PALABRAS CLAVES: emprendimiento, perfil emprendedor, espíritu emprendedor, creación de empresas, empresa, sostenibilidad.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

TABLA DE CONTENIDO

Página

1. INTRODUCCIÓN

2. ALGUNOS CONCEPTOS BÁSICOS

 2.1. CONCEPTOS SOBRE EMPRENDIMIENTO

 2.2. POTENCIAL EMPRENDEDOR

 2.2.1. Espíritu Emprendedor

 2.2.2. El Perfil Emprendedor

3. CREACIÓN Y SOSTENEBILIDAD DE EMPRESAS

 3.1. FASES EN LA CREACIÓN DE EMPRESAS

 3.2. ENFOQUE TEÓRICO SOBRE EL ESTUDIO

 DE LA CREACIÓN DE EMPRESAS

 3.3. FACTORES CLAVE PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LAS EMPRESAS ...

30

4. CONCLUSIONES

5. BIBLIOGRAFÍA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACTORES QUE INFLUYEN EN EL EMPRENDIMIENTO Y LA
SOSTENIBILIDAD DE LAS EMPRESAS

DIPLOMADO EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

XIMENA C. CARPIO GUERRERO

2010

DIRECTOR: ING. JUAN F. CORDERO LÓPEZ

AUTOR:
XIMENA CARPIO GUERRERO



UNIVERSIDAD DE CUENCA

1. INTRODUCCIÓN

El emprendimiento juega un rol muy importante en el desarrollo económico, por esta razón en la actualidad es un tema de interés, especialmente en el ámbito político y académico. Es necesario crear políticas y normas para el Fomento de la Cultura Emprendedora¹ y educar en el emprendimiento para que los estudiantes no crezcan con el “Síndrome del empleado”², sino que sean personas innovadoras con espíritu emprendedor.

El desarrollo económico se logra por la vía de la creación de empresas, siendo ésta una, entre tantas estrategias para alcanzarlo. Los emprendedores crean nuevas empresas, lo que se denomina el tejido empresarial. Los emprendedores con capacidad gerencial transforman las empresas pequeñas, en medianas y grandes, las cuales consolidadas competitivamente a nivel nacional e internacional, aportan al aparato económico, generando bienestar y desarrollo. Por esta razón es importante seguir investigando acerca del fenómeno del emprendimiento para, documentarlo, medirlo y entenderlo, pero al ser una actividad muy compleja ya que sus características y determinantes difieren incluso entre regiones y países, se dificulta realizar estas tareas.

¹ En este trabajo se entiende por **Fomento de la Cultura Emprendedora** como todas las acciones orientadas al desarrollo de las competencias que debe tener todo emprendedor, además generar los mecanismos que facilitan el emprendimiento y la actitud hacia la creación de empresas.

² “Síndrome del empleado” es la persona que sueña en conseguir un empleo en el gobierno o en una empresa, de preferencia multinacional. Es consecuencia tanto de una cultura como de un sistema de enseñanza que forma personas con exclusivo énfasis en la tecnología, pero sin la preocupación de encontrar formas nuevas para su aplicación, sin la capacidad de leer el mercado y darle un significado que permita su inserción profesional. Tomado del libro Taller del Emprendedor (Dolabela, 2005).



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Este trabajo pretende, a partir de una revisión a la literatura, recopilar y examinar algunas teorías, modelos y concepciones sobre los factores que influyen en el emprendimiento y la sostenibilidad de las empresas.

ALGUNOS CONCEPTOS BÁSICOS

1.1. CONCEPTOS SOBRE EMPRENDIMIENTO

Al estudiar el Emprendimiento hay que analizarlo de manera multidisciplinaria para poder entenderlo. Existen muchas definiciones de este término, principalmente porque son propuestas por investigadores de diferentes campos, que utilizan los principios de sus propias áreas de interés para construir el concepto.

La palabra “emprendimiento” se deriva del término francés *entrepreneur* (pionero) que significa estar listo a tomar decisiones o ser el primero en iniciar algo. El emprendimiento es llevado a cabo por el emprendedor³. Al describir la evolución histórica del término emprendedor, nos remontamos a los siglos XVII y XVIII en donde se calificaba de emprendedor al arquitecto y al maestro de obra. Pero fue el irlandés, Richard Cantillon (1680-1734), quien introduce por primera vez el concepto moderno de *entrepreneur*, definido por él como el individuo que asume los riesgos en condiciones de incertidumbre. Cantillon divide a los productores de la economía de mercado en dos clases: los “contratados”, que reciben salarios fijos y los

³ La palabra emprendedor es un adjetivo según el diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, pero en este trabajo se usará como sustantivo, ya que es de uso común entre los investigadores del tema.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

emprendedores, que perciben ganancias no fijas e inciertas. Posteriormente, los economistas, Jacques Turgot (1727-1781) y Adam Smith (1723-1790), complementaron con planteamientos relativos a las fuentes de capital disponible para la innovación económica y la relación con los *entrepreneurs*.

Turgot afirmó que los riesgos que asume el *entrepreneur* son respaldados por su propia porción de capital, y distinguió cinco formas de emplear el capital: la compra de tierras, la inversión en agricultura, la industria, el comercio, y los préstamos a interés, los cuales proporcionaban unas ganancias distintas.

Adam Smith, trató brevemente el tema del emprendimiento, bajo las palabras inglesas Business Management. Manifestó consecuencias indirectas sobre el papel del empresario en la economía, incluye al empresario en el marco de los factores externos o fuerzas externas que afectan la dinámica económica, y reconoció la innovación como un sello de actividad profesional en el trabajador superior (Herbert, 1982)

Otro de los grandes aportes en ese periodo es el de Jean Baptiste Say (1767-1832), quien estipuló que el empresario constituía el catalizador para el desarrollo de productos, y lo definía como un “trabajador superior”. Consideraba que el fundamento del valor está en la utilidad que los distintos bienes reporten a las personas. Esta utilidad puede variar en función de la persona, del tiempo y del lugar en el contexto del emprendimiento. La concepción de Say es que el valor es subjetivo para el empresario. J. B. Say plantea que un país que cuenta



