

LA DISYUNTIVA INICIAL DEL EMPRENDEDOR: EMPRENDER INDIVIDUALMENTE O EMPRENDER EN SOCIEDAD

ENTREPRENEUR'S INITIAL DOUBT: UNDERTAKING ALONE OR IN PARTNERSHIP

Vladimir Hurtado Muñoz,
Docente Facultad de Derecho, Ciencias Políticas y Sociales
Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca.
yhmpr@hotmail.com
Sucre- Bolivia

Recibido 26 de julio de 2018

Aceptado 10 de septiembre de 2018



Resumen

El trabajo que se presenta plantea el análisis y la discusión respecto a las dudas iniciales que tiene el emprendedor, en el momento de decidir constituir una empresa y optar por hacerlo individualmente a través de una empresa unipersonal, o por el contrario, elegir emprender en equipo e incorporar, junto con otras personas, una sociedad comercial. Por medio de una revisión bibliográfica profunda, se analiza la teoría del emprendimiento desde una perspectiva multidisciplinaria: los factores psicológicos como la personalidad, actitudes, valores y las motivaciones personales del emprendedor, por otra los factores económicos, gerenciales, acceso a recursos y capacidades; y finalmente los factores legales e institucionales, que derivan en la percepción del emprendedor sobre las ventajas o desventajas de cualquiera de las opciones –individuales o societarias- que determinan su decisión.

Palabras clave

Emprendedor, empresa unipersonal, sociedad comercial, personalidad, actitud, valores, motivación, recursos, capacidades, marco normativo, legal e institucional.

Abstract

The paper sets a discussion and analysis about entrepreneur's initial doubts when deciding to found a business company by their own, individually, or doing it with other persons in partnership. Through a deep bibliography review it analyzes entrepreneur's theory from a multidisciplinary perspective: psychological aspects as personality, attitude, values and motivation, furthermore economical factors as management, resources and capabilities access, and finally legal and institutional aspects that influence entrepreneur's perception about advantages and disadvantages of both options, individual and partnership undertakings, that finally will determine his/her decision.

Key words

Entrepreneur, one person company, partnership, personality, attitude, values, motivation, resources, capacity, legal and institutional frame.

Introducción

Resulta interesante el presente análisis por la sola revelación que nos proporcionan las estadísticas del Registro de Comercio de Bolivia, (Fundempresa, 2018) actualizadas al mes de mayo de 2018, en las que se evidencia que del total de 307.499 empresas registradas en Bolivia, 244.969 equivalentes al 79.66% son empresas unipersonales, dejando un reducido 20% restante a todos los tipos de sociedades comerciales reguladas en nuestra legislación comercial.

La creación de nuevas empresas es un factor decisivo para el desarrollo económico de cualquier sociedad, y por ende su estudio cobra importante relevancia. La empresa –desde distintos criterios técnicos- es un ente ficticio sin existencia propia, por lo que el rol fundamental en este estudio lo asume el emprendedor, como el sujeto que percibe una oportunidad y asumiendo riesgos decide crear una organización con la finalidad de explotarla y generar riqueza.

El artículo aborda el estudio de la teoría del emprendimiento o la creación de empresas, exponiendo las investigaciones relevantes realizadas sobre las características personales del emprendedor, así como los factores económicos, gerenciales, de acceso a recursos y disponibilidad de capacidades que afectan a las decisiones iniciales que el emprendedor debe tomar, y finalmente estudia el rol del marco legal, normativo e institucional que el emprendedor percibe como positivas o negativas. Las estadísticas presentadas parecen determinantes e indican que en Bolivia el emprendedor tiene una clara preferencia por actuar de forma individual mediante la empresa unipersonal, antes que hacerlo en grupo constituyendo sociedades comerciales, no obstante, las estadísticas –por si solas- no permiten entender la complejidad ni los factores que inciden en esta decisión, por lo que a través de una minuciosa revisión bibliográfica, este trabajo propone el análisis y la discusión de los factores que inciden en los emprendedores y que determinan su preferencia por emprendimientos individuales o societarios.

Metodología

El presente es un artículo de revisión y análisis teórico, se trata de una investigación documental realizada a través de la consulta sistemática, ordenada y exhaustiva de material bibliográfico, especializado consistente en investigaciones previas relacionadas con el tema.

El método de selección bibliográfica consistió, inicialmente, en la consulta amplia y aleatoria de trabajos de investigación que podrían tener una relación con el tema; posteriormente y definido el tema de investigación, se procedió a revisar y estudiar artículos científicos e investigaciones previas de mayor especialidad, basando dicha selección en criterios de: actualidad, relevancia, aplicabilidad y pertinencia de los trabajos e investigaciones a nuestro medio, y por supuesto la calidad del trabajo.

Finalmente, mediante la utilización crítica de la bibliografía

consultada se pudo brindar un estado de la situación o del arte, planteando a la vez conclusiones que integran las posturas teóricas de los autores consultados.

Desarrollo

- La importancia del estudio y la investigación científica sobre la creación de empresas

Greening y Johnson (1996) acentúan la necesidad de una estructura conceptual que permita desarrollar investigaciones sobre la importancia de la personalidad, los valores personales de los creadores de empresa, para conocer si estas características tienen implicaciones en la estrategia y toma de decisiones. Los estudios sobre la creación de empresas enfocan mucho interés a las características y naturaleza del fenómeno emprendedor, sin embargo, los factores y variables que influyen sobre este fenómeno son por demás diversos, lo que demuestra la necesidad de una teoría integradora (Cimadevilla y Sánchez, 2001). Además de los criterios comentados, se debe estudiar el proceso emprendedor desde las condiciones inherentes al contexto del lugar donde se pretende emprender, y el de las condiciones sociales, culturales, económicas y políticas, que también tienen importante influencia.

El crecimiento de la economía depende –entre otros aspectos- de la promoción de emprendimientos y actividades empresariales; varios autores (Shumpeter, 1934, Douglas North, 1994, Jhonson y Loveman, 1995) expusieron sus teorías sobre la incidencia de la creación de empresas y el desempleo, el desarrollo económico y la innovación, es por este motivo que la creación de empresas y concretamente las habilidades emprendedoras captan el interés público, y últimamente también el interés de la investigación científica (Casero et al, 2005).

Es importante desarrollar estudios que permitan establecer similitudes y diferencias de los emprendedores en función a su propio entorno y cultura. En el caso de Bolivia, la investigación sobre el fenómeno emprendedor no ha tenido el impulso deseado y por lo tanto no se cuenta con estudios serios que permitan entender las características particulares, culturales y económicas que influyen en las personas para la creación de empresas.

