

*Luis Lupiáñez Carrillo**
*Tiziana Priede Bergamini***
*Cristina López-Cózar Navarro****

EL EMPRENDIMIENTO COMO MOTOR DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO

A lo largo del pensamiento económico han sido varios los autores que han estudiado la figura del emprendedor, sin embargo, ha sido a partir de la última década del siglo xx cuando han empezado a realizarse investigaciones cada vez más complejas acerca del emprendedor, la actividad emprendedora y su relación con el crecimiento económico. En el presente artículo se estudia la naturaleza de dicha relación, planteando el conocimiento como un factor determinante de la misma, al considerar que el emprendedor es capaz de transformar conocimiento en conocimiento con valor económico, convirtiéndose así en una figura imprescindible en el engranaje económico moderno.

Palabras clave: emprendedor, desarrollo, creación de empresas.

Clasificación JEL: L26, O10, M13.

1. Introducción

De forma general, el concepto emprendedor se asocia con valores positivos, ya que habitualmente se refiere a personas con empuje e iniciativa, que se lanzan a la aventura de crear una empresa, superando las dificultades que puedan encontrarse en dicho proceso (Uribe y de Pablo, 2011). Sin embargo, pese a lo extendido de su uso, especialmente en los últimos tiempos, la realidad es que en la actualidad no existe una definición oficial ni globalmente aceptada del término emprendedor; son varios los autores que han tratado de aproximarse a este concepto, sin lograr de momento un consenso definitivo. En el presente artículo se pretende, precisamente, acercar al lector a dicho concepto, prestando especial atención a su relación con el grado de desarrollo económico de un país.

Para lograr dicho objetivo, el trabajo se organiza de la siguiente manera: en el epígrafe dos se analiza la figura del emprendedor en el pensamiento económico, presentando las principales escuelas de pensamiento. A continuación se estudia la figura del emprendedor en la actualidad, analizando diversas aproximaciones. En el epígrafe cuatro se presenta el concepto de actividad emprendedora y su medida a través de las principales fuentes de investigación que se realizan al respecto. En el último epígrafe se relaciona el crecimiento económico con la actividad emprendedora y se finaliza con las principales conclusiones obtenidas.

2. La figura del emprendedor en el pensamiento económico

El término emprendedor fue utilizado por primera vez por el economista Richard Cantillon en su obra *Essai sur la nature du commerce en* ▷

* Universidad del País Vasco.

** Universidad Europea de Madrid.

*** Universidad Politécnica de Madrid.

Versión de octubre de 2013.

general (1755), para referirse básicamente a un empleador o a una persona de negocios que opera bajo condiciones donde los gastos son conocidos y ciertos y los ingresos desconocidos e inciertos, por cuanto existe un alto grado de incertidumbre en la demanda. Cabe destacar que este autor era un hombre de negocios de la época y que fue el primero en definir con claridad la función del empresario, a diferencia del capitalista o el que aporta el capital, alejándose de las teorías clásicas que solo concedían importancia al funcionamiento de los mercados. En esta primera definición de emprendedor ya se subraya la idea de que se trata de la persona que asume riesgos en condiciones de incertidumbre.

Más adelante, Say (1803) también resaltó esta figura, estableciendo que actuaba como catalizador para el desarrollo de los productos, definiéndolo como un trabajador superior que debía hacer frente a muchos obstáculos e incertidumbres y que optimizaba la utilización de los recursos, considerándolo así como el fundamento de la creación de valor. Por su parte, los modelos neoclásicos, pese a que han desarrollado una capacidad explicativa y un rigor teórico que otras teorías no han sido capaces de alcanzar, no dedicaron una especial atención a la figura del emprendedor (Baumol, 1990).