UNIVERSIDAD DE CUENCA

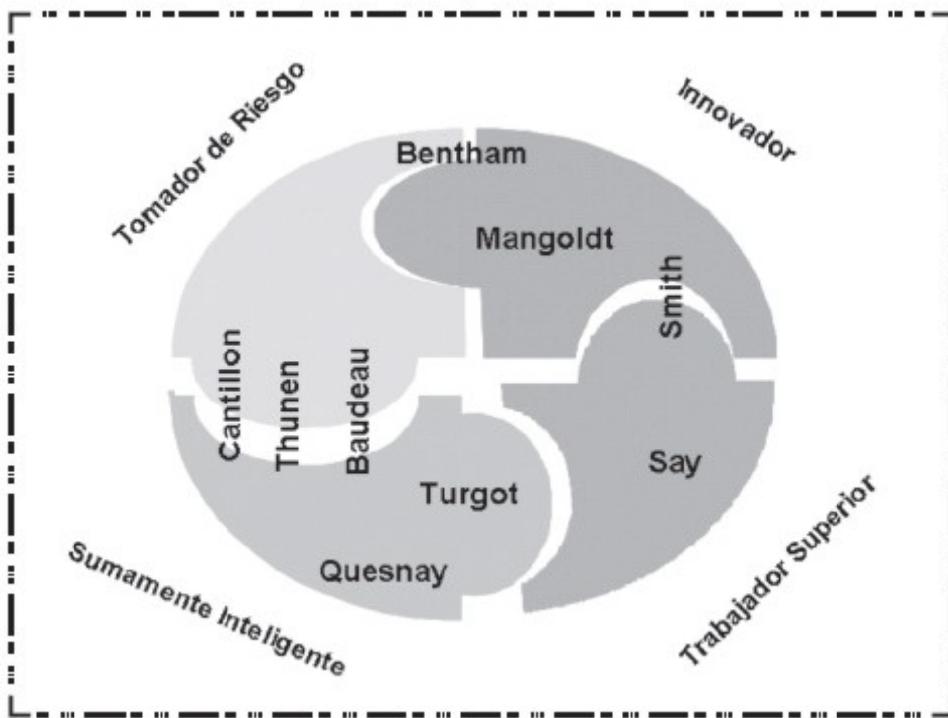
principalmente con comerciantes, industriales, y agricultores será más prospero que uno que cuenta principalmente con individuos dedicados a las artes o las ciencias. El éxito emprendedor para este autor no solo aporta al individuo sino a la sociedad en general, por esto el emprendedor es un líder, previsor, tomador de riesgos, evaluador de proyectos que consigue y moviliza recursos de una zona de bajo rendimiento hacia la productividad.

La escuela alemana destaca en el emprendimiento a los autores J.H. Von Thunen (1783-1850) y H.K. Von Mangoldt (1824-1868). El primero enuncia los principios fundamentales de la teoría de la productividad marginal, la cual considera al hombre-empresario como un sujeto económico cuyo único objetivo es maximizar los beneficios y expresa una clara relación entre el emprendedor y la descripción de beneficio, concedido este último sobre la base de lo complicado del riesgo y el ingenio usado. El segundo autor, manifiesta que el emprendimiento y la innovación son aprobados como factores importantes para la vida empresarial, aunque no observaba un método de crecimiento dinámico (Herbert, 1982).

La teoría económica clásica con los autores ya mencionados abarcaron el tema del emprendimiento pero no hubo un conceso generalizado en el concepto. El gráfico 1 muestra los diferentes puntos de vista de cada uno.



GRÁFICO 1. CARACTERIZACIÓN DEL EMPRENDEDOR EN LOS CLÁSICOS



Fuente: (Rodriguez, 2005)

La Escuela Neoclásica, ya en el siglo XX, continúa estudiando el emprendimiento. Un alemán erudito en el tema fue Max Weber (1864-1920) quien distingue dos tipos de empresarios: el empresario tradicionalista que surge de la época mercantilista, condicionado a una forma capitalista de producción en la que no se observan rasgos necesarios de mentalidad empresarial para desarrollar su actividad de manera acumulada; y el capitalista, que desarrolla una mentalidad empresarial, una personalidad diferente que lo impulsa a la multiplicación de su riqueza, transformando su actividad en un proyecto de vida. Comenta que la acción



UNIVERSIDAD DE CUENCA

del empresario no es pacífica ni tranquila, por el contrario, las desconfianzas, la competencia, el individualismo, son manifestaciones que se presentan en el empresario innovador (Weber, 1984).

Otro neoclásico, como el inglés, Alfred Marshall hizo eco del pensamiento de J.B. Say en lo referente al “trabajador superior”, enfatizando las habilidades de liderazgo requeridas e introduce el concepto de que los factores de la producción no son tres sino cuatro. A los factores tradicionales: Capital, Tierra y Trabajo agrega la organización y la define como el factor coordinador el cual atrae otros factores y los agrupa. El emprendimiento es el elemento que está detrás de la organización manejándola. Plantea que los emprendedores tienen como característica básica el liderazgo y actúan en condiciones de incertidumbre. Aún cuando comparte con otros autores que los emprendedores tienen cierta habilidades natas, sugiere que las mismas se pueden aprender y se pueden adquirir. (Rodriguez, 2005)

John Maynard Keynes (1883-1946) acoge la doctrina de Marshall en lo referente al “trabajador superior” y desarrolla el concepto de “animal spirits” o el impulso espontáneo a la acción (Jackson, Gaster, & Gaulden, 2001)

Según (Herbert, 1982), entre los neoclásicos americanos que analizaron el emprendimiento podemos citar: Francis E. Walter (1894-1963), quien acentuó los elementos de toma de decisiones y el liderazgo; Frederick Hawley (1827-1889) referenció al tomador de riesgo, haciendo énfasis en la importancia del emprendedor en el crecimiento económico; John Bates Clark (1847-1938) debate la teoría de los



UNIVERSIDAD DE CUENCA

tomadores de riesgo y describió al emprendedor como el director de la actividad económica; y Frank Knight (1885-1972) distingue entre los riesgos asegurables y la incertidumbre no asegurable, y el desarrollo de una teoría de las utilidades que relaciona la incertidumbre no asegurable con el cambio económico y con las diferencias de capacidad empresarial, en las cuales los riesgos no tienen importancia si la incertidumbre puede ser asegurada.

Entre los más célebres autores que han determinado el rol del emprendedor en el desarrollo económico destacamos al economista austriaco nacionalizado estadounidense, Joseph Alois Schumpeter (1883-1950) y a Israel Kirzner (1930), economista inglés también nacionalizado estadounidense. Ambos pertenecen a la Escuela austriaca de economía.

Schumpeter (Schumpeter, Théorie de l'Evolution Economique, 1912), introdujo en la teoría neoclásica la figura del *entrepreneur*, cuyo accionar limitaba a decidir qué cantidades se debían producir y a qué precio se debía vender, como trascendentales decisiones generadoras de la dinámica de la competencia, dando un impulso al capitalismo dominante en el mercado de las teorías económicas (Schumpeter, 1928). Para Schumpeter, el *entrepreneur* es la persona con la idea del negocio, el innovador, el que pone las ideas en movimiento, haciéndolas poderosas y potencialmente rentables. Se destacaron sus investigaciones sobre el ciclo económico y sus teorías sobre la importancia vital del empresario en los negocios, subrayando su papel para estimular la inversión y la innovación que determinan el aumento y la disminución de la prosperidad. Popularizó el concepto de Destrucción



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Creativa como forma de describir el proceso de transformación que acompaña a las innovaciones. En (Schumpeter, Théorie de l'Evolution Economique, 1912) recoge su teoría del “espíritu emprendedor”, derivada de los empresarios que crean innovaciones técnicas y financieras en un medio competitivo en el que deben asumir continuos riesgos y beneficios que no siempre se mantienen. Todos estos elementos intervienen en el crecimiento económico irregular (Rodríguez, 2009).

Podremos decir que Schumpeter, reduce su análisis al emprendedor-pionero y olvida el hecho de que pueden existir otros tipos de emprendedores. Por ejemplo, es posible considerar a los imitadores que entran en el mercado cuando un producto nuevo se sitúa a comienzo de su ciclo de vida, tomando igualmente riesgos elevados y contribuyendo a agitar las reglas de la competencia, al igual que el emprendedor-pionero.