- Teorías sobre el emprendedor y la creación de empresas

No cabe discusión sobre el papel fundamental que tiene la empresa y el emprendedor para el desarrollo económico de la sociedad; cuando el emprendimiento es exitoso sus ideas e innovaciones no sólo refrescan los mercados sino que también crean en la colectividad una inspiración para imitar semejantes experiencias de éxito, pero más allá de este efecto impulsor, el emprendedor es un ente generador de crecimiento económico como lo citó Schumpeter (1934) y lo corroboran diferentes autores como Jhonson y Loveman (1995). Las empresas son un motor para el crecimiento económico, la innovación que aportan los nuevos emprendimientos alientan la

competitividad, crean nuevos empleos y fomentan la diversificación de los mercados, de ahí la importancia de su estudio e investigación científica que según Kantis (Kantis et al., 2002), ha cobrado con el devenir del tiempo mayor atención e importancia. El abordaje científico del fenómeno emprendedor requiere de enfoques amplios y multidisciplinarios cuyo punto de partida será determinar sus complejas variables. El trabajo realizado por Fayole y Bruyat (2002) ilustra esta interdependencia multidisciplinaria necesaria para el estudio de los emprendedores y las nuevas empresas, indicando que los economistas se han abocado al tema desde una visión funcional del fenómeno cuyo centro de estudio es el rol del emprendedor, mientras que las ciencias humanas han acentuado mayor énfasis en los aspectos personales y, por su parte, las ciencias de la gestión y la organización se han centrado en el proceso.

Sobre la teoría de creación de empresas existen diversos criterios, pero todos coinciden que el estudio de este fenómeno no puede centrarse solamente en aspectos personales del emprendedor, sino también en factores externos como los económicos, sociales, y del entorno. Veciana (Veciana, 1999) considera que un estudio de este fenómeno debe incluir necesariamente cuatro enfoques: (1) económico; (2) psicológico; (3) socio cultural o institucional; y (4) gerencial, relativos a tres niveles de análisis: individual, empresarial y de la económica global. Por su parte Gartner (Gartner, 1.985) desde una perspectiva multidimensional, distingue cuatro perspectivas de análisis para el estudio de la creación de empresas que en su criterio interactúan simultáneamente: (1) el entorno; (2) las características individuales; (3) las actividades o proceso de creación; y (4) la estructura organizativa.

Basándonos en los autores citados podríamos establecer que el análisis de la creación de empresas debe necesariamente tomar en cuenta el estudio del entorno, el emprendedor y la empresa. El siguiente cuadro resume los elementos o factores involucrados en el estudio de la creación de empresas:

Cuadro 1: Factores para el estudio del emprendimiento

Estudio de la creación de empresas (emprendimiento)	Entorno	Macroentorno: Factores económicos, políticos, tecnológicos y socio culturales Microentorno: Competencia, producto, potenciales clientes, proveedores, etc.
	Emprendedor (Sujeto)	Características de personalidad Personalidad y Actitudes Necesidades y Motivación
	Proceso, Creación y Organización (Empresa)	Análisis y evaluación económica: Disponibilidad de Recursos y Capacidades (Capital: Humano, Social y Financiero) Análisis y evaluación gerencial Costes de transacción Análisis institucional y normativo Marco legal, obligaciones, requisitos Decisión

Fuente: Elaboración propia

A continuación se revisará los principales aportes teóricos de cada uno de los factores inmersos en la creación de empresas.

- El entorno del emprendedor

Mucho se ha escrito sobre el emprendedor y la importancia de definir sus características, empero, gran parte de los estudios se centran atención sólo en sus características individuales, dejando de lado los aspectos y variables que le rodean; autores como Bygrave y Hofer (1992) indican que el estudio del espíritu emprendedor no deberá centrarse solamente en las características personales del emprendedor sino además tomar en cuenta el estudio del proceso emprendedor, como el conjunto de funciones actividades y acciones asociadas con la percepción de la oportunidad y la creación de la organización para explotarla. Debemos partir entonces, de la premisa de que toda empresa se gesta y nace en un contexto determinado al que normalmente la literatura se refiere como el entorno y lo podemos definir como el conjunto de factores externos que influyen y algunas veces determinan la actividad comercial. El entorno está definido de forma general por aspectos que muchas veces solo pueden ser analizados, pues el emprendedor no tiene control sobre ellos, entre estos factores –citando algunos- podemos identificar: los políticos, económicos, sociales y tecnológicos. Existen otros factores externos más particulares como por ejemplo los competidores específicos del producto o servicio que se pretende comercializar o los proveedores, estos factores son aspectos sobre los cuales el emprendedor tiene más control.

Es innegable que muchas veces el entorno se predispone de forma favorable para la realización de un negocio comercial, pero un entorno positivo no siempre es el entorno ideal para emprender. Los diferentes estudios sobre el

emprendedor (Gartner 1985, Pereira, 2003, Wasserman, 2012,) coinciden en que muchas veces el entorno del cual proviene emprendedor es desfavorable, pues a menudo el espíritu emprendedor emerge de situaciones críticas, como la pérdida de empleo, insatisfacción laboral o problemas económicos. Si bien esta afirmación no es una regla y no permite generalizaciones, no es menos cierto de que en la primera fase de desarrollo de una idea para la creación de cualquier empresa el elemento común es la incertidumbre, lo que de por sí genera un entorno complejo.

Podríamos concluir por lo citado, que si bien determinados entornos pueden favorecer la creación de empresas, este no es un factor definitivo ni determinante. Es también importante mencionar que el entorno no es algo que pueda ser controlado por el emprendedor, por lo que éste solo puede adaptarse al mismo y aprovechar las opciones que le brinda. El entorno positivo o favorable, por lo tanto, es una percepción subjetiva del emprendedor quien según la concepción de Kizner (Kizner, 1979) percibe la existencia de oportunidades en el mercado, que todavía nadie ha descubierto y se manifiestan como un probable beneficio, es decir, que incluso en escenarios desfavorables para muchos, el emprendedor puede identificar oportunidades y aprovecharlas. De forma similar con esta idea Schumpeter (1939) define al emprendedor como un elemento dinámico y activo, que quiebra el equilibrio del mercado introduciendo cambios e incorporando nuevas necesidades; ahora bien, como señala el autor el entorno generalmente es hostil a los cambios, pero esto no es un óbice para el emprendedor quien –como veremos adelante- tiene una gran capacidad de tolerancia a la incertidumbre, y una predisposición para asumir riesgos, lo que generalmente viene a ser causa y efecto de que el entorno del emprendedor sea muy dinámico y creativo, no por el entorno en sí mismo, sino por las habilidades y capacidades del emprendedor. Bonnett y Furnham (1991) comprobaron que los emprendedores atribuyen a sus propias decisiones el éxito o fracaso de sus acciones, y que dicha actitud se puede desarrollar a través de situaciones alentadoras que ayudan a las personas a percibir una directa relación: esfuerzo, ejecución y resultado, por lo tanto, se podría aprender a desarrollar una actitud emprendedora. Esta conclusión refuerza nuestra postura de que el entorno no es más que la percepción positiva o negativa que tiene el emprendedor de su contexto.