Existen más aportaciones desde el ámbito académico en este sentido. Así, Stuart Mill (1848) generalizó el uso del término emprendedor, y Marshall (1920) afirmó que la capacidad organizativa era el «cuarto factor productivo», detrás de los factores tierra, capital físico y mano de obra, del modelo neoclásico. Por su parte, autores de la Escuela Austriaca, plantean su principal desencuentro con los clásicos y los neoclásicos en negar el equilibrio de la economía y la posibilidad del completo conocimiento de toda la información por los agentes económicos; en consecuencia, existirían demandas insatisfechas, y serían pues los empresarios emprendedores, capaces de encontrar y manejar la información adecuada, los que desarrollarían bienes y servicios para satisfacer estas necesidades (Menger, 1871).

Knight (1921), que junto con Schumpeter realizan las dos mayores aportaciones del siglo xx al concepto de empresario emprendedor, considera que la incertidumbre es un factor importante que tienen que tener en cuenta los emprendedores a la hora de tomar sus decisiones en un mundo incierto, y sus beneficios se van a ver afectados por dicha incertidumbre.

Schumpeter, por su parte, en su libro *Teoría del desarrollo económico* (1934), definió a los emprendedores como a aquellos individuos que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados. Plantea la creación de empresas innovadoras como factor de desarrollo económico en el marco de su teoría de «destrucción creativa». Para este autor, la actividad emprendedora es el proceso de desarrollar nuevas combinaciones de medios de producción para aprovechar las oportunidades de beneficio que ofrecen los mercados en un periodo de tiempo limitado. Estas nuevas combinaciones de conocimientos son las que promueven el cambio tecnológico y contribuyen a la creación de innovaciones y la formación de nuevas empresas, a través de la citada destrucción creativa. Schumpeter señala que la competencia en la economía capitalista era un proceso dinámico, que resulta incompatible con la concepción neoclásica del desarrollo como un proceso de progresión armonioso en constante evolución. Niega la posibilidad de alcanzar un equilibrio estático, puesto que serán precisamente los emprendedores quienes a través de su actividad lo modifiquen para establecer nuevas posiciones monopolísticas a través de la introducción de innovaciones.

Respecto al componente humano de la figura del emprendedor, Leibenstein en 1968, quien en su teoría de eficiencia-X se refiere a la ineficiencia con la que se combinan los recursos dentro de la empresa, considera al emprendedor como aquel agente capaz de dar una respuesta creativa e innovadora a dicha falta de eficiencia, así como capaz de conectar diferentes mercados para explotar un potencial arbitraje y suplir las deficiencias del mercado. ▷

Más adelante, Kirzner (1973, 1999) comparte con Schumpeter la importancia de la figura del emprendedor en el modelo de crecimiento capitalista, considerando que es la figura que está continuamente alerta y sabe aprovechar oportunidades, y añade que aprende de los errores pasados e intenta corregirlos. Sin embargo, no comparte con dicho autor que el emprendedor sea la causa de desequilibrio de la economía, sino que, al contrario, la conduce al equilibrio a través del proceso de emprendimiento, en un contexto de alternancia sistemática.

3. La figura del emprendedor en la economía actual

En primer lugar, es preciso señalar que en la actualidad no existe una definición oficial ni globalmente aceptada del término emprendedor (Galindo y Méndez, 2011). Son varios los autores que han tratado de aproximarse a este concepto, sin lograr de momento un consenso definitivo.

Baumol (1990) aporta un enfoque conductista a la figura del emprendedor, sugiriendo que la creatividad y el ingenio de los emprendedores determinan la calidad de las nuevas empresas, con el fin de asegurar la supervivencia de sus negocios. De la misma manera, apunta que la estructura de incentivos existentes en la economía es la que motiva a los emprendedores a crear empresas; así pues, la creación de una empresa dependerá de la utilidad y deseabilidad de una carrera emprendedora.

A partir de este momento, las investigaciones se hacen más específicas y complejas. Así, Campbell (1992) plantea un modelo de decisión que compara el valor neto esperado de los beneficios asociados a la creación de la empresa, con las ganancias esperadas en concepto de salarios. Carton *et al.* (1998) realizan una profunda revisión del concepto, llegando a la conclusión de que se trata de la persona que es capaz de detectar una oportunidad que implica la creación de

una empresa con la expectativa de crear valor para todos los participantes.

