

Revista de Empresa

LA FUENTE DE IDEAS DEL EJECUTIVO

Entrevista a Javier Gómez-Navarro, Presidente del Consejo Superior de Cámaras de Comercio **Entrevista. Pág. 5**

Ignacio Contín, Martín Larraza e Iñaki Mas
Características distintivas de los emprendedores y los empresarios establecidos: evidencia a partir de los datos REM de Navarra
Artículo. Pág. 10

José María Gómez, Ignacio Mira y Jesús Martínez Mateo
Condicionantes de la actividad emprendedora e instituciones de apoyo desde el ámbito local: el caso de la provincia de Alicante **Artículo. Pág. 20**

Rosa M. Batista, Alicia Correa y Esther Hormiga
Innovación en las iniciativas empresariales españolas en el marco nacional GEM **Artículo. Pág. 32**

Rachida Justo
La influencia del género en el fracaso empresarial: una aplicación al caso de España **Artículo. Pág. 52**

Claudia Lucía Roure, Nuria González Álvarez, Mariano Nieto, Constantino García y Vanesa Solís
Influencia de la existencia y el descubrimiento de oportunidades sobre la actividad emprendedora **Artículo. Pág. 66**

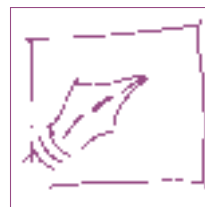
Alicia Coduras
La repercusión de la actividad emprendedora de los inmigrantes en España **Artículo. Pág. 80**

Ignacio de la Vega, Cristina Cruz y Guillermo de Haro
Workcenter **Caso. Pág. 98**

Ignacio de la Torre
Ingeniería financiera **Comentario del libro. Pág. 108**

20

Influencia de la existencia y el descubrimiento de oportunidades sobre la actividad emprendedora



artículo

Claudia Lucía Roure

Investigadora del Proyecto GEM para Castilla y León

Nuria González Álvarez

Doctora por la Universidad de León

Mariano Nieto

Catedrático de Organización de Empresas de la Universidad de León

Constantino García

Profesor Colaborador en el Área de Organización de Empresas de la Universidad de León

Vanesa Solís

Profesora Ayudante de Organización de Empresas de la Universidad de León

Partiendo del modelo planteado por Shane y Venkataraman, este artículo estudia la posible relación del proceso de creación empresarial con el proceso de innovación tecnológica. Las dificultades con que se encuentran las empresas para apropiarse completamente de los resultados de su esfuerzo innovador dan lugar a la aparición de una masa de conocimientos de libre disposición que pueden ser aprovechados por los individuos emprendedores. Si dichos individuos cuentan con la habilidad para reconocer, asimilar y aplicar información nueva y externa con fines comerciales, se verán favorecidas las capacidades de innovación y de creación de empresas de una región. Utilizando datos del GEM en España, en esta investigación se contrastan empíricamente las relaciones planteadas.

La creación de empresas no es un proceso que se produzca en un instante, sino que representa el resultado de una secuencia lógica de factores tanto personales como materiales, y no hay duda de que constituye un elemento fundamental en la dinámica económica de cualquier país o región. Ya en 1936, Schumpeter reconoció su relevancia, considerándola el principal motor del crecimiento económico. Siguiendo esta línea, una gran parte de los estudios empíricos más recientes sobre el fenómeno de la creación empresarial confirman que, cuanto mayor es la tasa de creación de nuevas empresas en un país, mayor será su nivel de crecimiento económico (en Reino Unido¹, en España², en Estados Unidos³ y en Suecia⁴).

En la literatura se han manifestado varias razones por las cuales resulta conveniente profundizar en el estudio de la creación de empresas. En primer lugar, el hecho de no investigar el proceso de creación de empresas en el ámbito de las teorías sobre los mercados, las empresas y las organizaciones puede dejar sin explicar una parte fundamental de la dinámica económica⁵. En segundo lugar, la creación de empresas es un mecanismo a través del cual las ineficiencias temporales y espaciales en una economía se descubren y son mitigadas⁶. Adicionalmente, como ya se ha mencionado, la creación de empresas innovadoras y productivas constituye el principal impulso del crecimiento económico⁷ al conllevar la innovación en productos y procesos⁸.

Por consiguiente, puede decirse que la creación de empresas es un campo de investigación que está madurando⁹ y que cuenta con diferentes líneas de investigación¹⁰, pero que pocas de ellas incluyen el triángulo oportunidad-persona-organización¹¹. Con ello se manifiesta la necesidad de construir una teoría de creación de empresas basada en la intersección entre oportunidades, individuos y sus posibles formas de organización, implicando así el desarrollo de modelos más integrales que permitan obtener una visión holística del proceso.

Seleccionar oportunidades correctas para crear empresas es una de las habilidades más importantes que un empresario debe tener

En vista de todo lo anterior, se considera que identificar y seleccionar las oportunidades correctas para la creación de empresas es, entre otras cosas, una de las habilidades más importantes que debe tener un empresario. Consecuentemente, la literatura destaca como esencial para el *entrepreneurship* conocer cómo se descubren y desarrollan las oportunidades¹², y confirma la falta de investigaciones que expliquen correctamente dichos procesos. Por esta razón, el objetivo de esta investigación es analizar el efecto que ejercen sobre la actividad emprendedora dos tipos de factores determinantes relacionados con la existencia y el descubrimiento de oportunidades. El primer factor es de carácter externo, y se define como una masa de conocimientos de libre disposición que se convierten en fuentes de oportunidades en el entorno donde se encuentra el emprendedor. El segundo factor es de tipo interno, y se relaciona con la percepción del emprendedor sobre sus habilidades y conocimientos para crear una empresa.

Este artículo se estructura en cuatro partes. En el segundo apartado se explica el modelo del proceso emprendedor planteado por Shane y Venkataraman¹³, desarrollando cada una de las etapas definidas por estos autores. Posteriormente, en el tercer apartado se plantea un modelo teórico de investigación, definiendo sus correspondientes hipótesis. El cuarto apartado desarrolla empíricamente las relaciones planteadas.

Finalmente, en el quinto apartado presentamos las conclusiones de nuestra investigación.