- **El emprendedor**

El vocablo emprendimiento, del cual deriva como sujeto activo el emprendedor, proviene de la palabra francesa "entrepreneur" que según Pereira (2003) fue utilizada la primera vez por Richard Cantillon en el año 1755 para designar a la persona que se dedicaba a comprar productos a precios conocidos para negociarlos en el mercado a precios desconocidos, desde entonces se ha atribuido al emprendedor el distintivo de la predisposición para asumir riesgos, tomar decisiones y crear la

organización para aprovechar las oportunidades; este concepto ha sido asimilado en el campo empresarial, como el individuo motivado para asumir riesgos, planear, iniciar y ejecutar empresas en el sentido más amplio.

Definir al emprendedor no es una tarea sencilla, algunos autores (Covarrubias, 2003) señalan que todo empresario es un emprendedor, pero no todo emprendedor es un empresario, o que empezar un negocio no es condición imprescindible y necesaria para ser emprendedor como señala Curto (2012) citando a Drucker, mientras que otros autores opinan que no necesariamente el empresario es un emprendedor, pues algunos de los empresarios están más enfocados en la administración eficiente que en la innovación o en nuevos proyectos. Estas diferencias en las opiniones de los autores demuestran la importancia del estudio del espíritu emprendedor, conducta o personalidad emprendedora, como se prefiera denominar, dicho estudio se caracteriza por ser un campo de investigación multidisciplinaria. Desde la perspectiva psicológica la investigación sobre emprendedores se ha centrado en identificar las diferencias individuales entre emprendedores y no emprendedores, con el objetivo de elaborar un perfil del emprendedor, tradicionalmente dicha investigación se ha basado en dos aproximaciones principales: estudio de los rasgos de personalidad y estudio de las actitudes (Moriano et al., 2001).

- **Teoría de los rasgos de personalidad y la actitud de los emprendedores.**

Existe actualmente un amplio, aunque no total consenso de que el emprendedor tiene ciertas características que lo distinguen, es así que no son pocos los autores dedicados al estudio de los rasgos de personalidad característicos de los emprendedores (Lévesque et al., 2002), y los que atribuyen a estas características un factor positivo y determinante para la creación y desarrollo de un proyecto empresarial de éxito como Reyna y García (Reyna et al., 2007), quien además identifica dos tipos de factores: (a) los generadores que son los esenciales al espíritu del emprendedor y; (b) los potenciadores que permiten el desarrollo del espíritu emprendedor, Castro et al., (Castro et al. 2015) en base a los postulados de García, proponen el siguiente cuadro:

Cuadro 2: Características Del Emprendedor

Factores Generadores		Factores Potenciadores	
Primer Nivel	-Creatividad -Fuerte voluntad -Vanidad -Nivel de profesionalidad alto	Primer Nivel	-Ambición -Buscar personas para el equipo -Espíritu de sacrificio -Arriesgado
Segundo Nivel	-Confianza en las personas al inicio -Selección de personal adecuado	Segundo Nivel	-Insatisfacción Laboral -Necesidad -Audacia
Tercer Nivel	-Buen carácter -Independencia	Tercer Nivel	-Entusiasmo -Ilusión

Fuente: Castro et al., (Castro et al. 2015)

Christersen (1994) hace una selección de los principales atributos emprendedores a través de un recorrido histórico desde Stuart Mill en 1848 hasta Winslow y Solomon, en 1987, concluyendo y destacando la importancia de las siguientes características:

- Necesidad de logro o de autorrealización: La necesidad de logro, como característica de la personalidad del emprendedor, fue propuesta por McClelland (1961) estableciendo una correlación entre esta característica y la probabilidad de convertirse en fundadores de empresas.
- Control interno y autoconfianza: Es una característica de aquellos que confían en sí mismos y en el control de su destino, es así que estudios han mostrado que la mayoría de los individuos que confían en sus habilidades personales logran un mayor éxito empresarial (Koellinger et al., 2007). Las personas con mayor grado de control interno son más proactivas, innovadoras y con mejor disposición para asumir riesgos por lo que son más propensas a crear su empresa (Harper, 1998). Rotter (1966) propone el concepto de locus de control interno para referir al grado en que una persona atribuye su éxito y/o fracaso como dependiente de sí mismo (control interno), o del entorno (control externo)
- Espíritu de riesgo o propensión a asumir riesgos: Durante mucho tiempo se ha aceptado el hecho de que los empresarios asumen un alto riesgo, considerándose que las personas que asumían riesgos eran las más predisuestas a crear empresas (Knight, 1921).
- Necesidad de poder e independencia: El espíritu emprendedor tiene como una característica esencial la independencia y emergente de ella, la determinación de realizar proyectos propios, este deseo de libertad e independencia según algunos autores favorece la creación de empresas, más que ningún otro factor (Ettinger, 1983; Genescá y Veciana, 1984).
- Compromiso: La tendencia al triunfo de las personas con gran necesidad de autorrealización es un estímulo para una dedicación total al trabajo, tanto en días laborables como festivos, llegando incluso a sacrificar relaciones familiares y de amistad. Este fuerte compromiso de los empresarios es la característica que mejor los define (Begley y Boyd, 1987). Su completa dedicación y su realismo les conduce a consagrarse con el proyecto hasta finalizarlo con éxito.
- Tolerancia a la ambigüedad: Muchas de las decisiones de la empresa deben tomarse con información incompleta es por eso que las personas que mejor toleran la ambigüedad y se adaptan rápidamente a escenarios de cambio tengan mayor probabilidad de éxito en sus empresas (Hull et al. 1980; Gupta y Govindarajan, 1984).