Wenneekers y Thurik (1999), lo definen como «*la capacidad manifiesta y el deseo de los individuos, ya sea por ellos mismos o mediante equipos, dentro o fuera de organizaciones existentes, de crear nuevas oportunidades económicas, esto es, nuevos productos, nuevas formas de organización, nuevos métodos de producción, etc., e introducir sus ideas en los mercados, haciendo frente a la incertidumbre y a otros obstáculos, adoptando decisiones sobre la localización y en la forma y uso de los recursos y de las instituciones*». Aparece así la figura del emprendedor como elemento catalizador de las diferentes fuerzas del mercado y como actor principal para explicar el funcionamiento de la economía y, en consecuencia, surge la necesidad de contar con una teoría del emprendedor más completa.

Pero sin duda, ha sido Veciana (1999) quien, desde distintas ramas de las ciencias sociales (sociología, antropología y psicología social), se plantea que los seres humanos son producto del entorno donde se desarrollan, y en consecuencia, la actitud, las motivaciones, las decisiones, y en definitiva, todos aquellos aspectos que condicionan el comportamiento humano a la hora de crear una empresa, estarán condicionados por el entorno.

La clasificación que propone este autor distingue cuatro grandes enfoques teóricos en el estudio del emprendedor: el económico, el psicológico, el institucional, y el gerencial. El primero explica la función del emprendedor y la creación de empresas sobre la base de la racionalidad económica. En segundo lugar, el enfoque psicológico considera que las personas que crean empresas tienen unos rasgos de personalidad distintos a los de los demás. El enfoque socio cultural o institucional parte del supuesto básico de que la decisión de convertirse en empresario y, por tanto, la creación de nuevas empresas, está condicionada por factores externos o del entorno. Finalmente, el enfoque gerencial considera que la ▷

creación de empresas es un proceso racional basado en el conocimiento de las técnicas de gestión empresarial. A su vez, dentro de cada uno de ellos considera tres niveles de análisis: micro o individual (orientado a la persona), meso o nivel de empresa, y macro o nivel global de la economía.

Por último, el denominado «Libro Verde» desarrollado por la Comisión Europea en el año 2003, basado en el análisis del espíritu empresarial en Europa, lo define como «*la actitud y el proceso de crear un actividad económica combinando la asunción de riesgos, la creatividad y la innovación con una gestión sólida, en una organización nueva o en una ya existente*» (Comisión Europea, 2003). En este documento se incide en la importancia del emprendimiento como motor de la creación de empleo, riqueza, crecimiento económico, así como elemento que mejora la competitividad global y el desarrollo social, poniendo de manifiesto la importancia del emprendimiento en las economías europeas y la necesidad de fomentarlo y mejorar las condiciones para la creación de empresas en los Estados miembro. En efecto, se pide a los países que realicen un esfuerzo legislador para favorecer el entorno y que las iniciativas empresariales puedan crecer y prosperar, creando así una base empresarial sólida capaz de generar riqueza, empleo y bienestar en Europa.

4. La actividad emprendedora y el proyecto GEM

Al igual que ocurría con el concepto de emprendedor, es preciso establecer exactamente qué se entiende por actividad emprendedora, puesto que no existe un acuerdo generalizado sobre qué constituye la actividad emprendedora o *entrepreneurship* (García *et al.*, 2010). El concepto de *entrepreneurship* normalmente se traduce como factor empresarial, función empresarial, iniciativa empresarial, comportamiento empresarial, e incluso, se habla de «espíritu» empresarial. Sin embargo, donde sí parece haber coinci-

encia es en que la actividad central de los emprendedores es la creación de empresas (Cuervo *et al.*, 2007), estableciendo así un inequívoco vínculo entre la actividad emprendedora y la creación de empresas.