Modelo del proceso emprendedor

Shane y Venkataraman¹⁴ establecen un sólido marco de análisis que permite abordar el estudio de la creación de empresas analizando los vínculos que se establecen entre dos aspectos estrechamente relacionados¹⁵: la existencia de oportunidades empresariales beneficiosas y la iniciativa de los individuos para aprovecharlas.

Existen ciertas condiciones esenciales para que la actividad emprendedora pueda darse. Una de ellas hace referencia a la existencia de oportunidades o situaciones en las que las personas creen poder establecer un nuevo contexto recombinaando recursos de forma beneficiosa¹⁶. La existencia de oportunidades constituye la primera fase del modelo propuesto por Shane y Venkataraman¹⁷. También se requiere la existencia de diferencias entre las personas, puesto que sólo algunas presentarán preferencias hacia algo o tendrán la habilidad para reconocer información de la oportunidad, es decir, para descubrir las oportunidades de nuevos negocios, en lo que constituye la segunda fase del modelo.

De igual manera, asumir riesgos es una parte necesaria para determinar si un esfuerzo particular de explotar una oportunidad va a ser beneficioso. No puede asegurarse con certeza el éxito hasta que la oportunidad sea identificada y utilizada, ya que ese tipo de información no es explícito en la oportunidad. La explotación de oportunidades es la tercera fase del modelo.

A continuación se describen de forma más profunda las tres fases del modelo propuesto por Shane y Venkataraman¹⁸.

Primera fase: existencia de oportunidades

Las oportunidades que fomentan la creación de empresas son aquellas en las que nuevos bienes, servicios, materias primas y métodos de organización son introducidos y vendidos a un precio mejor que el de sus costes de producción¹⁹. Las decisiones empresariales elementales, que tienen como principal objetivo la búsqueda del beneficio y no el aprovechamiento

máximo de la oportunidad, tratan de organizar recursos escasos bajo estructuras de medios y fines ya existentes²⁰. A cambio, las oportunidades emprendedoras se diferencian en que buscan el establecimiento de nuevas relaciones, entre medios y fines, no identificadas o utilizadas previamente por los participantes en el mercado.

El stock de conocimientos, las habilidades cognitivas y las redes sociales influyen en el descubrimiento de oportunidades

En la literatura se han encontrado dos tipos de fuentes de oportunidad; unas provienen de la aparición de nueva información, mientras que otras se generan por las asimetrías en la información existente. Las primeras surgen como consecuencia de la aparición de nueva información o cambios exógenos dados en el mercado. Esa nueva información puede producirse debido a cambios tecnológicos²¹, acciones gubernamentales o cambios demográficos y sociales²². Estas tres fuentes tienen en común el hecho de que modifican el valor de los recursos, alterando el equilibrio de los precios y creando un beneficio potencial para emprender.

Por su parte, el segundo tipo de fuentes de oportunidad surge con las asimetrías de información que se dan cuando cada miembro de la sociedad realiza distintas estimaciones sobre el valor relativo de los recursos y su potencial para transformarse en bienes y servicios²³. Como resultado, los participantes en el mercado cometen errores al tomar decisiones, generando escasez o excesos de recursos²⁴ que, al final, sólo un pequeño grupo de la población es capaz de reconocer y usar en la creación de un producto o servicio rentable²⁵.

Segunda fase: descubrimiento de oportunidades

Shane²⁶ da dos explicaciones alternativas sobre cómo se descubren las oportunidades. En la primera hace referencia a un proceso sistemático de búsqueda e investigación y, en la segunda, se refiere al reconocimiento de determinadas situaciones no premeditadas.

Adicionalmente, Shane y Venkataraman²⁷, en un artículo de gran impacto, señalan tres factores que influyen en la probabilidad de que un individuo pueda descubrir una oportunidad. El primero hace referencia a los stocks de información que crean esquemas mentales y proporcionan un marco de referencia para el reconocimiento de nueva información. El segundo son las propiedades cognitivas necesarias para evaluar la oportunidad. Finalmente, el tercero se refiere a los vínculos o relaciones sociales de los emprendedores. A continuación se explica en detalle cada uno de estos factores:

- **Stocks de conocimientos previos.** Para reconocer una oportunidad, el emprendedor debe tener información previa, tanto sobre las necesidades de los usuarios²⁸ como sobre aspectos específicos del desempeño en producción²⁹, que se complementa con nueva información, producto del establecimiento de una conjetura³⁰. La información necesaria para reconocer cualquier oportunidad no está perfectamente distribuida entre la población³¹. Se ha comprobado que la habilidad para evaluar y utilizar conocimientos procedentes del exterior depende del nivel de conocimientos previos que el individuo tenga, es decir, de su capacidad de absorción³². Asimismo, Venkataraman y Arthur³³ argumentan que las fuentes de conocimientos previos que dirigen el descubrimiento de oportunidades son idiosincrásicas, es decir, son resultado de la experiencia, los eventos personales y la educación que se posea. Ante un cambio tecnológico, las personas que poseen esos conocimientos previos tendrán la ventaja de reconocer más fácilmente una oportunidad frente a otras. De forma complementaria, Romanelli y Schoonhoven³⁴, y Cansson³⁵ estudiaron cómo la diversidad de información, producto de una amplia experiencia, puede llegar a aumentar la probabilidad de nueva información, puesto que facilitaría la consecución de la información ausente para reconocer una oportunidad. Por su parte, Klepper y Sleeper³⁶ explicaron cómo los trabajos enfocados en el área de investigación y desarrollo tienen un acceso privilegiado a información que facilita el descubrimiento de oportunidades y, por lo general, obtienen nueva información que genera cambios tecnológicos³⁷.