Sin desmedro de los importantes resultados citados previamente, es menester explicar que dichas investigaciones se han centrado en definir las características de los emprendedores de forma general, pero no aportan resultados o evidencia respecto a si la presencia o concurrencia de dichas características son también determinantes del éxito en el emprendedor. Este problema ha motivado que otros estudios se enfoquen en determinar si existe o no algún vínculo entre las características del emprendedor y el éxito empresarial (Boliko, 1996, Selameab, 1997 citados por García del Junco, 2006), sin embargo los resultados que han aportado estos estudios no han sido definitivos. Un estudio realizado en 2007 por García del Junco, Álvarez y Reyna (García et al., 2007) intentó establecer dichas características de los emprendedores

que podrían determinar el éxito empresarial en pequeñas empresas, habiendo obtenido los siguientes resultados; las personas más emprendedoras crean empresas en solitario, son valientes y atrevidas y no les detienen los problemas, resaltando tres características: (1) al principio fueron personas que depositaron mucha confianza en las personas que les rodeaban, luego disminuyeron su confianza en los demás; (2) tienen mentalidad universal y se sienten obligados con la sociedad para crear puestos de trabajo, y (3) todos tienen obsesión por atender al cliente muy bien y gran esfuerzo por diferenciarse. Tratando de identificar no sólo las características de los emprendedores sino la de los que pudieron lograr el éxito, un estudio realizado por la consultora Ernst & Young (2011), estableció que las cualidades más importantes de los emprendedores exitosos son: la visión (76%); la pasión (73%); el impulso (64%); la integridad (53%); la innovación (49%) y la proclividad para asumir riesgos (46%), citando los principales resultados.

El estudio de la personalidad de los emprendedores, por lo tanto, nos permite identificar características individuales que explican su conducta de forma general, sin embargo, la personalidad como tal ofrece un análisis más amplio y más complejo, la inclinación del individuo para actuar de una determinada manera de forma coherente y habitual, es explicada por la actitud del individuo. Ajzen (1989) define la actitud como la predisposición a responder de una forma generalmente positiva o negativa con respecto al objeto de la actitud. Es decir que la actitud permite uniformar el comportamiento del individuo creando un patrón de respuesta respecto a un evento o fenómeno en particular, y por lo tanto permite a los investigadores –una vez determinada la actitud- predecir una respuesta. Robinson y sus colaboradores (1991) justifican este argumento desarrollando y validando el *Entrepreneurial Attitude Orientation* (EAO), un cuestionario que mide las actitudes de los emprendedores en cuatro ámbitos:

- a) Logro en los negocios
- b) Innovación en los negocios
- c) Control personal percibido de los resultados de los negocios
- d) Autoestima percibida en los negocios

Moriano, Trejo y Palací (2001: 232) concluyen que el estudio de los rasgos de personalidad y las actitudes no son aproximaciones contrapuestas, sino complementarias, explicando esta conexión de la siguiente manera:

Mientras el estudio de los rasgos de personalidad representa un acercamiento más general, que permite predecir la conducta normal del sujeto ante un amplio abanico de situaciones y de forma estable en el tiempo, el análisis de las actitudes va a matizar la conducta específica hacia un determinado objeto en un determinado momento y situación.

Personalidad y actitud son conceptos complementarios y en conjunto explican de forma más completa la conducta e interacción humana y especialmente la del emprendedor, pero también existen otras variables que deben ser tomadas en cuenta para una explicación más completa.

- **Teoría de los valores y emprendimiento**

Los valores que asumen las personas como principios rectores de su vida son decisivos para explicar la conducta humana, sin duda el trabajo de Moriano, Trejo y Palací (2001) es un referente imprescindible para entender el rol de los valores en la conducta emprendedora. Estos autores señalan que la persona puede tener rasgos de personalidad propios del emprendedor, y así mismo su actitud puede estar enfocada hacia el logro, pero dicha predisposición de la personalidad y la actitud no servirá de mucho si, por ejemplo, esa persona no valora la independencia y la libertad, y debido a esa carencia nunca emprenderá algo por sí mismo.

Los autores citados estudiaron dos tipos de valores contrapuestos: valores individualistas y valores colectivistas, refiriéndose en el primer caso a aquellos que manifiestan una independencia emocional con respecto a grupos y organizaciones, mientras que el segundo se asocia a una dependencia emocional del individuo respecto a los grupos de los que forma parte (Morales, López-Sáez y Vega, 1998).

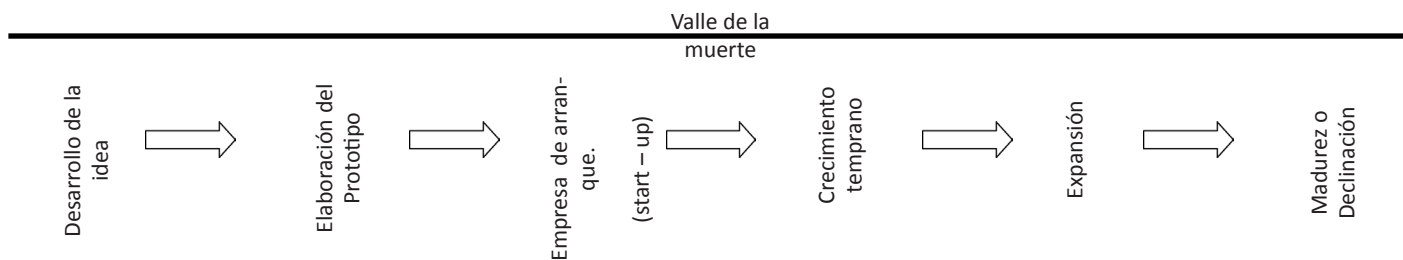
El estudio realizado por Moriano, Trejo y Palací (2001: 241), para determinar qué tipo de valores (individualistas o colectivistas) prevalecía en emprendedores y no emprendedores, arrojaron como resultados que los emprendedores puntuaban significativamente en el individualismo (poder, logro, hedonismo, estimulación y autodirección) y concretamente en dos valores individualistas: libertad y disfrutar la vida.

Tomando en cuenta el trabajo de García del Junco, Álvarez y Reyna sobre las características de personalidad de los emprendedores, y el trabajo citado de Moriano, Trejo y Palací sobre los valores predominantes en los emprendedores, se puede concluir que la predisposición natural (de personalidad, actitudes y valores) del emprendedor, es actuar individualmente.

- **El proceso: creación y organización de la empresa**

Nos referimos al proceso emprendedor como el conjunto de pasos o etapas por los que el emprendedor debe pasar, desde la concepción de la idea hasta la creación de la organización o constitución de la empresa. Si bien este proceso no puede encasillarse en un trámite común y obligatorio a todos los casos, existen ciertos procedimientos comunes a la creación y desarrollo de una empresa; Castro et al., (2015) citando a Monge y Rodríguez (2010) describen el desarrollo de las empresas en sus diferentes etapas de acuerdo al siguiente cuadro:

Figura 1. Etapas De Desarrollo De La Empresa.



Fuente: Monge y Rodríguez (2010) citados por Castro et al. (2015).

