

ELECCIÓN DE OCUPACIÓN, ASIGNACIÓN DEL TALENTO Y COMPETITIVIDAD REGIONAL

Emilio Congregado

Universidad de Huelva y CCTH

Resumen

Este artículo explora el papel del factor empresarial y su importancia en la economía, enfatizando la heterogeneidad de los agentes que participan en la función empresarial. Se distingue entre el autoempleo, en general, y el emprendimiento de alto impacto, argumentando que una promoción del autoempleo orientada al crecimiento debe conseguir que aquellos individuos con el talento potencial para desarrollar proyectos innovadores y orientados al mercado opten por emprender, en detrimento del trabajo por cuenta ajena. Se destaca la relevancia de cierto tipo de talento y la necesidad de políticas que no solo promuevan la densidad del tejido, sino también su calidad. Finalmente, se plantea la importancia de diseñar un contexto favorable y estratégicamente orientado hacia el emprendimiento de alto impacto –ecosistema de emprendimiento– como motor de crecimiento y factor de competitividad regional.

Palabras clave: factor empresarial, autoempleo, emprendimiento de alto impacto, talento, competitividad regional.

Abstract

This article explores the role of the entrepreneurial factor and its importance in the economy, emphasizing the heterogeneity of agents involved in the entrepreneurial function. It distinguishes between self-employment, in general, and high-impact entrepreneurship, arguing that growth-oriented self-employment promotion must encourage individuals with the potential talent to develop innovative, market-oriented projects to choose entrepreneurship over wage employment. The relevance of certain types of talent and the need for policies that not only promote the density of the entrepreneurial fabric but also its quality is highlighted. Finally, the importance of designing a favorable context strategically oriented towards high-impact entrepreneurship—an entrepreneurial ecosystem—as a driver of growth and a factor of regional competitiveness is presented.

Keywords: entrepreneurial factor, self-employment, high-impact entrepreneurship, talent, regional competitiveness.

JEL classification: J23, L26, O11, R11.

I. INTRODUCCIÓN

Este artículo presenta una discusión conceptual sobre la función empresarial y del agente que la lleva a cabo: el factor empresarial. En el curso de la argumentación, no solo trataremos de delimitar cuál es el objeto de estudio, sino también comprender la importancia de su acción económica. Uno de los rasgos en los que haremos hincapié tiene que ver con la heterogeneidad. Comprobaremos cómo entre los agentes que desempeñan la función empresarial podemos encontrar especies distintas cuyas acciones tendrán impactos muy diferentes en la economía.

Dos aclaraciones previas. No vamos a hablar de empresas ni de configuraciones productivas, sino del factor empresarial, esto es, del agente que participa en la actividad económica desempeñando algunos de los vectores que definen la función empresarial. Además, gran parte de nuestro análisis y razonamientos estarán centrados en aquellos que desempeñan esta función por cuenta propia. Es decir, pondremos nuestra atención en el análisis de las características del tejido empresarial individual, dejando a un lado, de forma deliberada, a aquellos que desempeñan la función empresarial por cuenta ajena –sin vinculación con la propiedad– en el marco de corporaciones: el llamado tejido empresarial corporativo (O’Kean,

2000). Por tanto, hablaremos, fundamentalmente, de autoempleados, de agentes que asumen la función empresarial ostentando también la propiedad y no solo el control.

Nuestro objetivo es entender qué vectores de la función empresarial y qué grupos de emprendedores tienen un mayor impacto en la actividad económica. Por lo tanto, se trata de reflexionar sobre el tipo de emprendimiento al que deberíamos aspirar como base para sustentar una estrategia de competitividad regional, sin que esto suponga negar la importancia que ciertas actuaciones de promoción del autoempleo pueden tener para la cohesión social. Básicamente, consiste en ser conscientes de qué objetivos y resultados debemos esperar en función de cuál sea el grupo de tratamiento en una acción de fomento del autoempleo (Huggins y Williams, 2011).

Llegados a ese punto, nuestra argumentación se desplazará al plano de la característica fundamental de los proyectos empresariales de *alto impacto* –los que generan mayor valor añadido– que, en contraposición a los meramente replicativos o rutinarios, se caracterizan por tratar de conseguir poder de mercado. La manera de lograrlo implica ostentar un poder de monopolio o, al menos, un cierto control sobre la fijación de precios en el segmento de mercado creado por la diferenciación, gracias a la variedad de producto que se ha conseguido desarrollar. Dejando un lado aquellas situaciones en las que el poder de mercado se base en una concesión administrativa o en la explotación en exclusividad de un determinado recurso, la forma de lograr ese poder de mercado, en cualquiera de los dos casos, tiene un cierto carácter disruptivo: en unos casos a través de la introducción de una innovación y en otros gracias a la diferenciación/segmentación lograda por la aplicación de una determinada estrategia comercial. Bajo esta premisa, la promoción de este *emprendimiento de alto impacto* no puede basarse en la aplicación de políticas que promuevan la entrada al autoempleo de forma indiscriminada, sino más bien en políticas orientadas, en las que el grupo de tratamiento esté compuesto por aquellos que disponen del talento adecuado para poner en marcha este tipo de proyectos con mayor potencial.

Evidentemente, es condición necesaria disponer de dicho talento (1), pero el reto posterior es lograr

una asignación adecuada al ejercicio de la función empresarial. ¿Qué tipo de competencias están más fuertemente relacionadas con este talento, hoy día? Por un lado, aquellas cuya posesión permite conocer a los consumidores y las tendencias de los mercados –que podríamos agrupar bajo la rúbrica de *talento comercial*– y por otro, por aquellas que hoy día hacen más probable innovar, gracias a que permiten situarse en la frontera de los retos científico-tecnológicos y que presentan una fuerte asociación con las competencias del sector STEM (2).

Sobre este diagnóstico, ¿qué papel ha de tener la iniciativa pública para propiciar un tejido empresarial de excelencia, de alto impacto y con la mayor densidad posible?

Una acción obligada es generar o atraer talento innovador, tecnológico y comercial, para después lograr su asignación al desempeño de la función empresarial, a través del uso de incentivos y ayudas o programas de capacitación y acompañamiento, entre otros.