- **Habilidades cognitivas.** Con un enfoque contrario al neoclásico, en el que el descubrimiento de oportunidades empresariales no es un proceso de optimización³⁸, los individuos deberían tener la capacidad para identificar nuevas relaciones. Desgraciadamente, una persona puede tener la información previa, pero no la habilidad para desarrollar una nueva relación entre diferentes conceptos. Recientemente, algunos investigadores han empezado a evaluar el rol empírico que las propiedades cognitivas desempeñan en el descubrimiento de oportunidades³⁹. Se ha demostrado cómo los individuos tienen diferentes habilidades para combinar distintos conocimientos en uno nuevo⁴⁰, cómo algunos emprendedores de éxito han detectado oportunidades en situaciones en las que otros han percibido riesgos⁴¹ y cómo el nivel de creatividad influye en el descubrimiento de oportunidades⁴².
- **Redes sociales.** La estructura de las relaciones sociales de una persona influye tanto en la información que recibe, como en la cantidad, calidad y velocidad con la que consigue dicha información. Nahapiet y Ghoshal⁴³ explican cómo las personas se relacionan entre sí mediante vínculos sociales o de trabajo. Asimismo, Kogut y Zander⁴⁴ mencionan cómo la creación de conocimiento depende de la habilidad de los miembros de la organización para intercambiar y combinar información, conocimiento e ideas existentes. Las redes amplias de personas en las que cada uno tiene una información útil aumentan la probabilidad de descubrir oportunidades⁴⁵, como también la diversidad de personas con las que se tiene relación aumenta la posibilidad de obtener información variada, explicándose así por qué las personas obtienen poca información en redes de trabajo más homogéneas⁴⁶. Adicionalmente, se ha estudiado cómo las relaciones personales estables a largo plazo conllevan un mejor acceso de información complementaria para el descubrimiento de oportunidades⁴⁷.

Tercera fase: explotación de oportunidades

Para la explotación de oportunidades, Venkataraman⁴⁸ expone que el hecho de que unas personas y no otras exploten las oportunidades que han descubierto depende básicamente de las características de la oportunidad y de la naturaleza de los individuos.

Varias investigaciones han demostrado que la explotación es más frecuente cuando la demanda esperada es amplia⁴⁹, los márgenes de beneficio industrial son altos⁵⁰, el ciclo de vida es joven⁵¹, la densidad de la competencia en un lugar en particular no es ni muy baja ni muy alta⁵² y el nivel de aprendizaje de otros entrantes es posible⁵³. Adicionalmente, se ha comprobado que las siguientes circunstancias inciden positivamente en la decisión de explotar oportunidades, puesto que disminuyen el coste de explotación: poseer un capital financiero alto⁵⁴, tener fuertes vínculos sociales como factor mediador en la adquisición de recursos⁵⁵, haber recopilado información útil en anteriores puestos de trabajo⁵⁶ y transferir información tanto sobre experiencias previas de la oportunidad⁵⁷ como sobre experiencias en actividades emprendedoras⁵⁸.

Asimismo, también influyen las diferencias entre los individuos en referencia a la tolerancia al riesgo⁵⁹, la ilusión de control⁶⁰, la confianza en la ley de los pequeños números⁶¹, la superconfianza⁶², la visión optimista⁶³ y la necesidad de reconocimiento⁶⁴. Finalmente, la oportunidad de ganar un beneficio proporcionará un incentivo a varios actores económicos. Por todo ello, una vez explotada la oportunidad, se da una difusión de información hacia otros miembros de la sociedad que pueden imitar la innovación y apropiarse de algunos de los beneficios, con lo cual, aunque dicha situación validara la oportunidad e incrementara la demanda⁶⁵, también disminuiría el incentivo por perseguir la oportunidad, ya que el beneficio debería ser repartido entre varios actores⁶⁶, y, en un futuro, dicha oportunidad desaparecería⁶⁷.

Modelo de investigación

El marco teórico explicado sobre el modelo de Shane y Venkataraman⁶⁸ puede ayudar a establecer una íntima relación entre el proceso de creación empresarial y el proceso de innovación tecnológica. En primer lugar, las dificultades con que se encuentran las empresas para apropiarse completamente de los resultados de su esfuerzo innovador dan lugar a la aparición de una masa de conocimientos de la que otras organizaciones pueden disponer sin tener que asumir coste alguno por su utilización. Esta masa de conocimientos públicos se conoce en la literatura como

“externalidades de conocimiento” (*spillovers*). En efecto, cuantas más dificultades tengan las empresas para apropiarse de los nuevos conocimientos tecnológicos que generen, mayor será el stock de externalidades existente en la región en que compiten⁶⁹. La presencia de externalidades en un entorno concreto dependerá, por tanto, de las propias características del conocimiento manejado en ese entorno (que facilitará en distinto grado el establecimiento de derechos de propiedad sobre él) y de las condiciones de apropiación existentes⁷⁰.

La tasa de creación de empresas puede ser mayor en regiones que poseen más externalidades

Empleando el concepto de externalidades se considera que, en determinados entornos geográficos donde los gastos en I+D son elevados, existe una alta probabilidad de conocimientos de libre disposición (por ejemplo, en Silicon Valley o en las inmediaciones de parques tecnológicos o universidades), con lo cual surgen mayores oportunidades de creación de empresas, ya que, en esas zonas, las personas emprendedoras disponen de un mayor número de conocimientos:

H1. La tasa de creación de empresas será mayor en aquellas regiones que poseen más conocimientos de libre disposición (externalidades).

Asimismo, la literatura pone de manifiesto cómo la habilidad de un individuo para reconocer, asimilar y aplicar información nueva y externa con fines comerciales es un factor crítico en la capacidad de innovación de una empresa⁷¹. Dicha capacidad se conoce en la literatura como “capacidad de absorción”. Por consiguiente, esta variable podría llegar a ejercer un efecto directo sobre la tasa de creación de nuevas empresas, puesto que los individuos podrán evaluar sus capacidades antes de decidir si ponen o no en marcha un nuevo negocio. También se considera que esta variable puede llegar a generar un efecto moderador en la habilidad para aprovechar las oportunidades tecnológicas y los conocimientos

de libre disposición (externalidades), puesto que la capacidad para evaluar o utilizar conocimientos externos depende del nivel de conocimientos previos, y, así, los conocimientos previos relacionados confieren la habilidad para reconocer el valor de nueva información, asimilarla y aplicarla en fines comerciales:

H2. La tasa de creación de empresas será mayor si los individuos consideran que tienen las habilidades y conocimientos necesarios para emprender un nuevo negocio.

H3. La capacidad de absorción ejerce un efecto moderador en la incidencia de las externalidades sobre el efecto de creación de empresas.