Israel Kirzner critica, entre otras, la afirmación que hace Schumpeter de que la competencia perfecta es incompatible con la innovación empresarial, pues desconoce que el carácter de equilibrio de la competencia perfecta es lo que, por definición, quita todo campo al emprendimiento. Para Kirzner la característica importante de la empresarialidad es percibir nuevas oportunidades que otros aún no han advertido, consiste en ver dónde los nuevos productos se han hecho insospechadamente valiosos para los consumidores, y dónde los nuevos métodos de producción, sin saberlo los demás, se han hecho factibles. Para él la función del empresario no consiste en alterar las curvas de coste o de ingresos, sino en advertir que, de hecho, han cambiado. (Kirzner, 1986).



UNIVERSIDAD DE CUENCA

En el Cuadro 1 se presentan en orden cronológico los autores que se han destacado en la investigación y estudio sobre emprendimiento.

CUADRO 1. Cronología de la Investigación sobre Emprendimiento.

AUTOR	PERIODO
RICHARD CANTILLON	1680-1734
ADAM SMITH	1723-1790
JAQUES TURGOT	1727-1781
JEAN BAPTISTE SAY	1767-1832
JOSEPH H VON THENEN	1783-1850
H. K. VON MANGOLDT	1824-1868
FREDERICK HAWLEY	1827-1889
ALFRED MARSHALL	1842-1924
JOHN BATES CLARK	1847-1972
WEBER	1864-1920
JOHN MAYNARD KEYNES	1883-1946
JOSEPH ALOIS SCHUMPETER	1883-1950
FRANCIS E. WALTER	1894-1963
DAVID McCLELLAND	1961
HAGEN	1962
BROOK	1968
CASSON	1982
KIZNER	1983
BENNIS Y NAUS	1985
GARTNER	1985
PETER DRUKER	1985
DOUGLASS NORTH	1990
ROSA & BONES	1990
BYGRAVE & HOFER	1991
CUNNINGHAM Y LISCHERON	1991
BRUYANT	1993
LAROCHE Y NIOCHE	1994
RAFAEL AMIL	1997



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FILLION	1998
TIMMONS	1998
JULIEN	1999
MINTZBERG	1999
VECIANA	1999
KANTIS	2004

A partir de los autores clásicos y neoclásicos, en los tiempos actuales los autores siguen dedicados a la investigación sobre el emprendimiento, por lo cual surgen las escuelas de pensamiento o enfoques teóricos, y a partir de ellas las diferentes teorías sobre emprendimiento y creación de empresas que serán analizadas en el capítulo 3.

1.2. POTENCIAL EMPRENDEDOR

El potencial emprendedor es la persona que tiene la posibilidad en el futuro de crear una empresa⁴. Esta posibilidad depende de muchos factores sean estos psicológicos o del entorno. Los rasgos psicológicos que son identificados en la mayoría de estudios realizados sobre el tema, son el carácter, persistencia, inteligencia, liderazgo, orientación a resultados, capacidad de tomar decisiones y aceptar altos niveles de riesgo. Pero estos rasgos si bien pueden ser considerados como destrezas que posee un emprendedor, no define el carácter ni la personalidad de una persona para siempre, y por el contrario, son parte del contexto socio-cultural

⁴ Empresa: unidad económica caracterizada por una organización de diversos elementos (capital, trabajo y técnica), bajo la dirección de un empresario, que puede ser una persona natural o jurídica (sociedad), y cuya finalidad es la realización de un actividad industrial o comercial, o la prestación de un servicio con ánimo de lucro.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

de las personas. De esta manera el entorno en todos sus ámbitos, ayudarán a integrar al potencial emprendedor.

1.2.1. Espíritu Emprendedor

Al conjunto de valores, creencias, convicciones e ideas que una persona ha adquirido con relación a su comportamiento emprendedor a lo largo de sus experiencias, y que forman parte de su vida se denomina su *espíritu emprendedor*. Este desempeña un papel fundamental en todo proceso de desarrollo humano y social. El espíritu emprendedor es un proceso humano que tiene su propio desarrollo en cada persona que decide asimilarlo y hacerlo su guía, su motor, su fuerza impulsora (Varela, 2001).

Algunos personas creen que el espíritu emprendedor es un atributo innato de ciertas personas, de ser el caso, no se podría enseñarlo, pero aunque no existe un método establecido se puede “enseñar” ciertas habilidades y destrezas que caracterizan de cierta manera al perfil del emprendedor.

En la actualidad el espíritu emprendedor es sinónimo de innovación, cambio, creación de una empresa o la toma de riesgos. Pero qué pasa cuando una persona no ha fundado una empresa, no ha sido innovador y solo a copiado una idea existente o que en lugar de asumir riesgos, busca a otras personas que los asuman. El espíritu emprendedor de las personas exitosas puede tener las mismas



UNIVERSIDAD DE CUENCA

características que los fracasados, entonces, se vuelve muy complejo llegar a una definición.

Para desarrollar nuestro espíritu emprendedor debemos liberarnos de los prejuicios que nos impone la sociedad a través de la misma educación.

1.2.2. El Perfil Emprendedor

El convertirse en un emprendedor trae consigo muchas obligaciones, y el hecho de asumir determinados riesgos. No todas las personas poseen las cualidades y los conocimientos suficientes para crear una empresa y luego mantenerla.

En 1960 David McClelland, investigó cuales eran las cualidades que compartían los emprendedores de éxito, independientemente de la actividad a la que se dedicasen, del lugar del mundo en el que se encontrasen, su nivel socio-económico, religión, cultura o género. McClelland logró determinar que existen 30 comportamientos comunes que son clave de su éxito y que se agrupan en 10 Pautas de Comportamiento Emprendedor PCE's. (Gutierrez, 2009)

1. Búsqueda de Oportunidades
2. Persistencia
3. Cumplimiento
4. Exigir eficiencia y calidad
5. Correr riesgos calculados



UNIVERSIDAD DE CUENCA

6. Fijar metas y visión de futuro
7. Búsqueda de información
8. Planificación sistemática y seguimiento
9. Persuasión y redes de apoyo
10. Auto confianza y locus de control interno

Según una investigación publicada por el Banco Internacional de Desarrollo (BID) y Fundes Internacional, el perfil empresarial a nivel de Latinoamerica, es el de profesionales universitarios de clase media que trabajan en equipo, tienen experiencia laboral, se apoyan en redes de contacto y han creado más de una empresa. De acuerdo a la investigación, las personas de esta región generalmente son motivadas empresarialmente a los 25 años de edad, pero recién a los 30 años ponen en marcha su empresa.⁵ Esta investigación no incluye a Ecuador.

Ser emprendedor no es tarea fácil, no existen recetas mágicas, ni métodos para alcanzar el éxito pero sí factores que nos acercan más a él. Poseer el perfil de un emprendedor es solo el inicio, luego hace falta algo de trabajo duro, buenas ideas, pasión, y buen olfato para el mercado.

⁵ Las conclusiones de este estudio se basan en encuestas realizadas a cerca de 2.000 emprendedores en Argentina, Brasil, Costa Rica, Chile, El Salvador, México, Perú, España, Italia, Japón, Corea, Taiwán y Singapur.