El concepto de actividad emprendedora es definido por Timmons (1994) como «*el proceso de creación o aprovechamiento de una oportunidad, a pesar de los recursos actualmente controlados*». Más adelante, Reynolds *et al.* (1999) lo definen como: «*cualquier intento de crear un nuevo negocio, incluyendo el autoempleo, una nueva empresa o la expansión de una empresa ya existente, proceso que puede ser puesto en marcha por una o varias personas, de forma independiente o dentro de una empresa en funcionamiento*».

Shane y Venkataraman (2000), por su parte, establecen que la actividad emprendedora se basa en el descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades, lo que implica innovación en productos y servicios, en procesos productivos, en estrategias y formas de organización, etcétera. Por otro lado, Busenitz *et al.* (2003) consideran que es el «*vínculo de las oportunidades de negocio, los individuos y equipos empresariales, y modos de organización de todo el contexto del mercado*». Pero, tal y como indican Gartner y Carter (2003), «*el comportamiento emprendedor desarrolla las acciones de los individuos que se asocian, a través de la creación de nuevas organizaciones en las que se desarrollan actividades para el mantenimiento o el cambio de las organizaciones establecidas*». Audretsch, y Keilbach (2004b), de forma sencilla, lo definen como la capacidad de una sociedad para generar nuevas empresas.

Ante esta diversidad de ideas, y con el objeto de aunar criterios a la hora de definir el concepto, gracias a la iniciativa conjunta del Babson College en Estados Unidos y de la London Business School en el Reino Unido, nace el proyecto GEM en el año 1999 (Global Entrepreneurship Monitor) con el fin de concretar un concepto común y ofrecer datos internacionales sobre la actividad emprendedora en diversos países, facilitando así la investigación sobre el emprendimiento. El observatorio ▷

global GEM se crea pues para cubrir la falta de información en torno a la actividad emprendedora en un momento en que los Gobiernos de los países desarrollados empiezan a considerar la figura del emprendedor como elemento clave del desarrollo económico (GEM, 2012).

El observatorio proporciona información uniforme acerca de la capacidad emprendedora y las principales características del emprendimiento, así como la obtención de un índice anual de actividad emprendedora para diversos países del mundo (Rodríguez, 2010). El modelo consta de cuatro dimensiones fundamentales: un contexto social, económico y político; las condiciones nacionales generales; la estructura empresarial y de oportunidades; y los resultados generados por las nuevas empresas en el crecimiento económico, en el empleo y en la innovación.

El modelo GEM ha resultado ser una fuente de información muy valiosa que ha conseguido cubrir la falta de datos detectada en este contexto, además de un importante avance en la estructura académica de los conceptos de emprendedor y actividad emprendedora, así como en la investigación acerca de sus características y comportamiento. Por su parte, se ha conseguido medir la actividad emprendedora en función de amplios indicadores que satisfacen las diferentes corrientes teóricas. En definitiva, el modelo ha servido de base para unificar la investigación científica en relación a la actividad emprendedora, generándose a partir de su nacimiento múltiples líneas de investigación que han utilizado las bases de datos del proyecto para su desarrollo (Urbano *et al.*, 2010; Álvarez y Urbano, 2011), siendo destacable el alto porcentaje que analiza la relación entre la creación de empresas y el crecimiento económico, lo cual será objeto de estudio en el siguiente epígrafe.

5. Crecimiento económico y actividad emprendedora

En este punto, y una vez establecida la figura del emprendedor y la de actividad emprendedo-

ra, es preciso plantearse su relación con el crecimiento económico. En principio, parece existir un amplio consenso con respecto a que la clave para conseguir crecimiento económico y mejoras en la productividad se encuentra en la capacidad empresarial de una economía (Audretsch, 2007), y en general, que la creación de empresas representa el motor de las economías en los países desarrollados (García *et al.*, 2010; Galindo y Méndez, 2011). Respecto a la evidencia empírica, los resultados obtenidos no tienen un carácter uniforme, sino que varían en función del ámbito geográfico, las variables y los indicadores utilizados, así como si el carácter del emprendimiento es por necesidad o por oportunidad (Acs *et al.*, 2004; Wong *et al.*, 2005; Valliere y Peterson, 2009). No obstante, la mayoría de los estudios confirma la relación positiva entre ambas variables (Callejón y Segarra, 1999; Audretsch y Keilbach, 2004, 2005; Audretsch, 2007; Galindo *et al.*, 2012).