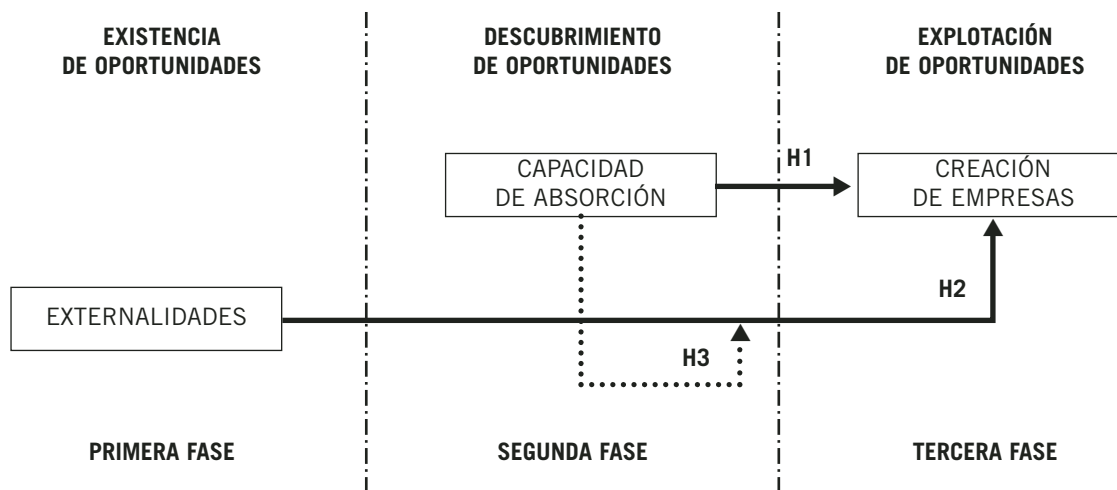
Metodología

Descripción de la muestra

Los datos utilizados en esta investigación provienen de la información recopilada en la elaboración del Proyecto GEM 2005 para España. Este proyecto—cuya coordinación corresponde a dos importantes centros de investigación reconocidos a escala internacional, como son Babson College y London Business School— es una ambiciosa iniciativa desarrollada por universidades, institutos de investigación e instituciones de fomento de creación de empresas de los 34 países que participaron en la edición 2005, con el propósito de diagnosticar, con una periodicidad anual, la evolución de la actividad emprendedora en su respectivo ámbito geográfico. En el seno de dicho proyecto, y para el caso concreto de España, conforman la población objeto de estudio aquellas personas de la población activa con residencia en cualquiera de las comunidades autónomas del país. Según los datos del INE (2005), dicha población asciende a 28.738.616 personas. De dicha población se tomó una muestra aleatoria de 19.384 individuos de población adulta española. Se realizaron encuestas telefónicas a través de una empresa profesional de estudios de mercado y de opinión pública, empleando el cuestionario APS (*Adult Population Survey*) de la metodología del Proyecto GEM, diseñado para analizar el comportamiento de los nuevos empresarios. El resultado fue de 19.384 cuestionarios validados, con un error muestral estimado del $\pm 0,70\%$,

FIGURA 1

Modelo de investigación



calculado para poblaciones finitas (hipótesis $p = q = 50\%$ o de máxima indeterminación) y con un nivel de confianza del 95%.

Medidas

Siguiendo el criterio de Reynolds *et al.*⁷², se midió la creación de empresas con una variable dicotómica que toma valor "1" en caso de que el individuo encuestado conteste afirmativamente a la pregunta de si ha decidido poner en marcha un nuevo negocio –entendiéndose por "nuevo negocio" toda aquella actividad económica que aún no haya generado gastos y salarios durante más de tres meses–, y el valor de "0" para el caso contrario.

Para medir las externalidades se utilizaron los gastos totales en I+D por comunidades autónomas, datos ofrecidos por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Es de suponer que los individuos de aquellas comunidades donde el gasto en I+D, ya sea público o privado, sea mayor, se beneficien de mayores conocimientos de libre disposición.

Por último, la capacidad de absorción se midió a través de una pregunta realizada a los individuos sobre si consideraban que poseían los conocimientos y las habilidades necesarias para emprender, siendo esta

variable dicotómica "1" o "0", en función de la respuesta afirmativa o negativa proporcionada por el sujeto entrevistado.

Modelización econométrica

Dada la naturaleza del tema de investigación planteado, la técnica estadística más idónea es el análisis de regresión logística, ya que resulta indicada para la explicación de fenómenos en los que la variable dependiente es binaria, no existiendo restricciones con respecto a la naturaleza de las independientes. Además, es adecuada cuando se desconocen las condiciones de normalidad de las variables y no se plantean restricciones con respecto a la igualdad de la matriz de varianzas-covarianzas.

Así, se efectuó el análisis de regresión logística, obteniendo los resultados derivados de la estimación del modelo. La primera regresión logística llevada a cabo analiza las relaciones directas de las variables independientes con la variable objetivo (véase la tabla 1).

En vista de los resultados obtenidos en la tabla 1, es posible afirmar que las dos variables explicativas consideradas en el análisis estadístico son significativas. Es decir, en aquellas comunidades autónomas de

TABLA 1

Estimación del modelo de regresión logística para la relación directa de las externalidades y la capacidad de absorción sobre la creación de empresas

Variables independientes	β	S.E.	Wald	Sig.	Exp (β)
Constante	-7,171	0,272	697,394	0,000	0,001
Externalidades	0,001	0,000	4,758	0,000	1,000
Capacidad de absorción	1,965	0,141	194,365	0,000	7,133

España en las que los gastos de I+D sean mayores existirá un mayor número de conocimientos de libre disposición que serán aprovechados por los habitantes en el momento de crear una empresa. Asimismo, se observa cómo las capacidades y habilidades que consideran tener los individuos afectan positivamente a la decisión de ser emprendedor. Adicionalmente, el coeficiente asociado a esta última variable es de mayor magnitud que el asociado a la variable “externalidades”, por lo que el efecto de esta última variable sobre la creación de empresas es mayor que el de los conocimientos de libre disposición. De esta forma, se contrastan las hipótesis H1 y H2.