2. CREACIÓN Y SOSTENEBILIDAD DE EMPRESAS

2.1. FASES EN LA CREACIÓN DE EMPRESAS

Para la realización de este trabajo se tomará como referencia el Modelo de Gibbs, en el cual describe las seis etapas para la formación de una empresa. También se hará referencia al Sistema de Desarrollo Emprendedor planteado por Hugo Kantis.

Uno de los esquemas más detallados para entender el proceso empresarial o de creación de empresas, y sus etapas es el propuesto por Gibbs (Varela, 2001), en el cual describe seis etapas básicas, fija objetivos para cada una, desglosa las actividades fundamentales de cada una y establece las necesidades de desarrollo y aprendizaje para cada una de ellas. Las etapas para formación de una empresa son:

- Adquirir motivación y generar ideas.
- Validar la idea.
- Establecer el tamaño viable y recursos necesarios.
- Negociar la entrada.
- Nacimiento.
- Supervivencia.

El modelo de Gibbs, ha sido adecuado a la realidad latinoamericana por Rodrigo Varela en el Cuadro 2.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CUADRO 2. Etapas para la Creación de una Empresa.

ETAPAS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA		
ETAPA	OBJETIVOS	ACTIVIDADES
1. Motivación	Definir carrera empresarial	<ul style="list-style-type: none">• Evaluar mi situación actual• Evaluar mis perspectivas• Decidirme o no a seguir una carrera empresarial
2. Generación de idea de negocio	Definir una línea de actividad que me brinde el acceso potencial a un negocio	<ul style="list-style-type: none">• Estudiar oportunidades que existen en el entorno (ideas de negocio)• Aplicar creatividad e innovación para desarrollarlas• Evaluar las ideas de negocios• Seleccionar las ideas de negocios para desarrollar
3. Conformación de oportunidad de negocio	Determinar con precisión la orientación que el plan de negocio va a tener	<ul style="list-style-type: none">• Explorar capacidades personales• Segmentar el mercado• Definir tecnologías de base• Elaborar prototipos• Evaluar prototipos• Validar conceptos del negocio• Determinar tamaño• Evaluar factores legales• Identificar competidores• Determinar especificaciones
4. Elaboración del plan de negocio	Determinar la factibilidad integral de la empresa y las estrategias para lograr las metas	<ul style="list-style-type: none">• Hacer todos los análisis propios al plan de negocio: mercadeo, técnico, administrativo, económico, financiero, ambiental, social, personal y de intangibles.• Determinar las necesidades de recursos y las estrategias para lograrlos• Establecer y evaluar metas estratégicas para la empresa• Hacer el cronograma de ejecución del proyecto• Evaluar integralmente el proyecto• Determinar las posibilidades de entrar en el sector• Determinar las variables estratégicas para el éxito de la empresa• Estudiar medidas de contingencia



UNIVERSIDAD DE CUENCA

		<ul style="list-style-type: none">• Elaborar el primer presupuesto• Cuantificar probabilidades de éxito
5. Conseguir los recursos	Disponer de todos los recursos necesarios para poder iniciar el negocio	<ul style="list-style-type: none">• Negociar con los proveedores de recursos• Conformar el grupo empresarial• Identificar los trámites legales• Conseguir socias• Negociar con bancos, aseguradoras, y empresas de apoyo
6. Dar nacimiento al negocio	Volver realidad todo lo planteado en el plan de negocio	<ul style="list-style-type: none">• Hacer los trámites legales• Colocar órdenes para equipos maquinarias y materias primas• Construir o adecuar instalaciones• Cumplir requisitos legales• Asegurar el capital necesario• Implementar cultura organizacional• Adquirir materias primas e insumos• Desarrollar mercados y atraer clientes• Iniciar labores de mercadeo• Iniciar labores de producción• Establecer las operaciones de producción/servicio y los mecanismos de control• Establecer redes empresariales
7. Lograr supervivencia del negocio	Buscar que el negocio pase la etapa inicial de pérdidas y empiece a generar utilidades	<ul style="list-style-type: none">• Identificar nuevos clientes• Mejorar relaciones con clientes, proveedores y empleados• Consolidar el negocio• Asegurar su liquidez• Liderar el recurso humano• Cumplir obligaciones legales• Controlar costos• Fortalecer redes empresariales
8. Lograr crecimiento del negocio	Identificar e implementar forma de expansión del negocio	<ul style="list-style-type: none">• Identificar nuevos mercados• Identificar nuevas tecnologías, reunir nuevos recursos• Elaborar plan de crecimiento• Equilibrar recursos con el proceso de crecimiento• Adecuar estructuras y procesos• Capacitar el personal



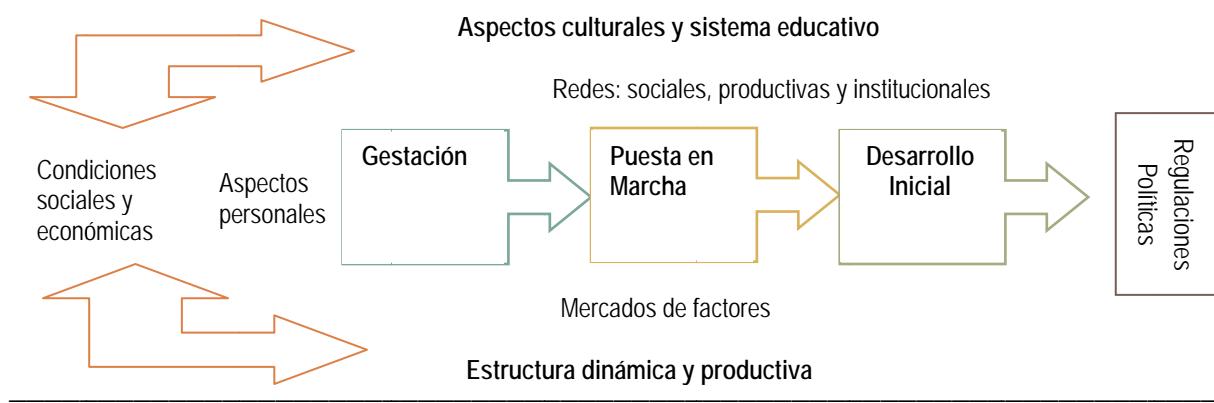
UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Mejorar los indicadores económicos y financieros
- Ampliar clientes y mercados

Fuente: (Varela, 2001)

El marco conceptual planteado por (Kantis, Angelelli, & Moori, 2004), consiste en un enfoque sistémico centrado en el análisis del proceso emprendedor (Ver Gráfico 2). Se toma en cuenta los factores que inciden en la motivación, las competencias para emprender y la identificación de oportunidades de negocios (gestación), la elaboración del proyecto, la decisión de emprender, el acceso a los recursos (puesta en marcha) y la gestión del desarrollo de la empresa (desarrollo inicial).