Por tanto, no solo se trata de orientar el sistema educativo para que las competencias adquiridas por los estudiantes nos permitan disponer de este talento, sino de buscarlo donde esté y atraerlo, aunque ello suponga entrar en una competición nacional o internacional por capturar ese talento.

Además, el ecosistema empresarial debe contribuir creando un marco propicio para *hacer negocios*; en el que sea imperante la *simplificación administrativa*; dotado de *seguridad jurídica*; con la mayor *estabilidad macroeconómica* posible (Arin et al., 2015; Rodríguez-Santiago, 2022); en el que la *regulación laboral* no genere distorsiones en la asignación del talento entre el trabajo por cuenta propia y por cuenta ajena (Congregado et al., 2024); con una *fiscalidad* adecuada (Gentry y Hubbard, 2000); con un *sistema financiero* que permita superar problemas de información y enfrentarse a las restricciones de liquidez (Hurst y Lusardi, 2004; Fairlie y Krashinsky, 2012; Lee et al., 2022); que favorezca la *innovación* (Scaringella y Radziwon, 2018; Audretsch et al., 2020) y la puesta en marcha de proyectos de *base comercial* (Castaldi y Mendonça, 2022); que permita la *difusión de las externalidades del conocimiento empresarial* (Audretsch et al., 2008; Lattacher et al., 2021); en el

que haya una adecuada *protección de los derechos de propiedad* (Harper, 2013, 2014; Parker, 2006; Redford, 2020) *incluyendo los de propiedad intelectual* (Sobel, 2008); y, en el que se evite que se desarrollen *formas de emprendimiento improductivas* (Murphy et al., 1993; Baumol, 1996), especialmente las asociadas a los buscadores de renta (Choi y Storr, 2019; Canh et al., 2020).

Hechas todas estas consideraciones iniciales, estamos en disposición de discutir más en profundidad, acerca de las claves sobre las que diseñar una promoción del emprendimiento de alto impacto como estrategia de competitividad y el papel central que en este proceso tiene una adecuada asignación del talento al desempeño de la función empresarial.

II. FACTOR EMPRESARIAL Y CRECIMIENTO

La búsqueda de las causas por las que fracasan los países y regiones y los orígenes de la prosperidad (Acemoglu y Robinson, 2012), siguen siendo, desde 1776, interrogantes que permanecen en la agenda de investigación de los economistas. El papel de la inversión en los factores productivos reproducibles (3), de la innovación y sus externalidades, o un correcto funcionamiento de las instituciones, han sido algunos de los determinantes del crecimiento más intensamente explorados tanto desde el punto de vista teórico como empírico (Aghion y Durlauf, 2005)(4). A estos factores podemos añadir el interés por conocer cuál es la contribución del *emprendimiento* (Audretsch, 2006), esto es, el papel de este como *driver* del crecimiento.

Curiosamente, y a pesar de no disponer de proposiciones demasiado precisas ni de evidencia robusta, entre analistas y responsables de las políticas públicas se ha instalado la idea de que el uso de la promoción del *autoempleo* es un pilar clave de cualquier estrategia de competitividad regional, por sus efectos sobre el crecimiento, la innovación y creación de empleo, sin tener en cuenta que estos impactos están condicionados, al menos, por las siguientes circunstancias: i) por el hecho de que no todo autoempleado es un *emprendedor de alto impacto*; ii) por la participación relativa en el autoempleo de las formas de *emprendimiento* genuino frente a las no genuinas;

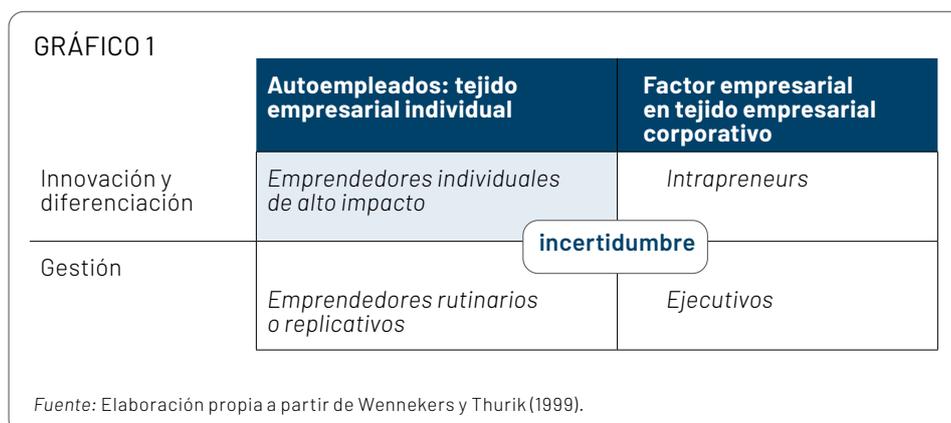
iii) por el efecto de las instituciones y elementos que configuran el ecosistema de emprendimiento (Acs et al., 2019), y, iv) por los efectos de la asignación del talento entre las actividades emprendedoras y no emprendedoras (Murphy et al., 1999).

1. No todo autoempleado es un emprendedor de alto impacto

En base a las principales teorías acerca de la función empresarial, la actividad del factor empresarial se caracteriza por el desempeño de al menos una de las siguientes acciones: i) reducir las ineficiencias siempre existentes en la empresa (Leibenstein, 1969); ii) detectar las oportunidades de beneficio que siempre existen en los mercados (Kirzner, 1999); iii) llevar a cabo la toma de decisiones estratégicas en escenarios de incertidumbre (Knight, 1921), y, iv) innovar (Schumpeter, 1947). Y todo ello, con independencia del grado de éxito o fortuna con la que lleve a cabo esta labor y de su vinculación con la propiedad (5).