Posteriormente, para contrastar la existencia del efecto de interacción, se calcula el producto de la variable moderadora por la variable moderada (la variable “capacidad de absorción” multiplicada por la variable “externalidades”) y se realiza nuevamente otra regresión incluyendo dicho producto como una variable independiente (véase la tabla 2). El efecto moderador existe si la variable moderada (externalidades) resulta no significativa (habiéndose comprobado previamente la existencia de relación directa) al

incluir la variable “producto”, y si esta última resulta estadísticamente significativa.

Una vez incorporado en el modelo el efecto de interacción, observamos cómo el efecto de las externalidades deja de ser significativo como acción de la variable moderadora; sin embargo, el término de interacción no resultó significativo, por lo que se rechaza la hipótesis H3.

A continuación se completa este análisis considerando la bondad del ajuste realizado y su capacidad explicativa. Con unos valores de X^2 igual a 294,053 y 294,135 para cada una de las regresiones efectuadas, y una significación igual a cero, es posible concluir que el poder explicativo global de ambos modelos es bueno y que el conjunto de variables independientes seleccionadas discrimina adecuadamente entre aquellas personas adultas de España que deciden emprender y las que no deciden hacerlo. Además, se han propuesto medidas análogas al coeficiente de determinación de la regresión lineal. En concreto, las dos medidas pseudo- R^2 generalmente utilizadas, pero no exentas de críticas, son los coeficientes R^2 de Cox y Snell y R^2 de Nagelkerke⁷³, que

TABLA 2

Estimación del modelo de regresión logística introduciendo el efecto moderador de la capacidad de absorción

Variables independientes	β	S.E.	Wald	Sig.	Exp (β)
Constante	-7,087	0,399	315,307	0,000	0,001
<i>Spillover</i>	0,000	0,000	0,012	0,913	1,000
Capacidad de absorción	1,919	0,212	82,288	0,000	6,815
<i>Spillover</i> x capacidad de absorción	0,000	0,000	0,081	0,776	1,000

en este caso alcanzaron unos valores iguales al 1,6 % y 7,9% para la primera regresión y 1,6% y 7,9% para la segunda regresión efectuada. Ello indica que el modelo de regresión logística estimado explica un porcentaje bastante reducido de la probabilidad de emprender. Ello se debe a que la propensión de un individuo a emprender no sólo depende de su capacidad de absorción y de los conocimientos de libre disposición a los que puede acceder, sino que existen otros muchos factores determinantes de la creación empresarial. No obstante, en esta investigación únicamente se pretendía verificar el impacto de la capacidad de absorción y las externalidades sobre la creación empresarial, pero no realizar un análisis exhaustivo de todos los factores que afectan a la decisión de crear una empresa.

Conclusiones

Aunque en años recientes se han presentado varios modelos que estudian el reconocimiento y desarrollo de oportunidades, se observa cómo se han basado en diferentes argumentos, a menudo en conflicto, puesto que son compartidos por varias disciplinas.

Estos intentos han contribuido en parte a comprender la identificación de oportunidades, pero no son suficientes por dos razones. En primer lugar, se concentran solamente en uno de todos los aspectos del proceso. Por ejemplo, Sigrist⁷⁴ estudió el proceso cognitivo involucrado en el reconocimiento de oportunidades; De Koning y Hills *et al.*⁷⁵ estudiaron el contexto social de las redes; y Shane⁷⁶ se basó en los conocimientos previos y la experiencia necesaria para el reconocimiento exitoso. Estos enfoques sobre aspectos específicos resultan como respuesta al estudio profundo de los factores individuales. En segundo lugar, existen desacuerdos entre los investigadores en los conceptos principales usados para definir el proceso en cuestión. Por ejemplo, Shane y Venkataraman⁷⁷ afirman que las oportunidades existen independientemente de las personas o emprendedores. Esta idea deja ver una concepción estructuralista de fondo. Sin embargo, Busenitz *et al.*⁷⁸ afirman que una oportunidad no dará frutos sin las perspectivas e interpretaciones de los emprendedores y sin la capacidad de organizar e implementar una organización para explotar la oportunidad.

Adicionalmente, se ha podido comprobar de forma empírica, mediante el análisis estadístico de una muestra de casi veinte mil individuos de la población adulta de España, cómo la capacidad de absorción y las externalidades influyen significativamente en la probabilidad de que un individuo opte por realizar una actividad de creación de empresas. Es decir, en aquellas comunidades autónomas de España en las que los gastos de I+D sean mayores, existirá mayor número de conocimientos de libre disposición que serán aprovechados por los habitantes en el momento de crear una empresa.

La capacidad de absorción y las externalidades influyen en la probabilidad de que un individuo cree una empresa

Asimismo, las capacidades y habilidades que consideran tener los individuos afectan positivamente a la decisión de ser emprendedor. El efecto moderador de la capacidad de absorción sobre las externalidades no resultó significativo, por lo que se rechaza dicho planteamiento y se presume que, aunque los individuos consideren tener habilidades y conocimientos previos para la asimilación de las externalidades, la absorción de dichos conocimientos externos de libre disposición puede darse a través de otros factores exógenos o endógenos del individuo emprendedor que hasta el momento no han sido estudiados en esta investigación. Por tanto, resultaría necesario analizar en un futuro dichos factores. ■ ■

Fichas biográficas

Claudia Lucía Roure Villalobos es Ingeniera Industrial por la Universidad Nacional de Colombia. Actualmente colabora como becaria del Departamento de Economía y Dirección de la Empresa en diferentes proyectos, uno de los cuales es el Proyecto GEM para Castilla y León. Su línea de investigación se centra en el estudio de los principales factores que explican la creación de empresas de base tecnológica.
claudia.roure@unileon.es

Nuria González Álvarez es Doctora por la Universidad de León. Sus líneas de investigación están relacionadas con

la dirección de la innovación y la creación de empresas. Sus trabajos han sido publicados en revistas internacionales como *Industrial Management and Data System*, *Technovation* e *International Journal of Technology Management* y en revistas nacionales como *Cuadernos de Economía y Empresa* y *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*.

nuria.gonzalez@umileon.es

Mariano Nieto Antolín es Catedrático de Organización de Empresas en la Universidad de León. Sus investigaciones más recientes se centran en la dirección de la innovación y la gestión del conocimiento. Sus trabajos han sido publicados en revistas internacionales como *Technological Forecasting and Social Change*, *International Journal of Technology Management*, *Industrial Management and Data System*, *Technovation* e *International Journal of Technology Management*, así como en revistas nacionales, *Cuadernos de Economía y Empresa* y *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*.