GRÁFICO 2. Sistema de Desarrollo Emprendedor



Fuente: (Kantis, Angelelli, & Moori, 2004)



UNIVERSIDAD DE CUENCA

2.2. ENFOQUE TEÓRICO SOBRE EL ESTUDIO DE LA CREACIÓN DE EMPRESAS

Para estudiar las diferentes teorías sobre la creación de empresas, las clasificaremos de acuerdo a los enfoques teóricos propuesto por (Veciana, Creación de Empresas como Programa de Investigación Científica, 1999). Este autor divide el análisis en tres niveles: MICRO (Nivel Individual), MESO (Nivel de Empresa), MACRO (Nivel global de la economía); a la vez clasifica las teorías de acuerdo a los siguientes enfoques: Económico, Psicológico, Socio-cultural o Institucional, y Gerencial (Ver Cuadro 3).



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CUADRO 3. Enfoques teóricos sobre el estudio de la función empresarial y la creación de empresas.

ENFOQUE UES NIVEL DE ANÁLISIS	ENFOQUE ECONÓMICO	ENFOQUE PSICOLÓGICO	ENFOQUE SOCIOCULTURAL O INSTITUCIONAL	ENFOQUE GERENCIAL
MICRO (Nivel Individual)	- La Función Empresarial como 4º factor de producción. - T. del beneficio del Empresario	- T. de los rasgos de la personalidad - T. Psico-dinámica de la personalidad del empresario	- T. de la Marginación - T. del Rol - T. de Redes	- T. de la Eficiencia X- de Liebenstein - T. del Comportamiento del Empresario - Modelos del Proceso de la Creación de Empresas
MESO (Nivel de Empresa)	- T. de los Costes de Transacción		- T. de Redes - T. de la Incubadora - T. Evolucionista	- Modelos de éxito de la nueva empresa - Modelos de generación y desarrollo de nuevos proyectos innovadores “Corporate Entrepreneurship”
MACRO (Nivel Global de la Economía)	- T. del desarrollo económico de Schumpeter	- T. del empresario de Kirzner	-T. del Desarrollo Económico de Weber. - T. del cambio social - T. de la ecología - T. Institucional	

Fuente: (Veciana, Creación de Empresas como Programa de Investigación Científica, 1999)



UNIVERSIDAD DE CUENCA

En este sentido, en primer lugar se discute el *enfoque económico*, dentro del cual como la raíz de las teorías y pensamientos económicos encontramos el trabajo de Schumpeter, con la **Teoría del Desarrollo Económico**, en la cual se concibe al emprendedor como el dinamizador del desarrollo económico, por lo cual se encuentra a un nivel macro, esta teoría fue analizada previamente en el capítulo 2.

A nivel de empresa (MESO), está la **Teoría de los Costes de Transacción**, su representante fue (Coase, 1937), quien presenta a la empresa y al mercado como dos formas de organización económica. Mientras el mercado funciona de forma descentralizada, la empresa es una organización jerárquica. Esta teoría pretende explicar la creación de nuevas empresas bajo el supuesto de que los costes de transacción determinan, tanto a nivel de empresario como de empresa, la estructura de gobierno más adecuada: una estructura organizativa de tipo jerárquico establecida en su propia empresa; la opción de mercado a través de la venta de la nueva idea o proyecto empresarial; o bien unas fórmulas híbridas, como son las redes y alianzas. Estos costes de transacción, que son costes de organización y que existen en todas las formas de organización económica, son los que explican la elección entre una u otra de estas formas. La idea de entender empresa y mercado como formas alternativas de organización económica y atribuir la elección de una u otra a los diferentes costes de transacción, no valdría si no se considerasen los factores concretos a los que se atribuyen esos mayores o menores costes (Alonso Nuez & Galve Górriz, 2008)



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Desde el punto de vista del individuo (MICRO), se destacan los autores: Say (1840), Mill (1848) y Marshall (1890), los cuales consideran al empresario como el cuarto factor de producción, dando como consecuencia la **Función Empresarial como Cuarto Factor de Producción**, en donde el papel del empresario será combinar y organizar los tres factores productivos: tierra, capital y trabajo, en la agricultura, la industria y el comercio.

En este mismo nivel, la **Teoría del Beneficio del Empresario** se origina cuando Cantillon (1755), Knight (1921) y Weber (1921) tratan de justificar la función y el beneficio del empresario a partir de la incertidumbre y el riesgo. Ellos conciben al empresario como el agente que asume el riesgo de adquirir los medios de producción y organizar la actividad económica a cambio de obtener un beneficio al final del proceso productivo (Alonso Nuez & Galve Górriz, 2008)

Los orígenes del *enfoque psicológico* donde se analiza la figura del empresario como persona, su perfil, y sus características internas; están en las investigaciones de McClelland (1961). Con sus aportes y los de otros como Lévesque, Dhankov, y Christensen, se instituye la **Teoría de los Rasgos de la Personalidad**. Siguiendo el estudio a un nivel global de la economía, se encuentra la **Teoría del Empresario de Kirzner**. En el Capítulo 2 se detallan las teorías mencionadas, describiendo los rasgos y características que se consideran fundamentales y que definen al emprendedor.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Un *enfoque sociocultural*, enfatiza los factores externos o del entorno, es decir los factores sociales, políticos, culturales, y marco institucional, que son decisivos para el emprendedor al momento de crear una empresa. Algunas entre tantas teorías que conforman este enfoque son las siguientes:

A nivel individual (MICRO):

Teoría de la Marginación, los individuos o grupos inadaptados y ubicados al margen de la sociedad, ya sea por racismo; diferencias étnicas y religiosas; o por migración, tienen una marcada tendencia a emprender. En esta teoría, para convertirse en empresario, son necesarias dos condiciones: (Brunet & Alarcón, 2004)

1. Un período de incubación, de maduración de la idea desde hace algún tiempo.
2. Un suceso disparador que desencadene el proceso de constitución de una empresa, sin responder a la necesidad de obtener un beneficio sino más bien a un factor crítico considerado negativo. Este tipo de sucesos podrían ser el desempleo de larga duración, el despido, falta de seguridad en el empleo, situaciones de rechazo de ideas, etc.

La **Teoría de Rol**, intenta explicar porque en determinadas zonas geográficas se crean más empresas que en otras. En esta teoría a pesar de que las características del emprendedor son fundamentales, el entorno empresarial con los modelos de empresarios exitosos, tienen un efecto crucial en la decisión de crear una empresa. Este entorno empresarial tiene que valorar la actividad emprendedora, propiciando el respeto, admiración y otorgando prestigio social el empresario. El supuesto de esta



UNIVERSIDAD DE CUENCA

teoría es que la actividad emprendedora tiene que ver con los valores y la tradición familiar.

A nivel de Empresa (MESO):

La **Teoría de Redes**, plantea que el conjunto de relaciones específicas entre varios grupos o actores proporciona múltiples interconexiones y reacciones en cadena, cuyo resultado es hacer circular la información y las ideas, y facilitar al emprendedor la creación de la empresa. Esta no es una actividad que surge espontáneamente y que depende del carácter extrovertido del empresario, sino que es una actividad directiva necesitada de una esmerada planificación y evaluación, que no puede ser delegada (Alonso Nuez & Galve Górriz, 2008). El gráfico 3 muestra los diversos miembros que pueden tener una red o network.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

GRÁFICO 3. La Network del Creador de una Empresa.