Como se evidencia en la figura propuesta, el inicio de todo proceso emprendedor es la concepción de la idea y se formaliza con la creación de la organización que permitirá el desarrollo del proyecto a través de una compañía de arranque o de inicio (start up), a partir de la elección del tipo de organización, inicia el ciclo de crecimiento de la empresa desde sus primeros pasos hasta la expansión y madurez o declinación. Otros autores como Gibb y Ritchie (1982) proponen que las etapas del proceso de creación de una empresa son: (1) la identificación de la idea; (2) su validación; (3) el acceso a recursos; (4) la negociación; (5) el nacimiento y (6) la supervivencia.

Kantis, Ishida y Komori (2002), en un estudio comparado entre países de América Latina y el Este de Asia, encargado por el Banco Interamericano de Desarrollo para identificar las diferencias y similitudes sobre la capacidad de crear iniciativas empresariales, identifican tres etapas del proceso emprendedor:

Cuadro 3: Etapas Del Proceso Emprendedor

Etapa	Denominación	Características
1	Gestación del Proyecto	Adquisición de la motivación y competencias para ser empresario
		Identificación de una oportunidad de negocios
		Elaboración del Proyecto
2	Puesta en marcha de la Empresa	Decisión de iniciar la actividad empresarial
		Acceso a los recursos
3	Desarrollo inicial de la Empresa	Introducción al mercado
		Gestión y financiación de la empresa

Fuente: Kantis, Ishida y Komori (2002)

- La evaluación de disponibilidad de recursos y capacidades

Los autores citados coinciden en que el inicio del proceso emprendedor es la idea y la identificación de la oportunidad; hasta este momento interactúan las características personales del emprendedor y la lectura que hace de su entorno. Una vez tomada la determinación de explotar la idea, surgen los primeros elementos de análisis para la ejecución del proyecto que culminará –en una primera etapa- con la constitución de la empresa, estos elementos concurren de forma simultánea, y generan los primeros conflictos para poder tomar una decisión. Wasserman (2012) señala que uno de los primeros dilemas que se presenta al fundador o los fundadores de una empresa es el análisis de la disponibilidad de capital, distinguiendo (1) el capital humano; (2) el capital social y (3) el capital financiero. El capital humano –sostiene el autor- es el conjunto de conocimientos y habilidades que emergen como consecuencia de la formación y la experiencia, el capital social es definido como los beneficios que derivan del acceso a información, comunicación y a relaciones con potenciales socios, proveedores, clientes, inversores, etc. y el capital financiero es el dinero u otros recursos tangibles necesarios para iniciar el emprendimiento.

Desde la perspectiva más especializada de la dirección estratégica empresarial debemos también citar la teoría de los recursos y capacidades, como un elemento de análisis del emprendedor en el momento de tomar decisiones para constituir o no una empresa. Los recursos son todos aquellos elementos tangibles e intangibles que se utilizan para producir, para citar algunos como ejemplo: la maquinaria, materia prima, dinero, conocimiento recursos humanos, propiedad intelectual, las redes personales y organizacionales (Hall, 1992) mientras que las capacidades son el resultado de la acción que combina los recursos y los moviliza a través de un sistema de prácticas de la organización para la

realización efectiva de una actividad (Cuervo, 1995). El emprendedor analiza también el acceso o disposición de recursos y capacidades necesarias para llevar adelante la idea y concretarla en una empresa.

Una vez realizado el análisis de acceso o disposición de capital, recursos y/o capacidades el emprendedor tiene un panorama más claro respecto a la posibilidad de iniciar la empresa por cuenta propia en el supuesto de contar con capital, recursos y capacidades propias, o por el contrario debido a la carencia o insuficiencia de estos optar por convocar a otras personas para constituir la empresa en sociedad. Pero definir el tipo de organización (empresa) no es una tarea tan sencilla, como vimos en el estudio realizado por García del Junco, Álvarez y Reyna (García et al., 2007) los emprendedores prefieren crear empresas en solitario, lo que nos podría llevar a concluir que el tipo empresarial mayormente elegido sería la empresa unipersonal, no obstante y como acertadamente cita Wasserman (Wasserman, 2012) uno de los dilemas de los creadores de empresas se representa en la cuestión siguiente: ¿ser rey o ser rico?; refiriéndose, de esta manera, a la dura decisión que enfrentan los emprendedores en el momento de constituir una empresa, sobre permanecer en control de la misma, o apostar por una forma societaria que si bien le disminuye participación –por lo tanto control- le permite tener una mayor disponibilidad de acceso a dinero y así poder financiar los proyectos de la empresa, pudiendo lograr un crecimiento más rápido.

La disyuntiva inicial del emprendedor sobre el tipo de empresa que puede constituir abarca un análisis legal pero también estratégico; en esta instancia se deberá plantear y definir no sólo la organización que se precisa para iniciar la empresa, sino también se tomará en cuenta la visión que se tiene de la misma hacia el futuro. No se debe perder de vista que las empresas son formadas por emprendedores que al margen de las características propias que poseen, tienen una común a todos nosotros, son seres humanos, por lo que sus decisiones en el momento de optar por una forma empresarial individual o societaria, puede obedecer en gran medida a sus expectativas y motivaciones personales que no siempre son lógicas ni racionales, muchas veces las decisiones que los emprendedores toman, son influidas por ideas o concepciones que una u otra forma empresarial ofrece mayores ventajas o beneficios (Moriano et al, 2001).

Una vez establecida la organización (empresa) el emprendedor debe redefinir constantemente su entorno, adecuando su estrategia a los escenarios más óptimos para poder lograr mantenerse en el mercado y lograr un crecimiento. Estas decisiones como describe Wasserman (Wasserman, 2012) en su obra “El Dilema de los Fundadores”, pueden evitar la caída del emprendimiento. En esa misma obra, el autor describe que el emprendedor debe determinar si lo que busca es generar dinero o si por el contrario su motivación radica en mantener el control de las decisiones en la empresa; si lo que busca es lo primero

entonces se tendrá que resignar el control para tener un menor pedazo de un pastel más grande, o por el contrario el propósito o motivación es dirigir un negocio exitoso del cual uno este siempre a cargo, la decisión por esta opción genera, por supuesto, una mayor dependencia de deuda y crédito, y aceptar que el crecimiento del negocio podrá tomar mucho más tiempo.

La retención del control en algunos casos puede obedecer a una lectura poco clara del entorno y centrarse más en expectativas personales, lo que según De Vries (1977) puede generar un resultado destructivo pues el fundador, en el afán de mantener el control busca gente que esté de acuerdo con él y que pocas veces sea crítico con sus ideas.