Realmente cualquier trabajador por cuenta propia, cualquier autoempleado, es un empresario en el sentido de *Knight*, porque todos ellos se enfrentan a la incertidumbre en la toma de decisiones (6), y cualquiera de ellos tiene que aspirar a reducir las ineficiencias siempre existentes en cualquier organización productiva. Así, todos los autoempleados, gerentes o equipos de gestión de las corporaciones, desempeñan la función empresarial y pueden ser considerados empresarios *knightianos* y *leibinstinianos*. Sin embargo, solo algunos de ellos establecerán estrategias orientadas a buscar poder de mercado, ya sea a través de estrategias comerciales de diferenciación o a través de la introducción de innovaciones. Serán estos últimos, los llamados a convertirse en *emprendedores de alto impacto* (Acs, 2008), logrando posiciones de liderazgo científico-tecnológico y alcanzando posiciones dominantes en los mercados.

Adaptando y extendiendo la tipología de Wennekers y Thurik (1999) sobre los empresarios *schumpeterianos*, consideraremos que los emprendedores de alto impacto serán aquellos agentes capaces de crear proyectos de emprendimiento orientados a lograr poder de mercado, ya sea a través de la innovación o de estrategias comerciales, bien por cuenta ajena –*intrapreneurs*– o por cuenta propia –*emprendedores*



individuales de alto impacto-. Estos últimos son el objeto de nuestro estudio (gráfico1).

Por tanto, convendremos que no es posible operacionalizar el emprendimiento de alto impacto a través del autoempleo. En parte, porque deja a un lado a todo el tejido empresarial corporativo, y en parte, porque identificar a los emprendedores de mejor desempeño económico con los autoempleados es meter en el mismo saco al tejido empresarial que aspira al liderazgo y al tejido empresarial rutinario.

Siguiendo esta argumentación y centrándonos exclusivamente, a partir de ahora, en el tejido empresarial individual, las políticas de promoción empresarial que aspiren a contribuir al crecimiento no pueden consistir en la aplicación de incentivos horizontales que promuevan de manera indiscriminada cualquier tipo de transición al autoempleo (7), sino que han de focalizarse en la promoción de aquellos proyectos con más potencial de crecimiento, asociados al liderazgo en la innovación o al establecimiento de estrategias comerciales que deriven en diferenciación de producto, segmentación y poder de mercado. Y todo ello, en el marco de estrategias integrales que incluyan todo un conjunto de medidas de seguimiento y acompañamiento, incluyendo, en su caso, la vinculación de la percepción de ayudas con el cumplimiento de ciertos objetivos.

Desde esta perspectiva, el fomento del *emprendimiento* como forma de contribuir a la prosperidad económica de un país no es sólo una cuestión numérica, sino también cualitativa en la que hay que primar el acceso al autoempleo de aquellos que sean capaces

de alcanzar las “mejores” oportunidades de beneficio, las que permiten obtener beneficios extraordinarios.

2. Formas de emprendimiento y sus rendimientos

El tejido empresarial individual, el trabajo por cuenta propia, es un grupo altamente heterogéneo. Como ya ha quedado de manifiesto, la prevalencia de unas determinadas formas *no genuinas* de autoempleo será indicativa de un peor desempeño y, por tanto, de una falta de adecuación a los objetivos de la estrategia de competitividad y crecimiento regional/nacional.

Es un hecho bien estudiado por la literatura, que aquellos cuya decisión de emprender tiene su origen en la detección y realización de una oportunidad de beneficio (*empresarios por motivo oportunidad*) constituyen una especie distinta de aquellos otros que entran al autoempleo buscando refugio ante la falta de ofertas de empleo asalariado (*empresarios por necesidad*) y que los resultados del desempeño de la función empresarial y sus impactos macroeconómicos son mejores para los primeros que para los segundos (Caliendo y Kritikos, 2009; Block y Sandner, 2009; Caliendo *et al.*, 2015; Van Stel, *et al.*, 2018; Caliendo *et al.*, 2023) (8).

La literatura, también parece apuntar a que los empleadores con asalariados tienen una mayor probabilidad de éxito, medido en términos de supervivencia, que los *trabajadores por cuenta propia sin asalariados* (Millán *et al.*, 2014).

De la misma forma, los *trabajadores por cuenta propia dependientes*, esto es aquellos que tienen una

muy alta dependencia de un solo cliente o de un número muy reducido de ellos –entre los que se incluyen los falsos autoempleados– también presentan unos rendimientos peores que las de los emprendedores independientes (Roman *et al.*, 2011).

Por tanto, parece desprenderse que son las transiciones al autoempleo “independiente” desde el empleo asalariado (*empresarios por oportunidad e híbridos*) los que constituyen el grupo objetivo para promover el autoempleo de alto impacto, y dentro de ellos, a los que quieran acometer proyectos como empleadores frente a los que simplemente quieran desarrollar su actividad profesional como un trabajador independiente. El resto de las transiciones, ya sean las protagonizadas por desempleados o incluso por asalariados bajo formas de autoempleo dependiente, no contribuirán a los objetivos de la estrategia de competitividad. La promoción del autoempleo inclusivo, o la estrategia de convertir desempleados en autoempleados serán políticas que fomentan la cohesión social, pero que no contribuyen a la estrategia de competitividad regional.

En suma, los autoempleados o trabajadores por cuenta propia representan un colectivo muy heterogéneo, y la estrategia de cuanto más mejor no está necesariamente alineada con los objetivos de crecimiento (Shane, 2009; Congregado *et al.*, 2010).

3. El ecosistema, las instituciones y la incertidumbre

La literatura relacionada con los factores que determinan la configuración de un tejido empresarial orientado al crecimiento introduce el término *ecosistema de emprendimiento* para referirse a los *drivers* que favorecen la existencia de un tejido empresarial cualificado o de alto impacto (Alvedalen y Boschma, 2017; Audretsch *et al.*, 2019). En una primera aproximación, este concepto hace referencia al conjunto de elementos interrelacionados que facilitan la creación y el desarrollo de empresas generadoras de innovación, aunque, en un sentido más amplio, también abarcaría a cualquier tipo de emprendedor, de alto impacto, cualificado o productivo, esto es capaz de generar alto valor añadido. Se trata, de un sistema de redes, tanto formales como informales, que comprende elementos institucionales y del en-

torno económico de diversa naturaleza, los cuales interactúan de manera compleja (Stam y Van de Ven, 2018). Diseñar un contexto que favorezca las condiciones ideales para la promoción y apoyo del emprendimiento, ya sea especializado o no, se convierte en un marco útil para la intervención política y el diseño de políticas de promoción empresarial y desarrollo territorial (Glaeser *et al.*, 2010).