Algunos autores han desarrollado diferentes propuestas para definir este proceso. Así, Wennekers y Thurik (1999) establecieron un modelo conceptual en tres niveles: individual, empresarial y macro. Audretsch y Keilbach (2004b), por su parte, establecen un modelo de determinantes e impactos del capital emprendedor. Wong *et al.* (2005) realizan su propuesta en la que relacionan el crecimiento con el número de empresas creadas y la intensidad de innovación tecnológica. Más recientemente, Galindo *et al.* (2012) plantean un modelo en el que se puede comprobar cómo las circunstancias socioeconómicas, la cultura y la evolución del país, afectan a la capacidad emprendedora.

Siendo diversos los modelos, aparece una serie de factores comunes en todos ellos. Así, la necesidad de un clima favorable hacia el emprendedor (tanto en el entorno familiar y social, como a lo largo de su formación), las perspectivas económicas del país y las políticas económicas y de apoyo a la empresa, aparecen como fundamentales para el desarrollo de la actividad ▷

empresadora. No obstante, es importante volver a insistir en el carácter multidisciplinar y complejo del fenómeno de la actividad emprendedora; en consecuencia, los diferentes modelos expuestos no son sino una selección no exhaustiva, que representa solamente un marco de referencia para el análisis de este concepto.

Aceptando la evidencia de la relación positiva entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico, aún no se conoce la naturaleza exacta de esta relación y los canales que favorecen dicha influencia (Minniti, 2012). Es en la teoría del crecimiento endógeno de Romer (1986) donde el concepto de actividad emprendedora, como desencadenante del crecimiento y de la productividad, encuentra un verdadero encaje. Según este autor, las inversiones en conocimiento y capital humano son factores fundamentales para generar crecimiento económico. De esta manera, se pasa a considerar el conocimiento o el avance tecnológico, no como un factor exógeno no controlable por las empresas, sino como un factor endógeno generado dentro de las mismas. Asimismo, aparece el concepto de *spillover* o externalidad generada por este conocimiento, a través del cual dicho conocimiento podrá ser compartido por otras empresas y convertido en conocimiento económico, a través de su transformación en actividades comerciales.

Si se acepta este planteamiento, las regiones o países que quieran experimentar un mayor crecimiento dependerán, tanto de su actividad empresarial, como de sus gastos en creación de conocimiento. Así, es necesario un nuevo enfoque de política económica que desarrolle el espíritu empresarial para mejorar la transferencia de conocimiento a la actividad económica real; de hecho, el incluir las externalidades del conocimiento en los modelos de crecimiento, cambió la orientación de la política hacia el conocimiento, el cual se hizo especialmente importante por su impacto en el crecimiento en comparación con los factores tradicionales de capital físico y trabajo, donde no era posible el acceso libre a las externalidades por otras empresas (Audretsch, 2007).

Sin embargo, la teoría de Romer no explica cómo o por qué este conocimiento y su difusión se transforman en crecimiento económico a través de las actividades empresariales, y ha sido más recientemente cuando se ha empezado a unir con la actividad emprendedora. Así, Audretsch y Keilbach (2004a) señalan las diferencias entre información y conocimiento, considerando que información se refiere a los hechos que pueden ser codificados, mientras que el conocimiento implica ideas tácitas que no sólo impiden la codificación sino que su valor económico es en gran medida desconocido y asimétrico, lo que podría generar altos costes de transacción. Acs *et al.* (2004) y Audretsch *et al.* (2006) ponen de manifiesto que existe una importante diferencia entre el conocimiento que tiene un valor comercial potencial y el conocimiento que efectivamente se comercializa, y reconocen la existencia de un filtro del conocimiento o barrera que dificulta la transformación de los *spillovers* en crecimiento económico.