Fuente: (Ollé & Planellas, 2003)

Teoría de la Incubadora⁶, esta teoría se basa en el hecho de que el emprendedor adquiere las habilidades y destrezas necesarias para emprender un nuevo proyecto en situaciones similares previas, que le servirán para crear posteriormente su empresa. En algunos casos la organización incubadora puede colaborar con la empresa recién creada participando en el capital, proporcionando apoyo económico, y asesoramiento en la gestión o convirtiéndose en su principal cliente.

⁶ Se les han dado muchos nombres a las organizaciones incubadoras de empresas, tales como viveros de empresas, semilleros de empresas, centros de negocios, potenciadoras de negocios, agencias de desarrollo, parques tecnológicos, etc. Todas cumplen la finalidad de la Teoría de Incubadoras.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Teoría Evolucionista, está planteada por autores como Hannan y Freeman (1977) y reafirmada por Baumol (1993), considera que el éxito en la creación de empresas está sobre todo determinado por el entorno más que por la propia habilidad o decisión de ser empresario. Como indica (Veciana J. M., 1988), las empresas existentes en un momento determinado son incapaces de adaptarse a los cambios del entorno, ocasionando cambios demográficos de creación y disolución de éstas. Por lo tanto, esta teoría estudia las condiciones que determinan la tasa de creación, la tasa de mortalidad y la tasa de cambio de las empresas.

A nivel global de la economía (MACRO),

En este nivel destacamos la **Teoría Institucional** formulada por (North, 1990). Ésta constituye un marco teórico muy adecuado para el análisis de la creación de empresas. La base de su teoría es que las instituciones forman la estructura de incentivos de una sociedad, y por lo tanto, son las instituciones políticas y económicas las que determinan el desempeño económico a largo plazo. Por otro lado, el proceso de aprendizaje acumulativo de los seres humanos, desarrollado a través del tiempo y transmitido por sus creencias culturales de generación en generación, configura la manera en la que se desarrollan estas instituciones. Por tanto, el tiempo es la dimensión en la cual los procesos de aprendizaje colectivos van moldeando la evolución institucional a través de sus diferentes elecciones continuas (North, Economic Performance through time, 1994).



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Para finalizar, se estudian las teorías con un *enfoque gerencial*, las que pretenden explicar la función del empresario en la creación de empresas, por lo tanto se encuentran en los dos primeros nivel del individuo y la empresa, sin tomar como prioridad su entorno macro.

Teoría de la eficiencia-X de Leibenstein (1968), la eficiencia-X es el grado de ineficiencia en el uso de recursos dentro de la empresa, midiendo el alcance de los fracasos de la misma respecto a sus posibilidades productivas. La eficiencia-X surge debido a que los recursos de la empresa son utilizados de una forma errónea, porque se consumen absurdamente o porque simplemente no se usan (Alonso Nuez & Galve Górriz, 2008).

Teoría del comportamiento del empresario, sus consideraciones son enfocadas en la identificación, descripción y explicación del comportamiento del empresario, cuya conducta se determina con base en las aptitudes y habilidades que puede aprender.

“Corporate Entrepreneurship” esta teoría analiza el fenómeno de la iniciativa emprendedora cuando ésta se desarrolla dentro de la empresa por un intraemprendedor, es decir, un individuo que se desenvuelve como emprendedor dentro de la empresa, pero deben existir ciertas condiciones: estructuras no jerárquicas sino planas, la disponibilidad a la rotación en los puestos directivos y la cultura de gestión por proyectos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Modelos del proceso de creación de empresas. Diferentes modelos se han propuesto para explicar el proceso de la creación de empresas, tales como los de Shapero, Ronstadt, y Timmons, que se describen brevemente a continuación.

Teoría de Albert Shapero, se aleja del análisis del empresario en sí y aborda un sistema que él denomina el evento empresarial o innovación, el cual está marcado por las siguientes características:

- Toma de iniciativa: la decisión de un grupo para identificar y llevar a cabo la oportunidad de negocio.
- Acumulación de recursos: el proceso de determinar las necesidades, conseguir y asignar los recursos físicos, humanos, financieros y tecnológicos necesarios.
- Administración: la capacidad de dar una organización y una dirección (gerencia) a la nueva empresa o sea volverla una realidad, por aquellos que toman la iniciativa.
- Autonomía relativa: la libertad de los empresarios para tomar decisiones sobre el funcionamiento de la organización.
- Toma de riesgos: la disposición para enfrentar las recompensas o las pérdidas que el negocio produzca.

Shapero indica que el proceso de formación de nuevas empresas y de nacimiento de nuevos empresarios es el resultante de la interacción de factores, situacionales, sociales, sicológicos, culturales y económicos, y que cada evento empresarial ocurre en un momento dado como resultado de un proceso dinámico que provee fuerzas



UNIVERSIDAD DE CUENCA

situacionales que impactan sobre los individuos, cuyos valores y percepciones están condicionados por sus experiencias y herencias culturales y sociales.

Estas fuerzas surgen, como se indica en el cuadro 4, tanto de impulsos positivos como de impulsos negativos, y en algunos de situaciones que pudieran denominarse neutros (Varela, 2001).

CUADRO 4. Fuerzas para el Cambio de Trayectoria Vital.

Impulsos Positivos
<ul style="list-style-type: none">• Educación con orientación a la vida empresarial• Invitación de una persona para asociarse con él en el desarrollo de su idea• Oferta de una persona para invertir dinero si uno tiene una buena idea• Invitación de un cliente a que se le suministre el producto o el servicio en forma directa• Conocimiento de un negocio que le produce entusiasmo• Apoyo de un mentor que lo orienta a uno hacia la vida empresarial
Impulsos Neutros
<ul style="list-style-type: none">• Terminación de un ciclo formativo• Cumplimiento de una condena• Terminación del servicio militar• Regreso al país o a la región de origen
Impulsos Negativos
<ul style="list-style-type: none">• Aburrimiento en la actividad que está realizándose• Ingresos Insuficientes• Despido o retiro de la actividad actual• Poca satisfacción con lo que se realiza• Negación de un ascenso o de una mejora salarial• Mal trato o no aceptación de sus ideas y/o sugerencias• Cambio de lugar de residencia por condiciones adversas (refugio, desplazamiento)• Cambio de estado civil, matrimonio, divorcio, viudez• Edades especiales en que se hacen evaluaciones de resultados (30,35,40,45,50, etcétera)• Persecución política, religiosa, racial, social, ideológica



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Falta de proyección
- Disponibilidad de tiempo (crecimiento de los hijos, jubilación)
- Rebeldía frente a las reglas vigentes
- Dificultades en el proceso educativo (pérdida de un año o expulsión)

Fuente: Rodrigo Varela, 2001.

Teoría de Ronstadt, estructura el concepto de perspectiva empresarial, y planea lo siguiente:

- Se entiende el proceso empresarial como un proceso dinámico, que ocurre sobre diversos períodos, que envuelve pensamientos y acciones, que se ve influenciado y definido por varios eventos y no sólo por un golpe de suerte, que implica más que el simple inicio de un negocio; es más que un solo proyecto, es más que un empresario, es pues un proceso en el cual el papel del empresario está permanentemente modificándose.
- Una perspectiva empresarial implica ser capaz de apreciar y reconocer los elementos únicos y comunes de cada proyecto, identificar lo relevante de las experiencias empresariales propias y ajenas, evaluar los efectos a corto y largo plazo del proyecto sobre nuestras vidas y carreras.
- La unidad de análisis, entonces, no es sólo el negocio en sí, ni el empresario propiamente dicho, ni el ambiente en el que se desenvuelve el negocio; la verdadera unidad de análisis es el complejo denominado carrera empresarial en la que intervienen muchos negocios, varios empresarios y diversos ambientes.