Por tanto, identificar y caracterizar cuáles son los elementos, actores clave, estructuras e instituciones en las que se desarrollan empresas de éxito es una forma de entender las condiciones óptimas que propician la aparición de este emprendimiento de alto impacto y el desarrollo económico (Audretsch, 2007).

4. La asignación del talento entre el emprendimiento y el trabajo por cuenta ajena

Llegados a este punto, nada hemos dicho acerca de la repercusión de la asignación del talento entre las actividades emprendedoras y profesionales. Murphy *et al.* (1996), desarrollan un modelo que avala la idea de que la tasa de progreso tecnológico y el crecimiento de la renta están determinados por la habilidad media de los individuos que acceden al desempeño de la función empresarial y que, en contextos en los que la densidad del tejido es escasa y se producen excesos de oferta de trabajo, los trabajadores más cualificados se convertirán en empresarios aumentando así la calidad del tejido y así, su impacto sobre el crecimiento económico.

Inspirándose en este modelo, Iyigun y Owen (1999), distinguen dos tipos de capital humano: el profesional –necesario para el trabajo por cuenta ajena– y el empresarial –el propio del emprendimiento–. Formulando leyes dinámicas de acumulación para cada uno de estos tipos de capital, establecen algunas proposiciones especialmente interesantes. La primera es que, a medida que la retribución de la actividad por cuenta ajena es mayor, los individuos tienen menores deseos de emprender e invertir en capital humano empresarial, mientras que cuanto mayor sea la probabilidad de éxito en las actividades empresariales, los individuos estarán dispuestos a invertir en la acumulación de este tipo de capital y, por consiguiente, a emprender. Estos resultados nos indican que, en determinados contextos será nece-

sario intervenir para que se produzca una adecuada acumulación de este tipo de capital dado su papel de motor del crecimiento.

III. TALENTO E IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

La clave, pues, es propiciar que aquellos que tienen la habilidad para “capturar y realizar” las mejores oportunidades de beneficio, opten por convertirse en empresarios gracias a la disposición de adecuadas estructuras de incentivos y a disponer de instituciones que favorezcan su asignación al desempeño de la función empresarial. Se trata de eliminar obstáculos y favorecer la valoración relativa del trabajo por cuenta propia frente al trabajo por cuenta ajena en el problema de elección de ocupación.

Para entender la importancia de esta asignación del talento a la función empresarial, reflexionemos acerca de cómo funciona el proceso de identificación y realización de las oportunidades de negocio y sobre cómo está ligado a la posesión de determinado tipo de capital humano.

Para ilustrar nuestra argumentación, de forma detallada, consideremos que, sin pérdida de generalidad, en cualquier momento existen un número finito de oportunidades de negocio que pueden ser explotadas

a través de la “realización” de diferentes configuraciones productivas, simbolizadas en el gráfico 2, por las diferentes bolas incluidas en el cubo.

Nuestra intuición en este punto es que, en un marco gobernado por la libertad de empresa, tras cada identificación y puesta en marcha, es decir, tras cada extracción existe reemplazamiento (9) y que, fruto de la eficiencia en la gestión, una misma oportunidad puede ejecutarse generando diferentes grados de rentabilidad.

Las oportunidades de beneficio se encuentran ordenadas, de forma que las bolas situadas más arriba representan oportunidades de beneficio con rentabilidades más altas que las situadas en las capas inferiores, aunque serán más difíciles de identificar y capturar porque requieren de un conocimiento que no está al alcance de todos. Así, las bolas de tonos verdes, situadas en la cota más alta, estarán en la frontera científico-tecnológica. Por el contrario, las bolas rojas, situadas en la parte inferior de la urna, representan oportunidades que requieren de niveles de conocimiento tan básicos que casi todo el punto tiene capacidad para identificarlas y realizarlas (las propias de proyectos replicativos y rutinarios).

Para un mismo nivel, pensemos, por ejemplo, en el representado por las bolas rojas, no todos serán capaces de ejecutar una misma oportunidad de ma-

GRÁFICO 2

¿SON TODAS LAS OPORTUNIDADES IDENTIFICADAS POR TODOS?



Fuente: Elaboración propia.

nera idéntica; existirán diferencias de rentabilidad en función del grado de eficiencia que se logre en la gestión del negocio, razón por la cual las bolas situadas a la derecha disponen de un color más intenso que representa una mayor rentabilidad que las bolas de color menos intenso de su mismo nivel, situadas a su izquierda. Es decir, la eficiencia en la gestión – *efficiency-managed businesses*– conducirá a que una misma oportunidad de negocio genere diferentes resultados económicos y a que el desplazamiento hacia la derecha en un mismo nivel se convierta en una aspiración de mejora continua, una especie de proceso continuo de reducción de las ineficiencias que siempre existen en la empresa –*empresario Leibensteiniano*–. Por tanto, serán las competencias en gestión empresarial las que favorezcan ese desplazamiento. Nos referimos aquí, al arte de la dirección estratégica, la analítica de negocio, la inteligencia de negocio o cualquier estrategia que logre reducir costes gracias a mejoras en la función de producción o al éxito negociador en los mercados de factores.

Volvamos a fijarnos en las bolas situadas en una misma cota de altura, pero en vez de movernos de izquierda a derecha, desplacémonos ahora en profundidad. Una misma oportunidad –incluso las del nivel más bajo– puede generar, gracias a la diferenciación, una mayor rentabilidad que aquellas otras que no han conseguido segmentar la demanda y crear un grupo de demandantes específicos para su variedad de producto. El efecto de la diferenciación –normalmente protegida por una marca– ha de permitir, incluso para un mismo nivel –las del mismo color–, movernos más al fondo (representadas por un color más intenso), que también serán más rentables.