- **La evaluación institucional, la decisión y la organización elegida**

La empresa representa un abanico de incentivos que el emprendedor identifica, y que en su criterio puede determinar el desempeño económico a largo plazo. Esta estructura de posibilidades es explicada por North (North, 1994) a través de la clasificación de instituciones formales e informales, las primeras referidas a las normas jurídicas y procedimentales que rigen la creación de las empresas, mientras que las segundas consisten en todas aquellas creencias culturales, sociales y psicológicas que se tiene sobre uno u otro tipo empresarial.

Respecto a las instituciones formales, entendemos por tipo empresarial a una de las formas que la ley –generalmente el código mercantil o de comercio- regula como agente para el ejercicio legal del comercio. Aunque la legislación es variada según el país en el que fue promulgada, podemos generalizar que una distinción básica clasifica las empresas en dos: empresas unipersonales y sociedades comerciales. La empresa unipersonal es aquella en la cual el titular de la empresa es una sola persona, y la sociedad comercial es un acuerdo en virtud del cual dos o más personas realizan aportes destinados al aprovechamiento de una actividad comercial y se reparten entre sí las utilidades de dicha actividad o por el contrario soportan juntos las pérdidas. Un breve análisis de las diferencias entre estos dos tipos empresariales, revela que en nuestro país los requisitos y obligaciones para constituir una empresa unipersonal son menores, el tiempo de constitución entre una y otra alternativa empresarial es mucho menor para la empresa unipersonal, e incluso los aranceles y honorarios profesionales para este tipo de empresa son más económicos, esta regla se aplica también para las sanciones por incumplimiento de obligaciones comerciales establecido por la Autoridad de Control Social y Fiscalización de Empresas (AEMP, 2011), cuyo reglamento establece sanciones económicas mucho menores para las empresas unipersonales, en comparación con las establecidas para las sociedades comerciales, al igual que las sanciones establecidas por la normativa impositiva.

Colegimos de lo citado, que más allá de simples creencias culturales o percepciones personales, un análisis simple y a priori deriva en la conclusión de que constituir una empresa unipersonal es mucho más sencillo, más económico y libera al titular de varias obligaciones comerciales, que tendría que asumir en caso de constituir una sociedad comercial.

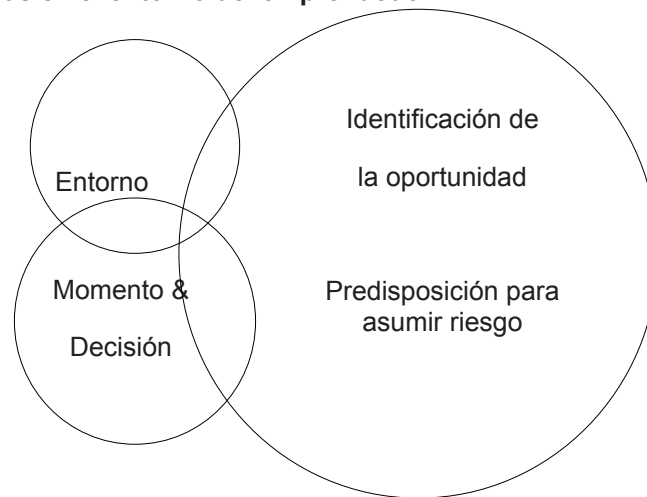
Discusión

La naturaleza del ser humano es muy compleja, cualquiera sea el fenómeno que intentemos estudiar se debe tener en cuenta una concepción holística de la persona, que abarque no solo los aspectos y características personales. La revisión crítica de los artículos e investigaciones presentados, ha intentando justamente proporcionar un estado de la situación de la temática desde varios puntos de vista y desde una perspectiva multidisciplinaria, dicha revisión bibliográfica permite identificar los siguientes elementos de análisis que esperamos promuevan futuras investigaciones, discusiones y nuevos aportes sobre este interesante tema de estudio.

Entorno. Si bien existe un criterio casi generalmente aceptado de que un entorno (político, social, económico, etc.) adecuado favorece el emprendimiento y por ende la creación de empresas, la literatura revisada también aporta datos que corroboran justamente lo contrario. En efecto, las situaciones y el contexto propio del emprendedor o del entorno no siempre son favorables, pero la actitud o espíritu emprendedor es generalmente más grande que sus escenarios, el instinto necesario para identificar oportunidades, la predisposición innata para asumir riesgos, la necesidad de logro que caracterizan al emprendedor, van más allá de su entorno.

El gran apoyo que ofrece un entorno positivo y favorable es innegable, pero el entorno de forma aislada por muy favorable, no garantiza un emprendimiento, y menos un emprendimiento exitoso, debe haber una suerte de coincidencia entre tiempo, sujeto y entorno, para que la oportunidad se dé, sea percibida y aprovechada, como se describe gráficamente en la siguiente figura:

Figura 2: Variables inmersas en el entorno del emprendedor

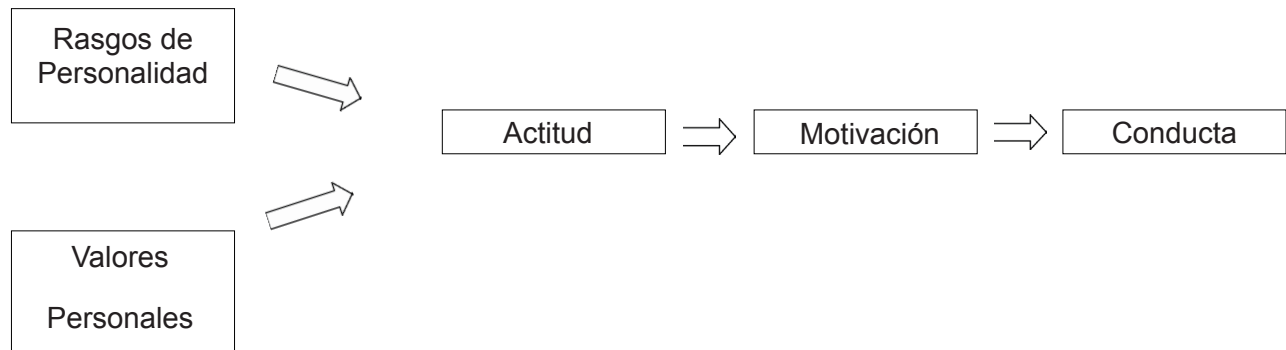


Fuente: Elaboración Propia.