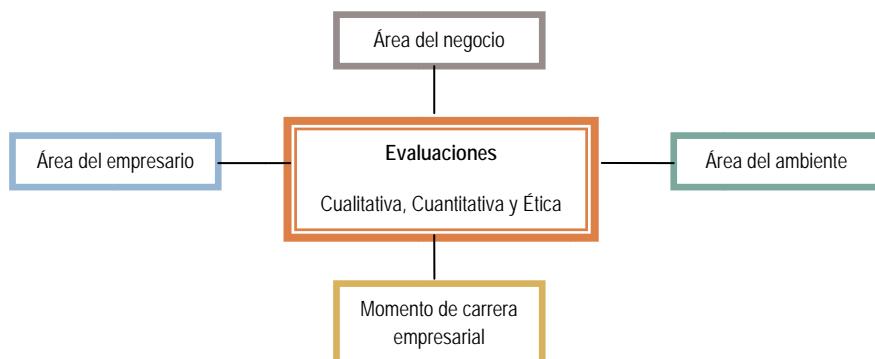


UNIVERSIDAD DE CUENCA

- La perspectiva empresarial está constituida por la capacidad para evaluar varias áreas básicas en diferentes dimensiones con propósito de relacionar esas evaluaciones con los objetivos de su carrera empresarial sobre el corto y el largo plazo.
- Los empresarios deben evaluar su posición, tomar las decisiones y llevar a cabo las acciones requeridas mediante :
 - a. La identificación de los factores relevantes en tres áreas: la del proyecto, la del empresario y la del entorno.
 - b. La evaluación de estos tres factores mediante consideraciones cualitativas, cuantitativas, estratégicas y éticas.
 - c. La relación que existe entre las evaluaciones y el momento particular de su carrera empresarial.

El grafico 4 muestra este proceso, el cual es continuo, interrelacionado y simultáneo a lo largo de la vida de cada empresario y de cada negocio; o sea, a lo largo de la carrera empresarial.

GRÁFICO 4. Perspectiva Empresarial



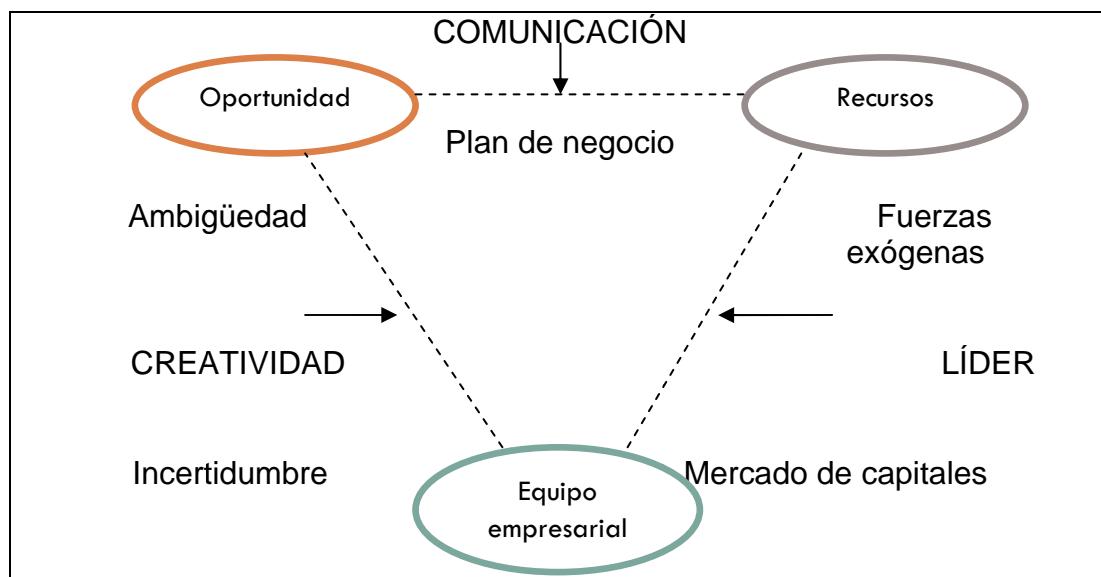


Fuente: (Varela, 2001)

Teoría de Timmons, desde finales de la década del 70, Jeffrey Timmons, ha venido produciendo una serie de ideas y conceptos sobre el proceso empresarial.

La definición del proceso empresarial implica un compromiso hacia el crecimiento y hacia la conformación de valor en el largo plazo, acompañada por un flujo de caja duradero. El gráfico 5 presenta el modelo básico de Timmons.

GRÁFICO 5. Proceso Empresarial de Timmons.



Fuente: (Varela, 2001)

El proceso se inicia con la detección de una oportunidad, no es dinero, ni redes, ni estrategias, ni equipo, ni plan de negocio. La gran mayoría de las oportunidades genuinas para la creación de una empresa son más grandes que el talento, la capacidad y los recursos disponibles por el equipo de trabajo en el punto de partida.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

El líder empresarial tiene que manipular todos los elementos en un entorno que es dinámico y cambiante. El plan de negocio provee el mecanismo de comunicación que permite operar en ese entorno dinámico las tres fuerzas: oportunidad, recursos y equipo empresarial.

El líder empresarial debe orientar el proceso controlando la ecuación del éxito (riesgo versus recompensa), la cual cuenta siempre con los factores de ambigüedad e incertidumbre que produce el riesgo. La creatividad es la herramienta básica en esta zona.

La oportunidad es el corazón del proceso. Una buena idea es muy diferente de una buena oportunidad. La primera gran habilidad del empresario es ser capaz de identificar rápidamente si la idea tiene potencial de éxito empresarial y decidir cuánto tiempo y esfuerzo invertirle.

Los recursos, si bien son necesarios no es lo primero que hay que tener para lograr el éxito empresarial. Los empresarios exitosos diseñan y aplican estrategias muy creativas para acumular y ganar control sobre los recursos.

El equipo empresarial es pieza fundamental del valor potencial de la empresa. En el mundo actual hay abundancia de tecnologías, de empresarios, de dinero y de capital de riesgo. De lo que hay escasez, es de equipos empresariales buenos. El mayor reto de cualquier líder empresarial está en construir grandes equipos empresariales. El líder empresarial es quien fija el ritmo, el que crea la cultura, el



UNIVERSIDAD DE CUENCA

que dirige y actúa, el que tiene la habilidad de atraer a los miembros del equipo empresarial y de construir allí una fortaleza especial para el negocio.

Este modelo de Timmons es integral y holístico, o sea que no se descompone por etapas; es un todo que interactúa permanentemente, que se des balancea, que presenta nuevos espacios de acción (vacíos) y nuevas formas de llenarlos, y el líder empresarial tiene que estar actuando y dirigiendo todas estas fuerzas (Varela, 2001).