Es así como, el objetivo, el emprendimiento de mayor impacto, quedará representado por las bolas más alejadas del origen en profundidad y altura, quedando luego, en manos de la habilidad en la gestión el podernos mover de izquierda a derecha.

Aunque es posible que algunas de esas bolas se adquieran a través de la posesión de un talento innato, de conocimiento no intelectual, o como resultado del efecto de la transmisión empresarial (Henley, 2021) (10), estaremos de acuerdo en que dependiendo del estado del arte y del grado de avance científico técnico, estas oportunidades requerirán de la posesión

de un determinado tipo de capital intelectual que esté alineado con los requisitos científico-técnicos dominantes en cada momento histórico, para cualquiera de los tres vectores considerados: innovación, comercialización y gestión.

Por tanto, el primer reto es disponer del talento intelectual adecuado para conseguir combinaciones productivas disruptivas en términos de innovación, que generarán monopolios, al menos temporales. El segundo, disponer del talento de comercialización y conocimiento de la demanda que permita generar diferenciación, y aprovechar el poder de mercado que la segmentación les confiere. Tanto en uno como en otro caso, la protección de los derechos de propiedad intelectual, a través de patentes, marcas o mediante la combinación de ambas ha de permitir prorrogar o perpetuar este poder de mercado, lo que equivale a que la extracción de la bola se hace, al menos temporalmente, sin reemplazamiento.

Al mismo tiempo, cualquier oportunidad puede ser potenciada gracias a la eficiencia en la gestión.

Sobre esta base, uno podría argumentar que potenciar la formación de talento en el sector en el que en cada momento se encuentre el paradigma científico tecnológico, reforzado por la adquisición de competencias comerciales y de gestión, y conseguir, a través de una adecuada estructura de incentivos, que este talento se asigne a la función empresarial, constituyen la receta para disponer de un *tejido empresarial de alto impacto orientado al crecimiento*.

Por tanto, hay que propiciar la existencia de esquemas de incentivos que favorezcan esta asignación del talento al emprendimiento: i) eliminando las barreras a la entrada; ii) tratando de disminuir el coste de oportunidad que representa el trabajo por cuenta ajena en puestos en los que este conocimiento intelectual tiene la recompensa de elevados salarios acompañados de alta protección (11); iii) garantizando la protección de los derechos de propiedad intelectual, sin los cuales se perdería el incentivo a invertir recursos en la exploración de las oportunidades de las cotas más altas y profundas; iv) evitando que, a través de subvenciones y ayudas de retención del empleo, se perpetúen estructuras ineficientes en el mercado erosionando las posibilidades de sus competidores; y,

v) evitando que los buscadores de renta y empresarios *improductivos*, puedan alcanzar poder de mercado a partir de concesiones administrativas o a través de prácticas restrictivas de la competencia.

Este tipo de agentes se situarán en la parte más profunda y elevada de la “urna” y aunque en determinadas situaciones no tengan incentivos a moverse a la derecha, dado los amplios márgenes que les otorgará la innovación o la diferenciación, tarde o temprano fruto de la competencia deberán avanzar en la búsqueda de la eficiencia. Es así como el propiciar la innovación –*innovation-driven economy*–, la orientación al mercado –*opportunity-based economy*– y la eficiencia en la gestión –*efficiency-driven-economy* se convierte en la clave para generar una economía orientada al crecimiento, basada en el emprendimiento de alto impacto –*entrepreneurial-economy*.

IV. ¿QUÉ TIPO DE TALENTO HEMOS DE ATRAER AL EMPRENDIMIENTO?

Una vez justificado el papel del emprendimiento como factor de competitividad o *driver* del crecimiento económico, la siguiente cuestión es dilucidar en qué dirección y en qué sectores han de concentrarse estos emprendedores para poder liderar el crecimiento futuro.

De manera general, se parte de la premisa de que para mantener o alcanzar las primeras posiciones en el *ranking* económico mundial o regional –salvo que gracias al azar se disponga de la posesión de algún recurso muy escaso– hay que lograr, y en su caso mantener y acrecentar, el liderazgo tecnológico, ya que este es elemento clave para garantizar el poder de mercado y la consiguiente generación de rendimientos superiores a los normales.

Es así como el liderar el avance tecnológico y la innovación suele ser la clave de bóveda de cualquier estrategia de competitividad y crecimiento. Para ello se requiere no solo de una apuesta decidida por disponer del mejor talento científico-tecnológico, sino que también hay que conseguir que, quienes disponen de él, decidan emprender. En otros términos, disponer de este tipo de talento puede resultar irrelevante si no se dispone de un tejido empresarial capaz de de-

mandar ese tipo de competencias –pensemos en un tejido empresarial rutinario– o si no se crea un marco adecuado para que los poseedores de este talento lideren los nuevos proyectos de emprendimiento.

En virtud de estas consideraciones, este tipo de estrategias suelen incorporar acciones encaminadas a: i) realizar cambios en el sistema educativo que refuerce las competencias más alineadas con las nuevas tendencias tecnológicas e incentivar que el talento se oriente hacia sectores estratégicos (12), llegando incluso a crear arquetipos empresariales a imitar, que sean ejemplos inspiradores y que favorezcan esta elección; ii) atraer el talento científico tecnológico proceda de donde proceda (13); y iii) favorecer que sean ellos, los poseedores de este talento, los que nutran el nuevo tejido empresarial, con incentivos y con una adecuada promoción de la cultura del emprendimiento en estos potenciales emprendedores.

Detrás de esta estrategia parece subyacer el que la única forma de lograr este poder de mercado es a través de la innovación, y que, por tanto, el éxito o fracaso en la atracción y asignación de este talento al emprendimiento, esto es el conseguir empresarios *schumpeterianos*, es la única receta posible. Sin embargo, la innovación no es la única fuente de poder de mercado.

Pensemos en el vector *kirzneriano* de la función empresarial. Este enfatiza en la idea de que el factor empresarial, gracias a la exploración permanente que hace de las oportunidades y demandas latentes y de su capacidad para combinar factores y tecnología, es capaz de generar nuevos productos, de manera análoga a la forma en la que un químico combina sustancias para crear nuevos compuestos en un laboratorio. Esas nuevas combinaciones no suponen necesariamente innovaciones, pero pueden permitir obtener poder sobre la fijación de los precios.