En consecuencia, parece evidente que el nuevo conocimiento genera oportunidades de ser explotado comercialmente, sin embargo, requiere de algún agente que consiga que los nuevos conocimientos se conviertan en una oportunidad comercial, a través de un proceso más complejo y difícil de normalizar.

Es aquí donde la figura del emprendedor puede convertirse en el eslabón perdido necesario para convertir el conocimiento en conocimiento económicamente explotable que genere crecimiento económico a través de la creación de nuevas empresas, tal y como afirmaron Audretsch y Keilbach (2004a) el capital emprendedor es un mecanismo de transmisión del conocimiento.

De manera que el conocimiento generado en el seno de una empresa y no aprovechado por la misma supone una importante fuente de oportunidades para los emprendedores que pueden crear nuevas empresas para explotar dicho conocimiento. El modelo propone un cambio en la unidad de análisis centrándose en las personas, es decir, supone trasladar la unidad decisora ▷

desde las empresas a los individuos. Esto significa que los agentes económicos con una dotación dada de nuevo conocimiento pueden apropiarse del mejor modo de los rendimientos de ese conocimiento desde un punto de vista individual, simplificando de esta forma su transformación en conocimiento económicamente explotable, ya que si se acepta su propuesta dentro de la estructura de la empresa, no tendrá motivos para abandonarla y, sin embargo, si encuentra un rechazo de sus ideas por parte de la organización, podrían llevarlo a crear una nueva empresa para apropiarse del valor de su conocimiento (Audretsch, 2009).

Todo lo anteriormente planteado implica que el conocimiento por sí mismo es sólo una condición necesaria pero no suficiente para el desarrollo de una empresa de éxito en el contexto de crecimiento en un modelo endógeno. La capacidad de transformar los nuevos conocimientos en oportunidades económicas implica un conjunto de habilidades, aptitudes, ideas y circunstancias que no se pueden normalizar, ni están distribuidas de forma uniforme en el conjunto de la población. El emprendedor se convierte así en una figura clave que facilita los procesos de creación y distribución de conocimiento, favoreciendo la creación de empresas, el crecimiento, la riqueza y el empleo, elementos necesarios en el panorama económico español de nuestros días.

6. Reflexiones finales

A la vista de lo anteriormente expuesto, se puede concluir que a lo largo del pensamiento económico han sido varios los autores que han estudiado la figura del emprendedor, de manera que su concepción ha ido adaptándose a los cambios que se producían en los mercados, llegando hasta nuestros días sin haber conseguido una definición aceptada por toda la comunidad académica e investigadora.

En la actualidad, dado que el emprendedor ha ido adquiriendo cada vez mayor relevancia, se

han realizado algunos avances importantes y se suceden las investigaciones cada vez más complejas. Así pues, en la última década del siglo xx aparece un enfoque que compila las distintas ramas de las ciencias sociales y propone el estudio del emprendedor desde cuatro perspectivas diferentes: económica, psicológica, institucional y gerencial. En esta línea, la Comisión Europea toma conciencia de la importancia de esta figura en la economía de los países miembros, proponiendo medidas concretas para su promoción y desarrollo.

En cuanto a la actividad emprendedora, al igual que con el concepto anterior, no existe un común acuerdo, pero sí se acepta de forma generalizada que se relaciona directamente con la creación de nuevas empresas. En el año 1999 nace el proyecto GEM con el objeto de poder medir la actividad emprendedora en la mayoría de los países del mundo y ha servido de base para las investigaciones que se han desarrollado desde entonces.