mariano.nieto@umileon.es

Constantino García Ramos es Profesor Colaborador en el Área de Organización de Empresas de la Universidad de León. Su actividad docente se centra en asignaturas relacionadas con la producción y las operaciones. Ha participado en diversos proyectos de investigación y es miembro del equipo investigador del Proyecto GEM para Castilla y León. Su principal línea de investigación está relacionada con la creación de empresas.

cgarr@umileon.es

Vanesa Solís Rodríguez es Profesora Ayudante de Organización de Empresas en la Universidad de León y está elaborando actualmente su tesis doctoral por la Universidad de Oviedo. Sus líneas de investigación incluyen la estructura de propiedad, crecimiento y relaciones contractuales en las redes de franquicia.

vanesa.solis@umileon.es

Bibliografía

Acs, Z. y Audretsch, D. (1989). "Births and firm size" en *Southern Economic Journal*. (v. 56, n.º 2, pp. 467-76).

Aldrich, H. (1999). *Organizations Envolving*. Londres: Sage).

Aldrich, H. y Wiedenmayer, G. (1993). "From traits to rates: An ecological perspective on organizational foundings" en *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*. (v. 1, pp. 145-195).

Aldrich, H. y Zimmer, C. (1986). "Entrepreneurship through social networks" en Sexton, D. y Smilor, R. (eds.) (1986). *The Art and Science of Entrepreneurship*. (pp. 3-23). Cambridge: Ballinger Publishing Company.

Arthur, W.B. (1989). "Competing technologies, increasing returns and lock-in by historical events" en *The Economic Journal*. (v. 99, pp. 116-131).

Baumol, W. (1990). "Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive" en *Journal of Political Economy*. (v. 98, pp. 893-921).

Baumol, W. (2002). *The free-market innovation machine*. Princeton (Nueva Jersey): Princeton University Press.

Bruderl, J.; Preisdorfer, P.; Ziegler, R. (1992). "Survival chances of newly founded business organizations" en *American Sociological Review*. (v. 57, pp. 227-242).

Busenitz, L. y Barney, J. (1997). "Differences between entrepreneur and manager in large organization: biases and heuristic in strategic decision-making" en *Journal of Business Venturing*. (v. 12, pp. 9-30).

Busenitz, L.; West, P.; Shepherd, D.; Nelson, T.; Chandler, G.; Zacharakis, A. (2003). "Entrepreneurship research in emergence: past trends on future directions" en *Journal of Management*. (v. 29, n.º 3, pp. 285-308).

Callejón, M. y Segarra, A. (1999). "Business Dynamics and Efficiency in Industries and Regions: The Case of Spain" en *Small Business Economics*. (v. 13, n.º 4, pp. 253-271).

Cansson, M. (1982). *The entrepreneur*. Totowa (Nueva Jersey): Barnes and Noble Books.

Cansson, M. (1995). *Entrepreneurship and Business Culture*. Aldershot (Reuno Unido) y Brookfield (Estados Unidos): Edward Elgar.

Carroll, G. y Mosakowski, E. (1987). "The carrer dynamics of self-employment" en *Administrative Science Quarterly*. (v. 32, pp. 570-589).

Cohen, W.M. y Levinthal, D. (1990). "Absorptive capacity: a new perspective on learning and innovation" en *Administrative Science Quarterly*. (v. 35, n.º 1, pp. 128-153).

Cooper, A.; Woo, C.; Dunkelberg, W. (1989). "Entrepreneurship and the initial size of firms" en *Journal of Business Venturing*. (v. 4, pp. 317-332).

De Koning, A. (1999). *Conceptualizing Opportunity Recognition as a Socio-Cognitive Process*. Stockholm: Centre for Advanced Studies in Leadership.

Dunne, T.; Roberts, M.; Samuelson, L. (1988). "Patterns of firm entry and exit in U.S. manufacturing industries" en *Rand Journal of Economics*. (v. 19, pp. 495-515).