En el caso de la innovación, esta se obtiene gracias al poder de monopolio que otorga el ser el único proveedor, al menos durante el período de protección de la patente. En otros casos, es la diferenciación de producto el origen de este poder de mercado.

La visión más extendida y predominante en el análisis económico del *emprendimiento* ha sido la de igualar

al empresario innovador *schumpeteriano* con el emprendimiento de alto impacto, y, por consiguiente, al vector de la innovación, ignorando, casi de manera generalizada, la importancia de la acción económica del empresario *kirzneriano* no innovador. En cierto sentido, esto es tanto como despreciar una parte sustancial de la capacidad de generación de rentas económicas y no tener en cuenta el potencial aprovechamiento de otras fuentes de poder de mercado que pueden llegar a ser tan importantes como la innovación.

Pero, sobre todo, es que promover este vector parece más factible para territorios en los que su situación de atraso relativo dificulte acceder a ciertos niveles científico-tecnológicos y, por tanto, acometer estrategias de competitividad basadas en la innovación. Dicho de otra forma, la potencia de la diferenciación como generadora de poder de mercado puede ser tan importante como la innovación y a veces, su combinación con la búsqueda de la eficiencia productiva una opción más realista, para regiones menos avanzadas.

Es por ello, que la política de promoción empresarial –dejando a un lado la pauta de especialización sectorial que corresponda en cada momento–, debe poner el mismo énfasis en propiciar la asignación del talento innovador como la del talento comercial a la función empresarial. Con este fin, se debe crear un ecosistema que favorezca la acumulación y difusión de este conocimiento para aprovechar sus externalidades, y que proteja los derechos de propiedad intelectual en el marco de estrategias realistas adaptadas a las oportunidades que cada región puede aspirar a alcanzar en función de su *stock* de capital humano empresarial.

V. CONCLUSIONES

El análisis de la función empresarial y del agente que la ejerce revela la complejidad y heterogeneidad del tejido empresarial, y subraya la importancia de lograr una adecuada asignación de talento que garantice contar con un tejido empresarial orientado al crecimiento y la competitividad. A lo largo del artículo, se ha puesto de manifiesto que no se debe equiparar el autoempleo con el *emprendimiento de alto impacto*, ya que este último se caracteriza por la búsqueda de poder de mercado

a través de la innovación o de la diferenciación. Los emprendedores que ostentan estas características son los que contribuyen de manera más significativa al crecimiento económico y a la creación de empleo.

Se ha argumentado que las políticas de promoción del autoempleo de carácter horizontal, aunque necesarias para la cohesión social, no contribuyen a la promoción de este tipo de emprendimiento que necesita medidas diferenciadas y orientadas a aquellos que tienen la capacidad de generar poder de mercado gracias a su talento comercial e innovador.

Además, nuestra discusión apunta a la relevancia de disponer de un ecosistema empresarial propicio. La creación de un marco regulatorio adecuado, la protección de los derechos de propiedad intelectual, la estabilidad macroeconómica y el diseño de incentivos que no generen distorsiones son aspectos críticos para fomentar la innovación y asegurar la supervivencia de las empresas emergentes. En suma, hay que adoptar un enfoque cualitativo, priorizando cualidades como la innovación, la diferenciación comercial y la capacidad de adaptación al mercado.

También se ha enfatizado en la importancia de que el talento se alinee con el paradigma científico tecnológico. La formación y la educación en habilidades STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas) deben ser parte integral de las estrategias de crecimiento, características hoy día esenciales que han de formar parte de cualquier proceso de capital humano que aspire a innovar. Sin embargo, junto al talento innovador, e igualmente válido para los objetivos de la estrategia de competitividad, es conseguir que el talento comercial contribuya al desarrollo de nuevas oportunidades de mercado de alto impacto.

Por otro lado, la evidencia parece apuntar a que este talento se potencia especialmente a través de la experiencia, de forma que la promoción del emprendimiento debería focalizarse preferentemente en los empleados, y que la promoción de formas híbridas de autoempleo puede ser una buena estrategia para este fin.

Las recomendaciones finales se centran en la necesidad de establecer políticas integrales que alineen

los objetivos de las estrategias educativas, de investigación, y de promoción del emprendimiento de alto impacto a través de la creación de un ecosistema empresarial favorable. Atraer talento innovador y comercial es también esencial para lograr un tejido empresarial dinámico y competitivo. Por lo tanto, las instituciones públicas deben actuar proactivamente para diseñar incentivos que maximicen la efectividad de estas políticas. En suma, para generar un verdadero impacto económico es crucial reconocer la diversidad del tejido empresarial y gestionar adecuadamente los recursos sin que ello suponga negar la importancia de los usos de la promoción del autoempleo como instrumento de cohesión social.