Por otra parte, parece evidente y así se ha demostrado empíricamente, que existe una relación positiva entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico, si bien, la naturaleza de dicha relación, las causas y los canales que la favorecen no están unánimemente aceptados. En el presente artículo se propone que el conocimiento puede considerarse un factor decisivo que determina dicha relación, ya que el emprendedor es capaz de transformar conocimiento en conocimiento con valor económico, convirtiéndose así en una figura imprescindible en el engranaje económico moderno.

En este contexto, y dada la grave y larga crisis económica, con agudas consecuencias sociales, por la que atraviesa nuestro país desde el año 2008, la recién aprobada Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización, pretende invertir esta situación, contribuyendo al cambio de mentalidad necesario para que el entorno sea más favorable al emprendedor y que la sociedad valore más ▷

la actividad emprendedora, fuente de creación de riqueza y empleo.

Bibliografía

- [1] ACS, Z.J.; AUDRETSCH, D.B.; BRAUNERH-JELM, P. y CARLSSON, B. (2004): «The missing link the knowledge filter and entrepreneurship in endogenous growth», *Working Paper* 4783. London. Center for Economic Policy Research.
- [2] AUDRETSCH, B. (2007): «Entrepreneurship capital and economic growth», *Oxford Review of Economic Policy*, vol. 23, nº 1, pp. 63-78.
- [3] AUDRETSCH, D.B. y KEILBACH, M. (2004a): «Does entrepreneurship capital matter?», *Entrepreneurship: Theory and Practice*, vol. 28, nº5, pp. 419-429.
- [4] AUDRETSCH, D.B. y KEILBACH, M. (2004b): «Entrepreneurship and regional growth: An Evolutionary interpretation», *Journal of Evolutionary Economics*, vol. 14, nº 5, pp. 605-616.
- [5] AUDRETSCH, D.B. y KEILBACH, M. (2005): «Entrepreneurship capital and regional growth», *Annals of Regional Science*, vol. 39, nº 3, pp. 457-469.
- [6] BAUMOL, W. J. (1990): «Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive», *Journal of Political Economy*, vol. 80, pp. 893-921.
- [7] BUSENITZ, L.; PAGE WEST III, G.; SHEPHERD, D.; NELSON, T.; CHANDLER, G. y ZACHARAKIS, K. (2003): «Entrepreneurship Research in Emergence: Past Trends and Future Directions», *Journal of Management*, vol. 29, nº 3, pp. 285-308.
- [8] CALLEJÓN, M. y SEGARRA, A. (1999): «Business Dynamics and Efficiency in Industries and Regions. The case of Spain», *Small Business Economics*, vol. 13, nº 4, pp. 253-271.
- [9] CARTON, R. B.; HOFER, C. W. y MEEKS, M. D. (1998): *The entrepreneur and entrepreneurship: Operational definitions of their role in society*. Singapore. Annual International Council for Small Business Conference.
- [10] CAMPBELL, C.A. (1992): «A decision theory model for entrepreneurial acts», *Entrepreneurship, Theory and Practice*, vol. 17, nº 1, pp. 21-27.
- [11] CANTILLON, R. (1755): «Essai sur la nature du commerce en general». Institut National d'Etudes Démographiques, 1997. Reprod. facs. de la ed. de Paris: *Institut National d'Etudes Démographiques, 1952. - Texte de l'édition originale de 1755*.
- [12] COMISIÓN EUROPEA (2003): *A Study on the Factors of Regional Competitiveness. A draft final report for The European Commission Directorate-General Regional Policy*. Bruselas. Cambridge Econometrics.
- [13] CUERVO, A.; RIBEIRO D. y ROIG S. (2007): *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspectives*. Berlin. Springer Verlag and Heidelberg.
- [14] GALINDO, M. A. y MÉNDEZ, M. T. (2011): «La actividad emprendedora y competitividad: factores que inciden sobre los emprendedores», *Papeles de Europa*, nº 22, pp. 61-75.
- [15] GALINDO, M. A., RIBEIRO, D. y MÉNDEZ, M. T. (2012): «Innovación y crecimiento económico: Factores que estimulan la innovación», *Cuadernos de Gestión*, vol. 12, pp. 51-58.
- [16] GARCÍA, C.; MARTÍNEZ, A. y FERNÁNDEZ, R. (2010): «Características del emprendedor influyentes en el proceso de creación empresarial y en el éxito esperado», *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 19, nº 2, pp. 31-48.
- [17] GARTNER, W.B. y CARTER, N.M. (2003): «Entrepreneurship behavior: firm organizing processes», en: Acs ZJ, Audretsch DB (eds.) *The international handbook of entrepreneurship*. Dordrecht. Kluwer Academic Publishers.
- [18] GEM (2012): *Report on Social Entrepreneurship*, consultado el 03-09-2013 en <http://www.gemconsortium.org/docs/2645/gem-2012-global-report>
- [19] KIRZNER, I. M. (1973): *Competition and entrepreneurship*, Chicago. The University of Chicago Press.
- [20] KIRZNER, I. M. (1999): «Creative and/or alertness: A reconsideration of the Schumpeterian ▽