Características personales del emprendedor. La investigación realizada sobre este tema es bastante, empero pese a la abundante bibliografía aportada no se han podido adoptar criterios uniformes o una teoría integradora que permitan establecer características definitivas que definan al emprendedor. Muchos de los estudios se han centrado en las características de la personalidad, sin embargo los resultados ofrecen rasgos generales, como por ejemplo la necesidad de logro, que si bien es una característica importante para emprender, no es exclusiva de los emprendedores; otras investigaciones han tomado en cuenta la actitud como una variable de estudio que otorga un patrón de conducta más coherente y constante, pero la actitud no se explica por sí sola, no es un constructo por sí mismo sino el resultado de la valoración de varios factores que crean una intención de actuar. Finalmente un valioso aporte científico ha sido la incorporación de los valores (individualistas y colectivistas) en el análisis de la conducta del emprendedor, pues en definitiva la personalidad explica la predisposición del sujeto para actuar de una u otra manera, pero esta tendencia es genérica y puede variar según las circunstancias, la aproximación de la teoría de los valores explica estas variaciones por la estimación que hace el individuo de la probable conducta y cuán coherente es ésta respecto a sus cualidades personales. Las características de la personalidad en interacción son el sistema de valores del individuo explican la actitud de éste respecto a cierto evento o fenómeno, y a su vez una actitud positiva o negativa creará mayor o menor motivación para emprender una acción o conducta.

La siguiente figura describe la interacción entre los elementos que determinan y explican la conducta del emprendedor.

Figura 3. Factores Psicológicos que Influyen en la Conducta del emprendedor



Fuente: Elaboración Propia

El proceso: Creación y organización de la empresa. La decisión de crear una empresa es – o por lo menos debería ser- una etapa de mucha reflexión. Muchas de las consecuencias a mediano y largo plazo en el devenir empresarial, tendrán su origen y explicación en las elecciones iniciales del emprendedor. Si bien muchas de las decisiones en este periodo vienen influidas por el entorno y las características individuales del emprendedor, existen factores externos que determinan la decisión; es así que más allá de un entorno favorable y de características personales que predisponen al emprendimiento, el análisis y la valoración del acceso y disponibilidad de los recursos necesarios para crear una empresa es determinante.

En efecto, si el emprendedor cuenta con los recursos (financieros, humanos y sociales) la decisión de emprender será mucho más sencilla, y de contar con dichos recursos de forma propia e individual, seguramente podrá prescindir de la conformación de un equipo y constituirá una empresa propia e individual, optando por un equipo de profesionales a su cargo, antes que socios. Por el contrario, la carencia o dificultad de acceso a cualquiera de estos recursos, frenará cualquier intención de emprender o planteará seriamente la posibilidad de conformar una sociedad para que en conjunto varias personas puedan sumar fuerzas y lograr la disposición de los recursos, capacidades y habilidades imprescindibles para el emprendimiento.

Más allá de la disposición de recursos, coexiste otro factor de análisis en esta etapa: las ventajas o desventajas que las formas corporativas o tipos empresariales ofrecen. Es decir, además de la evaluación de los recursos necesarios y disponibles, existe un marco legal e institucional que de alguna manera limita la decisión del emprendedor, pues su cumplimiento es obligatorio, y en muchos casos puede contraponerse con la voluntad del emprendedor, verbigracia aquellas empresas que por disposición legal necesariamente deben constituirse como sociedades anónimas, o las sociedades entre esposos. Además, este marco legal e institucional genera en el emprendedor una percepción subjetiva, respecto a beneficios o ventajas que uno u otro tipo empresarial supone.

Figura 4. Análisis de disponibilidad de recursos, capital, habilidades y de las ventajas normativas.



Fuente: Elaboración Propia

Conclusiones

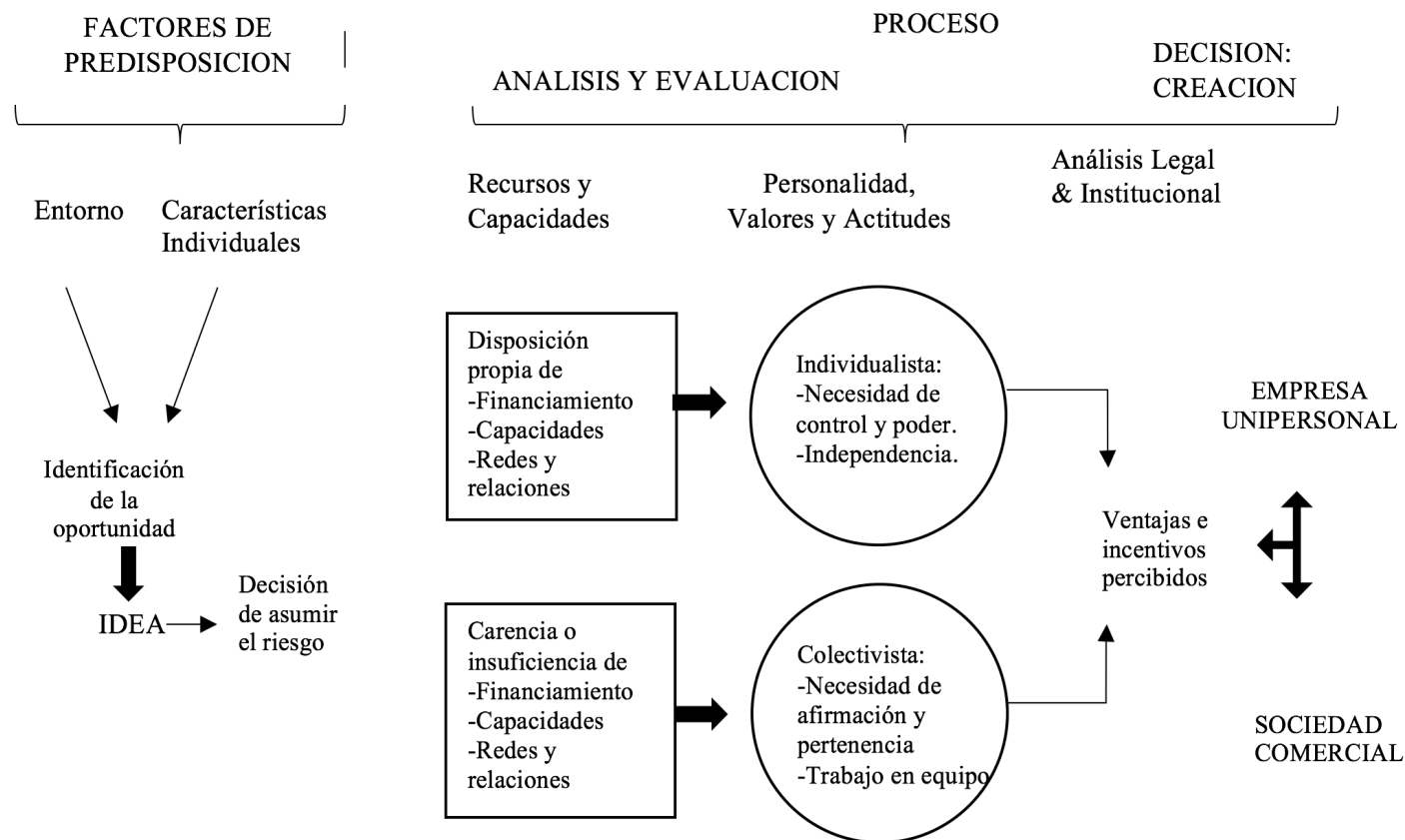
Todo emprendimiento se origina en una idea, pero concebir un proyecto –por más brillante que fuere- no necesariamente culminará en un emprendimiento, es necesario que la persona que lo concibe tome la decisión de ejecutar y explotar esa idea en una organización. El perfil del emprendedor esta precisamente caracterizado por la predisposición para identificar la oportunidad en un momento específico y asumir el riesgo de llevar una simple idea a otro nivel, esta decisión obedece a los factores de predisposición que tiene el emprendedor, su reacción ante la oportunidad es casi instintiva.