NOTAS

- (1) Para lo cual tanto las estrategias educativas o las políticas de atracción del talento deberán estar alineadas con este fin.
- (2) Ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas.
- (3) Incluyendo no solo el capital físico –privado y público– sino también el capital humano.
- (4) En este *handbook* hay una excelente revisión del estado del arte.
- (5) Nos referimos aquí a que en el desempeño de la función empresarial tienen cabida tanto agentes para los que no existe separación entre la propiedad y el control (los llamados empresarios-propietarios que conforman el tejido empresarial individual) como aquellos que toman las decisiones estratégicas de la empresa sin tener vinculación con la propiedad dentro de corporaciones (tejido empresarial corporativo).
- (6) Los trabajadores autónomos dependientes y los falsos autónomos no tendrían cabida, desde esta perspectiva, en este grupo. Al estar su demanda está garantizada, habrían perdido el rasgo característico del emprendimiento consistente en enfrentarse a la incertidumbre, por lo que se asemejarían a los trabajadores por cuenta ajena.
- (7) El uso de la promoción del autoempleo como un instrumento más de política de fomento del empleo convirtiendo, por ejemplo, a desempleados en autoempleados, (Baumgartner y Caliendo, 2008) o las políticas inclusivas que tratan de corregir ciertos sesgos observados en la distribución del autoempleo por grupos de población (Kontos, 2003; Shaheen, 2016), constituyen ejemplos de políticas no orientadas al crecimiento.
- (8) Advertir que, aunque el motivo de entrada al autoempleo no tiene por qué ser el determinante del éxito o fracaso de una aventura de emprendimiento, en términos agregados, es mayor el éxito –medido a través de su probabilidad de supervivencia, impacto o rendimientos– entre aquellos que entraron guiados por una oportunidad que entre los que lo hicieron por necesidad. Sin embargo, no hay que descartar que la clave de este resultado esté más bien en la voluntariedad o involuntariedad de la decisión (O'Donnell et al., 2024). Por otro lado, es de esperar que entre los empresarios por necesidad habrá un predominio de emprendedores rutinarios y replicativos, mientras que los innovadores de alto impacto se concentrarán en el grupo de los empresarios por oportunidad. A efectos de identificación, la literatura propone identificar a los empresarios por oportunidad con aquellos cuyo estado anterior a convertirse en autoempleado era el empleo por cuenta ajena, mientras que los empresarios por necesidad son identificados con aquellos desempleados que deciden convertirse en trabajadores por cuenta propia. Un caso particular lo constituyen los llamados emprendedores híbridos, esto es, aquellos asalariados que deciden emprender compatibilizándolo con su actividad principal, como forma de vencer su aversión a la incertidumbre y al coste de oportunidad de la transición. Estos últimos también presentan una mayor probabilidad de éxito y mejor desempeño que los empresarios por necesidad (Demir et al., 2020).
- (9) Convendremos que la diferenciación y la innovación y su protección por patentes y marcas, harían que en el proceso no hubiese este reemplazamiento.
- (10) Henley (2021) acuña este término para referirse a que existe una mayor probabilidad de transición al autoempleo por parte de empleados de pequeñas empresas, debido al grado de conocimiento del negocio que adquieren con la experiencia.
- (11) Sin que ello suponga desincentivar a los *intrapreneurs*.
- (12) Pensemos, hoy día, en el sector STEM y al elemento digital como tecnología habilitante.

(13) Baste, como ejemplo de esta estrategia, el papel que la administración Obama otorgó al triángulo ciencia, innovación y emprendimiento como pilares de la prosperidad y bienestar de América. La promoción de la innovación y el emprendimiento, creando programas de aceleradoras de empresas, incentivando la creación de centros de emprendimiento y fomentando este en el segmento de población con más probabilidad de crear *startups* de alto crecimiento, aquellos que poseían talento STEM. Esta estrategia llegó hasta el punto de que dada la escasez de este tipo de talento, y lo costoso (sobre todo en tiempo) de iniciar procesos para generarlo, se optó por iniciar una auténtica competición internacional por atraer el talento, llegándose incluso a modificar la ley de inmigración para generar el efecto deseado (*Dream Act*).

BIBLIOGRAFÍA

- Acemoglu, D. y Robinson, J. A. (2012).** Why nations fail: The origins of power, prosperity, and poverty. Currency.
- Acs, Z. J., Estrin, S., Mickiewicz, T. et al. (2018).** Entrepreneurship, institutional economics, and economic growth: an ecosystem perspective. *Small Business Economics*, 51, 501-514.
- Aghion, P y Durlauf, S. (Eds.). (2005).** *Handbook of Economic Growth*. Elsevier.
- Alvedalen, J. y Boschma, R. (2017).** A critical review of entrepreneurial ecosystems research: towards a future research agenda. *European Planning Studies*, 25(6), 887-903.
- Arin, K. P., Huang, V. Z., Minniti, M., Nandialath, A. M. y Reich, O. F. (2015).** Revisiting the determinants of entrepreneurship: A Bayesian approach. *Journal of Management*, 41(2), 607-631.
- Audretsch, D. B. (2006).** *Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth*. Edward Elgar Publishing.
- Audretsch, D. B. (2007).** Entrepreneurship capital and economic growth. *Oxford Review of Economic Policy*, 23(1), 63-78.
- Audretsch, D. B., Bönte, W. y Keilbach, M. (2008).** Entrepreneurship capital and its impact on knowledge diffusion and economic performance. *Journal of Business Venturing*, 23(6), 687-698.
- Audretsch, D., Colombelli, A., Grilli, L., Minola, T. y Rasmussen, E. (2020).** Innovative start-ups and policy initiatives. *Research Policy*, 49(10), 104027.
- Audretsch, D. B., Cunningham, J. A., Kuratko, D. F., Lehmann, E. E. y Menter, M. (2019).** Entrepreneurial ecosystems: economic, technological, and societal impacts. *The Journal of Technology Transfer*, 44(2), 313-325.
- Baumgartner, H. J. y Caliendo, M. (2008).** Turning unemployment into self-employment: Effectiveness of two start-up programmes. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 70(3), 347-373.
- Baumol, W. J. (1996).** Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive. *Journal of Business Venturing*, 11(1), 3-22.
- Caliendo, M., Hogenacker, J., Künn, S. y Wießner, F. (2015).** Subsidized start-ups out of unemployment: a comparison to regular business start-ups. *Small Business Economics*, 45, 165-190.
- Caliendo, M. y Kritikos, A.S. (2009).** I want to, but I also need to: Start-ups resulting from opportunity and necessity. *IZA DP*, No. 4661.
- Caliendo, M., Kritikos, A. S. y Stier, C. (2023).** The influence of start-up motivation on entrepreneurial performance. *Small Business Economics*, 61(3), 869-889.
- Canh, N. P., Kim, S. y Thanh, S. D. (2020).** Entrepreneurship and natural resource rent-seeking: the roles of institutional quality. *Economics Bulletin*, 40(2), 1159-1177.
- Castaldi, C. y Mendonça, S. (2022).** Regions and trademarks: Research opportunities and policy insights from leveraging trademarks in regional innovation studies. *Regional Studies*, 56(2), 177-189.
- Choi, S. G. y Storr, V. H. (2019).** A culture of rent seeking. *Public Choice*, 181, 101-126.
- Congregado, E., Golpe, A. A. y Carmona, M. (2010).** Is it a good policy to promote self-employment for job creation? Evidence from Spain. *Journal of Policy Modeling*, 32(6), 828-842.
- Congregado, E., Rodríguez-Santiago, A. y Román, C. (2024).** Is employment protection legislation a driver or an inhibitor of entrepreneurship? The interaction between stringency and enforcement. *International Journal of Manpower*, 45(10), 115-143.