- Eckhardt, J.T. y Shane, S. (2003). "Opportunities and entrepreneurship" en *Journal of Management*. (v. 29, n.º 3, pp. 333-349).
- Evans, D. y Leighton, L. (1989). "Some empirical aspects of entrepreneurship" en *American Economic Review*. (v. 79, pp. 519-535).
- Föelster, S. (2000). "Do entrepreneurs create jobs?" en *Small Business Economics*. (v. 14, n.º 2, pp. 137-148).
- Gaglio, C. y Katz, J. (2001). "The psychological basis of opportunity identification: entrepreneurial alertness" en *Small Business Economics*. (v. 16, pp. 95-111).
- Hannan, M. y Freeman, J. (1989). *Organizational Ecology*. Cambridge: Harvard University Press.
- Hart, M. y Hanvey, E. (1995). "Job generation and new and small firms: Some evidence from the late 1980s" en *Small Business Economics*. (v. 7, n.º 2, pp. 97-109).
- Hayek, F. (1945). "The use of knowledge in society" en *American Economic Review*. (v. 35, n.º 4, pp. 519-530).
- Highfield, R. y Smiley, R. (1987). "New business starts and economic activity" en *International Journal of Industrial Organization*. (v. 5, pp. 51-66).
- Hills, G.; Lumpkin, G.T.; Singh, R.P. (1997). "Opportunity recognition: perceptions and behaviours of entrepreneurs" en *Frontiers of Entrepreneurship Research*. (pp. 203-218). Wellesley (Massachusetts): Babson College.
- Johansson, E. (2000). "Self-employment and liquidity constrains: Evidence from Finland" en *Scandinavian Journal of Economics*. (v. 102, n.º 1, pp. 123-134).
- Kahneman, D. y Lovallo, D. (1993). "Timid choices and bold forecasts: A cognitive perspective on risk-taking" en *Management Science*. (v. 39, pp. 17-31).
- Kaish, S. y Gilad, B. (1991). "Characteristics of opportunities search of entrepreneurship versus executives: Sources interests, and general alertness" en *Journal of Business Venturing*. (v. 6, n.º 1, pp. 45-61).
- Khilstrom, R. y Laffont, J. (1979). "A general equilibrium entrepreneurial theory of firm formation based on risk aversion" en *Journal of Political Economy*. (v. 87, n.º 4, pp. 719-748).
- Kirzner, I. (1997). "Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach" en *The Journal of Economics Literature*. (v. 35, pp. 60-85).
- Klepper, S. y Sleeper, S. (2001). "Entry by spinoffs". *Working paper*. Carnegie Mellon University (Estados Unidos).
- Klevorick, A.; Levin, R.; Nelson, R.; Winter, S. (1995). "On the sources of significance of inter-industry differences in technological opportunities" en *Research Policy*. (v. 24, pp. 185-205).
- Kogut, B. y Zander, U. (1992). "Knowledge of the firm, combination capabilities, and the replication of technology" en *Organization Science*. (v. 3, pp. 383-397).
- Kogut, B. y Zander, U. (1996). "What firms do? Coordination, identity and learning" en *Organization Science*. (v. 7, pp. 502-518).
- Low, M.B. (2001). "The adolescence of entrepreneurship research: specification of purpose" en *Entrepreneurship Theory and Practice*. (v. 25, n.º 4, pp. 17-25).
- McLelland, D. (1961). *The Achieving Society*. Princeton (Nueva Jersey): Van Nostrand.
- Mcmillan, J. y Woodruff, C. (2002). "The central role of entrepreneurs in transition economies" en *Journal of Economic Perspectives*. (v. 16, n.º 3, pp. 153-170).
- Nahapiet, J. y Ghoshal, S. (1998). "Social Capital, intellectual capital, and the organizational advantage" en *Academy of Management Review*. (v. 23, n.º 2, pp. 242-266).
- Reynolds, P.D.; Bygrave, B.; Hay, M. (2003). *Global Entrepreneurship Monitor Report*. Kansas City: E.M. Kauffman Foundation.
- Romanelli, E. (1989). "Environments and strategies of organization start-up: effects on early survival" en *Administrative Science Quarterly*. (v. 34, pp. 369-387).
- Romanelli, E. y Schoonhoven, K. (2001). "The local origins of new firms" en Schoonhoven, K. y Romanelli, E. (eds). *The Entrepreneurial Dynamic*. (pp. 40-67). Stanford (Estados Unidos): Stanford University Press.
- Sarasvathy, D.; Simon, H.; Lave, L. (1998). "Perceiving and managing business risks: differences between entrepreneurs and bankers" en *Journal of Economic Behavior and Organization*. (v. 33, pp. 207-225).
- Schmookler, J. (1966). *Invention and economic growth*. Cambridge: Harvard University Press.
- Schumpeter, J.A. (1936). *The theory of economic development: an inquiry into profits, capital credit, interest, and business cycle*. Cambridge: Harvard University Press.

Shane, S. (1996). "Hybrid organizational arrangements and their implications for firm growth and survival: A study of new franchisors" en *Academy of Management Journal*. (v. 39, n.º 1, pp. 216-234).

Shane, S. y Foo, M. (1999). "New firm survival: Institutional explanations for new franchisor mortality" en *Management Science*. (v. 45, n.º 2, pp. 142-159).

Shane, S.A. (2000). "Prior Knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities" en *Organizational Science*. (v. 11, n.º 4, pp. 448-469).

Shane, S.A. y Venkataraman, S. (2000). "The promise of entrepreneurship as a field of research" en *Academy of Management Review*. (v. 25, pp. 217-226).

Shane, S.A. y Venkataraman, S. (2001). "The promise of entrepreneurship as a field of research" en *Academy of Management Review*. (v. 26, n.º 1, pp.13-17).

Shankar, V.; Carpenter, G.; Krishnamurthi, L. (1998). "Late mover advantage: How innovative late entrants outsell pioneers" en *Journal of Marketing Research*. (v. 35, pp. 54-70).

Shaver, K.G. y Scott, L.R. (1991). "Person, process, and choice: the psychology of new venture creation" en *Entrepreneurship Theory and Practice*. (invierno, pp. 23-42).

Shook, C.L.; Priem, R.L.; Mcgee, J.E. (2003). "Venture creation and the enterprising individual: a review and synthesis" en *Journal of Management*. (v. 29, n.º 3, pp. 379-399).

Sigrist, B. (1999). "Entrepreneurial opportunity recognition" en *A presentation at the Annual UIC/AMA symposium at Marketing7Entrepreneurship Interface*. Sofía-Antípolis (Francia).

Simon, M.; Houghton, S.M.; Aquino, K. (1999). "Cognitive biases, risk perception, and venture formation: how individuals decide to start companies" en *Journal of Business Venturing*. (v. 15, pp. 113-134).

Spence, M. (1984). "Cost reduction, competition and industry performance" en *Econometría* (v. 52, n.º 11, pp. 101-121).

Utterback, J. (1994). *Mastering the dynamics of innovation*. Boston: Harvard Business School Press.

Venkataraman, S. (1997). "The distinctive domain of entrepreneurship research: an editor's perspective" en Katz, J.; Brockhaus, R. (eds.). *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*. Greenwich (CT): JAI Press.

Von Hippel, E. (1986). "Lead users: A source of novel product concepts" en *Management Science*. (v. 32, pp. 791-805).

Ward, T.; Smith, S.; Vaid, J. (1997). *Creative thought*.

Zacharakis, A.L. y Shepherd, D. (2001). "The nature of information and overconfidence on venture capitalist's decision making" en *Journal of Business Venturing*. (v. 16, pp. 311-332).

Notas

¹ Hart, M. y Hanvey, E. (1995).

² Callejón, M. y Segarra, A. (1999).

³ Reynolds, P.D.; Bygrave, B.; Hay, M. (2003).

⁴ Föelster, S. (2000).

⁵ Shane, S.A. y Venkataraman, S. (2000) y Baumol, W. (1990).

⁶ Kirzner, I. (1997).

⁷ Schumpeter, J.A. (1936).

⁸ Shane, S.A. y Venkataraman, S. (2000) y Schumpeter, J.A. (1936).