Asumida la decisión de llevar adelante el proyecto, el emprendedor se enfrenta a un proceso de análisis y reflexión, pues deberá –en función a las características del negocio elegido- determinar si posee o dispone de los recursos necesarios para poder concretar la idea en una organización, así deberá definir la cantidad de dinero necesario y disponible, las competencias, habilidades y experiencia imprescindibles de la o las personas a cargo del emprendimiento, así como el acceso a información, comunicación y las relaciones que se necesitarán para el desenvolvimiento óptimo de la nueva empresa. La carencia total o parcial de estos recursos restringirá la posibilidad de decisión del emprendedor, pues en caso de no contar con los mismos la alternativa de constituir una sociedad comercial e incorporar socios será cada vez más probable, por el contrario el acceso o disposición de los recursos permite una decisión libre de presiones. Las investigaciones previas presentadas en la revisión bibliográfica han demostrado que en esta etapa influyen en el individuo sus características personales como los rasgos de su personalidad y su sistema de valores, que según la evidencia aportada están más orientados a preferir emprendimientos individuales antes que colectivos.

El proceso culmina con la decisión del emprendedor de crear o no la empresa, pesando en esta decisión la percepción de ventajas y/o incentivos que percibe en uno u otro tipo empresarial. Cómo se ha establecido tanto las características del emprendedor como la valoración institucional favorecen los emprendimientos unipersonales, siendo entonces los factores económicos de acceso y disposición de recursos y capacidades los que modifican esta tendencia natural del emprendedor.

Concluimos que para el emprendedor resulta más coherente dadas sus características personales y sus valores (elevada autoestima, autoconfianza, libertad, independencia) emprender individualmente, así mismo el análisis de las ventajas normativas e institucionales, le ofrecen mayores incentivos hacia la empresa unipersonal, ergo lo que altera y modifica en gran medida esta tendencia natural son los factores económicos.

Figura 5. Decisión: Emprendimiento Individual o colectivo



Fuente: Elaboración Propia

Referencias

- Bonnett, C., & Furnham, A. (1991). Who wants to be an entrepreneur? A study of adolescents interested in a young enterprise scheme. *Journal of Economic Psychology*, 12(3), 465-478.
- Bygrave, W. D., & Hofer, C. W. (1992). Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and Practice*, 16(2), 13-22.
- Casero, J. C. D., Mogollón, R. H., & Urbano, D. (2005). Teoría económica institucional y creación de empresas. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 11(3), 209-230.
- Castro, M. A. B., García, M. L. S., & Adame, M. E. C. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de negocios*, 6(13), 98-107.
- Cimadevilla, B. J., & Sánchez, E. F. (2001). Factores determinantes en la creación de pequeñas empresas: una revisión de la literatura. *Papeles de Economía Española*, (89), 322-342.
- Covarrubias, I. (2003). Emprendedores y Empresarios: un enfoque Institucional. *Revista Contribuciones a la economía*.
- Curto, M. (2012). Los emprendedores sociales: innovación al servicio del cambio social. *Cuadernos de la Cátedra "la Caixa" de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo*, 13, 1-23.
- Christensen, P. S., Madsen, O. O., & Peterson, R. (1994). Conceptualizing entrepreneurial opportunity identification. *Marketing and Entrepreneurship: Research Ideas and Opportunities*. Ed. G. Hills. Westport, CT: Greenwood Press.
- Fayolle, A., & Bruyat, C. (2002). A conceptual and methodological framework to study, using the modelling of complex system, the foundation and the development processes of innovative business activities.
- FUNDEMPRESA, 2018. Recuperado http://fundempresa.org.bo/docs/content/junio_1098.pdf
- Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of management review*, 10(4), 696-706.
- Gibb, A., & Ritchie, J. (1982). Understanding the process of starting small businesses. *European Small Business Journal*, 1(1), 26-45.
- Greening, D. W., & Johnson, R. A. (1996). Do managers and strategies matter? A study in crisis. *Journal of Management Studies*.
- Hall, R. (1992). The strategic analysis of intangible resources. *Strategic management journal*, 13(2), 135-144.
- Kantis, H., Ishida, M., & Komori, M. (2002). *Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*. Inter-American Development Bank
- Kirzner, I. M. (1979). *Perception, opportunity, and profit*. University.
- Lévesque, M., Minniti, M., & Shepherd, D. (2009). Entrepreneurs' decisions on timing of entry: learning from participation and from the experiences of others. *Entrepreneurship Theory and Practice*
- Morales, J. F., López-Sáez, M., & Vega, L. (1998). Discrimination and beliefs on discrimination in individualists and collectivists. *S. Wor*.
- Moriano, J. A., Trejo, E., & Palací, F. J. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista de psicología Social*, 16(2), 229-242.
- North, D. C. (1994). Economic performance through time. *The American economic review*, 84(3), 359-368.
- Reyna Zabala, R., García del Junco, J., & Álvarez Martínez, P. (2007). Características del emprendedor de éxito en la creación de PYMES españolas. *Estudios de Economía Aplicada*, 25(3), 825-851.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 15(4), 13-32.
- Schumpeter, J. A. (1934). Change and the Entrepreneur. *Essays of JA Schumpeter*.
- Simon Jhonson and Gary Loveman, (1995) Starting Over in Easter Europe: Entrepreneurship and Economic Renewal. Boston Harvard Business Scholl Press
- Veciana Vergés, J. M. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la empresa*, 8(3), 11-36.
- Wasserman, N. (2012). The founder's dilemma. *Harvard business review*.