- Demir, C., Werner, A., Kraus, S. y Jones, P. (2020).** Hybrid entrepreneurship: a systematic literature review. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 34(1), 29-52.
- Fairlie, R. W. y Krashinsky, H. A. (2012).** Liquidity constraints, household wealth, and entrepreneurship revisited. *Review of Income and Wealth*, 58(2), 279-306.
- Gentry, W. M. y Hubbard, R. G. (2000).** Tax policy and entrepreneurial entry. *American Economic Review*, 90(2), 283-287.
- Glaeser, E. L., Rosenthal, S. S. y Strange, W. C. (2010).** Urban economics and entrepreneurship. *Journal of Urban Economics*, 67(1), 1-14.
- Harper, D. A. (2013).** Property rights, entrepreneurship and coordination. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 88, 62-77.
- Harper, D. A. (2014).** Property rights as a complex adaptive system: how entrepreneurship transforms intellectual property structures. *Journal of Evolutionary Economics*, 24, 335-355.
- Henley, A. (2021).** The rise of self-employment in the UK: entrepreneurial transmission or declining job quality? *Cambridge Journal of Economics*, 45(3), 457-486.
- Huggins, R. y Williams, N. (2011).** Entrepreneurship and regional competitiveness: the role and progression of policy. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(9-10), 907-932.
- Hurst, E. y Lusardi, A. (2004).** Liquidity constraints, household wealth, and entrepreneurship. *Journal of Political Economy*, 112(2), 319-347.
- Iyigun, M. F. y Owen, A. L. (1999).** Entrepreneurs, professionals, and growth. *Journal of Economic Growth*, 4(2), 213-232.
- Kirzner, I. M. (1999).** Creativity and/or alertness: A reconsideration of the Schumpeterian entrepreneur. *The review of Austrian economics*, 11(1), 5-17.
- Knight, F. H. (1921).** *Risk, Uncertainty, and Profit*. Boston MA: Hart, Schaffner and Marx; Houghton Mifflin.
- Kontos, M. (2003).** Self-employment policies and migrants' entrepreneurship in Germany. *Entrepreneurship & Regional Development*, 15(2), 119-135.
- Lattacher, W., Gregori, P., Holzmann, P. y Schwarz, E. J. (2021).** Knowledge spillover in entrepreneurial emergence: A learning perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 166, 120660.
- Lee, C. K., Wiklund, J., Amezcuca, A., Bae, T. J. y Palubinskas, A. (2022).** Business failure and institutions in entrepreneurship: A systematic review and research agenda. *Small Business Economics*, 58(4), 1997-2023.
- Millán, J. M., Congregado, E. y Román, C. (2014).** Entrepreneurship persistence with and without personnel: The role of human capital and previous unemployment. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10, 187-206.
- Murphy, K. M., Shleifer, A. y Vishny, R. W. (1991).** The allocation of talent: Implications for growth. *The Quarterly Journal of Economics*, 106(2), 503-530.
- Murphy, K. M., Shleifer, A. y Vishny, R. W. (1993).** Why is rent-seeking so costly to growth? *The American Economic Review*, 83(2), 409-414.
- O'Kean, J. M. (2000).** Teoría económica de la función empresarial: el mercado de empresarios (Vol. 33). Alianza Editorial.
- O'Kean, J. M. (2000).** *Teoría e conómica de la función empresarial: el mercado de empresarios (Vol. 33)*. Alianza Editorial.
- O'Donnell, P., Leger, M., O'Gorman, C. y Clinton, E. (2024).** Necessity entrepreneurship. *Academy of Management Annals*, 18(1), 44-81.
- Parker, S. C. (2006).** Law and the Economics of Entrepreneurship. *Comp. Lab. L. & Pol'y J.*, 28, 695.
- Redford, A. (2020).** Property rights, entrepreneurship, and economic development. *The Review of Austrian Economics*, 33(1), 139-161.
- Rodriguez-Santiago, A. (2022).** Re-Evaluating the Relationship Between Economic Development and Self-Employment, at the Macro-Level: A Bayesian Model Averaging Approach. *International Journal of Interactive Multimedia & Artificial Intelligence*, 7(3).
- Román, C., Congregado, E. y Millán, J. M. (2011).** Dependent self-employment as a way to evade employment protection legislation. *Small Business Economics*, 37, 363-392.
- Scaringella, L. y Radziwon, A. (2018).** Innovation, entrepreneurial, knowledge, and business ecosystems:

- Old wine in new bottles? *Technological Forecasting and Social Change*, 136, 59-87.
- Schumpeter, J. A. (1947).** Capitalism, socialism and democracy. Routledge. 2013.
- Shaheen, G. E. (2016).** "Inclusive entrepreneurship": A process for improving self-employment for people with disabilities. *Journal of Policy Practice*, 15(1-2), 58-81.
- Shane, S. (2009).** Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy. *Small Business Economics*, 33(2), 141-149.
- Sobel, R. S. (2008).** Testing Baumol: Institutional quality and the productivity of entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 23(6), 641-655.
- Stam, E. y Van de Ven, A. (2021).** Entrepreneurial ecosystem elements. *Small Business Economics*, 56(2), 809-832.
- Van Stel, A., Millán, A., Millán, J. M. y Román, C. (2018).** The relationship between start-up motive and earnings over the course of the entrepreneur's business tenure. *Journal of Evolutionary Economics*, 28, 101-123.
- Wennekers, S., y Thurik, R. (1999).** Linking entrepreneurship and economic growth. *Small Business Economics*, 13, 27-56