Para concluir este trabajo sobre las teorías de creación de empresas, cabe recalcar, que existen muchísimas teorías sobre el empresario, el espíritu empresarial, la creación de empresa, y diferentes modelos de desarrollo empresarial, y cultura emprendedora; propuestas por otros autores, investigadores y entidades públicas y privadas que han contribuido significativamente en este ámbito, pero aquí se han tomado algunas que ayudan a comprender mejor este fenómeno del emprendimiento.

2.3. FACTORES CLAVE PARA LA SOSTENIBILIDAD DE EMPRESAS

El modelo propuesto por Gibbs, describe en sus dos últimas etapas los factores clave para la sostenibilidad de las empresas. (Ver Cuadro 2 del Capítulo 3). Las actividades a desarrollarse en estas etapas tienen como objetivo, a más de superar el punto de equilibrio y generar utilidades, el identificar e implementar formas de expansión de la empresa, tales como nuevas estructuras, formas de dirección y más sofisticadas fuente de financiamiento (Gómez, 2007).



UNIVERSIDAD DE CUENCA

No existe ningún principio básico específico para convertirse en una empresa sostenible, pues no se trata solamente de maximizar las ganancias, sino de sobrevivir a lo largo del tiempo. (Crosby, 1989) plantea que la política de empresa debe elaborarse alrededor de las cinco consideraciones siguientes que conllevan una labor y vigilancia continuas. Una empresa que desea alcanzar el éxito permanente debe contar con estas características:

- Las personas acostumbran hacer las cosas bien.
- El crecimiento es rentable y sostenido
- Las necesidades de los clientes se anticipan.
- El cambio se planea y se dirige.
- Las personas se sienten orgullosas de trabajar en la empresa.

Una empresa perdurable es aquella que a través del tiempo presenta resultados financieros superiores, que hace un adecuado manejo de las fuerzas del mercado, se enfoca en espacios de mercado no explotados y hace un estudio detallado de sus competidores.



3. CONCLUSIONES

En este trabajo se realiza una amplia revisión cronológica a la literatura que permite argumentar que el emprendimiento es un proceso muy complejo, que no puede entenderse sin analizarlo desde diferentes enfoques y en todos los niveles.

Los efectos de la creación de empresas en el desarrollo económico han sido objeto de estudio y de investigación desde hace mucho tiempo atrás, sin embargo en la actualidad no se ha llegado a un consenso en cuanto a conceptos y teorías se refiere. Esto supone la creación de nuevas líneas de investigación que tendrán importantes implicaciones para fomentar el espíritu emprendedor.

El análisis de las diferentes teorías nos permite encontrar situaciones comunes. El perfil del emprendedor tiene algunas características que los autores reiteran, tales como la persistencia, la búsqueda de oportunidades, la innovación, y el correr riesgos.

En cuanto a los factores que influyen en la creación de empresas, se coincide que los aspectos psicológicos, las condiciones socioculturales, institucionales y políticas, es decir factores externos e internos, son determinantes en el momento de tomar la decisión de emprender.

En definitiva, los mismos factores ya mencionados que influyen en la creación de empresas, deben considerarse a lo largo del tiempo para que las empresas puedan sostenerse y llegar a consolidarse en el mercado.



4. BIBLIOGRAFÍA

Alonso Nuez, M. J., & Galve Górriz, C. (2008). El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e Investigaciones Sociales*, 5-44.

Arteaga, M. E., & Lasio, V. (2009). *Consejo latinoamericano de escuelas de administración*. Recuperado el 15 de junio de 2010, de Revista Latinoamericana de Administración, Academia: <http://revistaacademia.cladea.org>

Brunet, I., & Alarcón, A. (2004). *Teorías sobre la figura del Emprendedor*. Papers 73.

Castillo, J. (2009). Investigando el entrepreneurship tras un marco teórico y su aporte al desarrollo económico de Colombia. *Revista EAN* (66), 68-79.

Coase, R. (1937). *The Nature of the Firm*. Económica.

Crosby, P. (1989). *La organización permanentemente exitosa*. México D.F.: McGraw Hill.

Desai, S. (2009). *Measuring Entrepreneurship in Developing Countries*. Research Paper, United Nations University, Kansas.

Díaz, C., Hernández, R., & Urbano, D. (2005). Teoría Económica Institucional y Creación de Empresas. *Investigaciones Europeas de dirección y economía de la empresa*, 11 (3), 209-230.

Dolabela, F. (2005). *Taller del Emprendedor. Una metodología de enseñanza que ayuda a transformar el conocimiento en riqueza para el desarrollo económico y social de las regiones*. (Primera ed.). (A. E. Souza, Trad.) Buenos Aires, Argentina: Red de Editoriales de Universidades Nacionales.

Formichella, M. M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Monografía, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, Buenos Aires.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Gómez, M. E. (2007). *Factores clave durante las etapas de supervivencia y crecimiento en los emprendimiento universitarios de la ciudad de Medellín y su área metropolitana originados en el período 2003-2007*. Tesis Doctoral, Universidad Pontificia Bolivariana, Escuela de Ciencias Estratégicas, Medellín.
- Gutierrez, J. J. (2009). *Enseñanza en el Emprendimiento*. Santiago.
- Herbert, L. (1982). *The entrepreneur mainstream views and radical critiques*. (Segunda ed.). New York: Praeger Publishers.
- Jackson, W., Gaster, W., & Gaulden, C. (2001). *The continued saga of searching for the entrepreneur: a historical perspective*. Arkansas: Small Business Advandement National Center.
- Kantis, H., Angelelli, P., & Moori, V. (2004). *Desarrollo Emprendedor: América Latina y la Experiencia Internacional*. BID-FUNDES Internacional.
- Kirzner, I. (1986). El Empresario. *Lecturas de Economía Política* , I.
- Larroulet, C., & Ramírez, M. (2007). *Centro para el Emprendimiento y la Innovación*. Recuperado el 05 de Julio de 2010, de <http://www.cepchile.cl>
- Marulanda, J. (2009). Emprendimiento: Visones desde las teorías del comportamiento humano. *Revista EAN* (66), 153-168.
- North, D. (1994). Economic Performance through time. *The American Economic Review* (84), 359-368.
- North, D. (1990). *Institutions, Institutional change and economic performance*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Ollé, M., & Planellas, M. (2003). El proceso de creación de una empresa:motivaciones, etapas, recursos y redes. *Creación de Empresa: los mejores textos* , 187-212.
- Rodríguez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión* (26), 94-119.
- Rodriguez, C. (2005). Emprenderismo, acción gubernamental y academia. Revisión de la literatura.
- Schumpeter, J. (1912). *Théorie de l'Evolution Economique*. Paris: Dalloz.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Schumpeter, J. (1928). *Unternehmer. Handwörterbuch der Staatswissenschaften* (Vol. VIII). Jena.

Varela, R. (2001). *Innovación Empresarial* (Segunda ed.). (F. Orlando, Ed.) Bogotá, Colombia: Pearson Educación de Colombia Ltda.

Veciana, J. M. (1999). Creación de Empresas como Programa de Investigación Científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8 (3), 11-36.

Veciana, J. M. (1988). Empresario y proceso de creación de empresas. *Revista Económica de Cataluña* (8), 2-34.

Weber, M. (1984). *La Ética Protestante y el Espíritu del Capitalismo*. (J. Chávez, Trad.) Puebla.