⁹ Low, M.B. (2001) y Busenitz, L.; West, P.; Shepherd, D.; Nelson, T.; Chandler, G.; Zacharakis, A. (2003).

¹⁰ Mcmillan, J. y Woodruff, C. (2002).

¹¹ Busenitz, L.; West, P.; Shepherd, D.; Nelson, T.; Chandler, G.; Zacharakis, A. (2003); Shane, S.A. y Venkataraman, S. (2001) y Shook, C.L.; Priem, R.L.; Mcgee, J.E. (2003).

¹² Shane, S.A. y Venkataraman, S. (2000).

¹³ *Ibidem*.

¹⁴ *Ibidem*.

¹⁵ Venkataraman, S. (1997).

¹⁶ Shane, S.A. (2000).

¹⁷ Shane, S.A. y Venkataraman, S. (2000).

¹⁸ *Ibidem*.

¹⁹ Cansson, M. (1982).

²⁰ Kirzner, I. (1997); Gaglio, C. y Katz, J. (2001) y Eckhardt, J.T. y Shane, S. (2003).

²¹ Cansson, M. (1995) y Klevorick, A.; Levin, R.; Nelson, R.; Winter, S. (1995).

²² Kirzner, I. (1997); Schumpeter, J.A. (1936); Acs, Z. y Audretsch, D. (1989); Highfield, R. y Smiley, R. (1987); Romanelli, E. (1989) y Shankar, V.; Carpenter, G.; Krishnamurthi, L. (1998).

²³ Kirzner, I. (1997).

²⁴ Gaglio, C. y Katz, J. (2001).

²⁵ Shane, S.A. y Venkataraman, S. (2000).

²⁶ Shane, S.A. (2000).

²⁷ *Ibidem*.

²⁸ Shankar, V.; Carpenter, G.; Krishnamurthi, L. (1998).

²⁹ Bruderl, J.; Preisendorfer, P.; Ziegler, R. (1992).

³⁰ Kaish, S. y Gilad, B. (1991).

³¹ Hayek, F. (1945).

³² Cohen, W.M. y Levinthal, D. (1990).

³³ Venkataraman, S. (1997) y Arthur, W.B. (1989).

³⁴ Romanelli, E. y Schoonhoven, K. (2001).

³⁵ Cansson, M. (1995).

³⁶ Klepper, S. y Sleeper, S. (2001).

- ³⁷ Aldrich, H. (1999).
- ³⁸ Baumol, W. (1990).
- ³⁹ Kaish, S. y Gilad, B. (1991); Busenitz, L. y Barney, J. (1997) y Shaver, K.G. y Scott, L.R. (1991).
- ⁴⁰ Ward, T.; Smith, S.; Vaid, J. (1997).
- ⁴¹ Sarasvathy, D.; Simon, H.; Lave, L. (1998).
- ⁴² Hills, G.; Lumpkin, G.T.; Singh, R.P. (1997).
- ⁴³ Nahapiet, J.; y Ghoshal, S. (1998).
- ⁴⁴ Kogut, B. y Zander, U. (1996) y Kogut, B. y Zander, U. (1992).
- ⁴⁵ Johansson, E. (2000).
- ⁴⁶ Aldrich, H. (1999).
- ⁴⁷ Hills, G.; Lumpkin, G.T.; Singh, R.P. (1997) y Schmookler, J. (1966).
- ⁴⁸ Venkataraman, S. (1997).
- ⁴⁹ Schumpeter, J.A. (1936) y Schmookler, J. (1966).
- ⁵⁰ Dunne, T.; Roberts, M.; Samuelson, L. (1988).
- ⁵¹ Utterback, J. (1994).
- ⁵² Shane, S. (1996).
- ⁵³ Aldrich, H. y Wiedenmayer, G. (1993).
- ⁵⁴ Evans, D. y Leighton, L. (1989).
- ⁵⁵ Aldrich, H. y Zimmer, C. (1986).
- ⁵⁶ Cooper, A.; Woo, C.; Dunkelberg, W. (1989).
- ⁵⁷ *Ibidem*.
- ⁵⁸ Carroll, G. y Mosakowski, E. (1987).
- ⁵⁹ Khilstrom, R. y Laffont, J. (1979).
- ⁶⁰ Kahneman, D. y Lovallo, D. (1993).
- ⁶¹ Busenitz, L. y Barney, J. (1997).
- ⁶² Simon, M.; Houghton, S.M.; Aquino, K. (1999).
- ⁶³ Cooper, A.; Woo, C.; Dunkelberg, W. (1989) y Zacharakis, A.L. y Shepherd, D. (2001).
- ⁶⁴ McClelland, D. (1961).
- ⁶⁵ Hannan, M. y Freeman, J. (1989).
- ⁶⁶ Schumpeter, J.A. (1936).
- ⁶⁷ Shane, S.A. y Venkataraman, S. (2000).
- ⁶⁸ *Ibidem*.
- ⁶⁹ Spence, M. (1984).
- ⁷⁰ Kogut, B. y Zander, U. (1996).
- ⁷¹ Cohen, W.M. y Levinthal, D. (1990).
- ⁷² Reynolds, P.D.; Bygrave, B.; Hay, M. (2003).
- ⁷³ El coeficiente R^2 de Cox y Snell desempeña un papel semejante al coeficiente R^2 de una regresión múltiple, en el sentido de que trata de cuantificar la bondad del ajuste, pero con el inconveniente de que no puede alcanzar un valor máximo igual a 1, lo que dificulta su interpretación. Para superar esta limitación surge el R^2 de Nagelkerke, que es una modificación del coeficiente de Cox y Snell a fin de asegurar que oscile entre 0 y 1.
- ⁷⁴ Sigrist, B. (1999).
- ⁷⁵ De Koning, A. (1999) y Hills, G.; Lumpkin, G.T.; Singh, R.P. (1997).
- ⁷⁶ Shane, S. y Foo, M. (1999).
- ⁷⁷ Shane, S.A. y Venkataraman, S. (2000). Busenitz, L.; West, P.; Shepherd, D.; Nelson, T.; Chandler, G.; Zacharakis, A. (2003).
- ⁷⁸ Busenitz, L.; West, P.; Shepherd, D.; Nelson, T.; Chandler, G.; Zacharakis, A. (2003).