- entrepreneur», *The Review of Austrian Economics*, nº 11, pp. 5-17.
- [21] KNIGHT, F. H. (1921): *Risk, Uncertainty, and Profit*. New York. Houghton Mifflin.
- [22] LEIBENSTEIN, H. (1968): «Entrepreneurship and development», *American Economic Review*, vol. 58, nº 2, pp. 72-83.
- [23] MARSHALL, A. (1920). *Principles of Economics*. Londres. Macmillan.
- [24] MENGER, C. (1981). *Principles of economics*. Ludwig von Mises Institute.
- [25] MILL, J.S. (1848), *Principles of Political Economy*. Nueva ed. 1909 (ed. W. J. Ashley) 7ª ed, Londres. Longmans.
- [26] MINNITI, M. (2012): «El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones», *Economía Industrial*, nº 383, pp. 23-30.
- [27] REYNOLDS, P.; HAY, M.; CAMP, R.M. (1999): *Global Entrepreneurship Monitor. 1999 Executive Report*, London: London School Business. Babson College, Kauffman Center For Entrepreneurial Leadership.
- [28] RODRÍGUEZ, A. (2010): «Proyecto GEM: Medición de la capacidad emprendedora», *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 19, nº 2, pp. 9-13.
- [29] ROMER, P. M. (1986): «Increasing Returns and Long-Run Growth», *Journal of Political Economy*, vol. 94, nº 5, octubre, pp. 1002-1037.
- [30] SAY, J. B. (1803): *Tratado de Política Económica*, Méjico, Fondo de Cultura Económica.
- [31] SCHUMPETER, J.A. (1934): *The Theory of Economic Development*. Cambridge. Harvard University Press.
- [32] SHANE, S.A. y VENKATARAMAN, S. (2000): «The promise of entrepreneurship as a field of research», *Academy of Management Review*, nº 25, pp. 217-226.
- [33] TIMMONS, J. (1994): *New Venture Creation: entrepreneurship for the 21st century*, Chicago. Irwin.
- [34] URIBE, J. y DE PABLO, J. (2011): «Revisando el emprendedurismo», *Boletín Económico de ICE*, nº 3021, diciembre, pp. 53-62.
- [35] VALLIERE, D. y PETERSON, R. (2009). «Entrepreneurship and economic growth: Evidence from emerging and developed countries», *Entrepreneurship & Regional Development*, vol. 21, nº5-6, pp. 459-480.
- [36] VECIANA, J.M. (1999): «Creación de Empresas como programa de investigación Científica», *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 8, nº. 3, pp. 11-36.
- [37] WENNEKERS, A. R. M. y THURIK, A. R. (1999): «Linking Entrepreneurship and Economic Growth», *Small Business Economics*, nº 13, pp. 27-55.
- [38] WONG, P.; HO, Y. y AUTIO, E. (2005): «Entrepreneurship, innovation and economic growth: Evidence from GEM data», *Small Business Economics*, vol. 24, nº 3, pp. 335-350.

