



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
EMPRESARIALES

**FACTORES CLAVE EN EL
DESARROLLO DEL
EMPRENDIMIENTO**

Autor: Luis Torroba Hidalgo

Madrid
Mayo, 2014

Resumen:

El objetivo de este trabajo es identificar los factores clave que explican el desarrollo del emprendimiento en una región. En primer lugar se clarifica una definición del concepto de emprendimiento y se analizará el impacto de este en el desarrollo económico de una región, para tener un mayor entendimiento del tema a tratar. Posteriormente se analizará cómo influyen la cultura, la formación y la financiación en el desarrollo del emprendimiento en una región, llegando a la conclusión de que el factor principal que explica este desarrollo es la cultura, la cual se adquiere mediante la formación de la sociedad y, además, es factor clave en la financiación que encontramos en una determinada región.

Abstract:

The goal of this paper is to identify the key factors that explain the development of entrepreneurship in a region. First of all, the concept of entrepreneurship will be clarified and the impact of the economic development of a region will be analyzed to have a greater understanding of the subject matter. After, the culture, education and funding will be analyzed to determine how they influence the development of entrepreneurship in a region, to conclude that the main factor behind this development is culture, training is the means by which that culture is achieved and funding is a result of an entrepreneurial culture.

Palabras clave:

Emprendimiento, start-up, factores clave, cultura, formación, financiación.

Key Words:

Entrepreneurship, star-up, key factors, culture, education, funding.

Indice

Introducción.....	4
Objetivos	4
Metodología	5
Estado de la cuestión	5
Estructura general	6
Marco Teórico.....	8
Emprendimiento.....	8
Emprendimiento social.....	11
Espíritu emprendedor.....	12
<i>Start-up</i>	13
Análisis.....	15
Impacto económico del emprendimiento	15
Factores clave del emprendimiento.....	17
Cultura.....	17
Formación.....	23
Financiación.....	26
Conclusiones	34
Bibliografía.....	37

Introducción

Objetivos

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal analizar la actividad emprendedora a nivel mundial con el fin de identificar los factores clave que influyen en el desarrollo del emprendimiento en una región. En este estudio el término emprendimiento hace referencia a la creación de nuevos proyectos asociados a la innovación y la tecnología que buscan romper con el mercado tradicional o incluso crear un nuevo mercado a partir de una idea y con pocos recursos. Además, se pretende entender la relevancia que tiene el emprendimiento como actividad económica. Por ello, analizaremos el impacto de este en la economía de una región. Así, será más fácil entender la dimensión e importancia del emprendimiento.

Después de analizar varios estudios sobre el tema a tratar, se parte del supuesto que existen tres factores que explican el desarrollo del emprendimiento en una determinada región, su cultura, la formación que recibe la sociedad de esta región y la financiación disponible.

Con ello, el objetivo primario de la investigación, es analizar el grado en el que estos tres factores influyen en el desarrollo del emprendimiento, constatando si se pueden considerar factores explicativos o, por el contrario, factores resultantes de este fenómeno. De esta manera, se pretende desmentir ciertos mitos y suposiciones sobre este tema. A medida que se ha investigado sobre estos factores, ha sido cada vez más patente la existencia de relaciones entre ellos. Por ello, no sólo tendremos en cuenta el grado de influencia, sino también las relaciones entre ellos y cómo afectan estas a la sociedad de una determinada región.

Se espera que este trabajo sirva como guía para identificar los factores que explican el emprendimiento y de esta manera poder determinar las acciones a llevar a cabo en una región para conseguir desarrollar el emprendimiento.

Metodología

Para la realización de este trabajo se ha llevado a cabo un análisis partiendo de las teorías e ideas de otros autores. Estas fuentes han sido obtenidas a través de una búsqueda de información en bases de datos como EBSCO, Google Scholar... Así como búsquedas de datos en otras bases, tales como GEM, Crunchbase, Angel list, ASCRI y World Bank. Otros informes como los publicados por Accenture, World Bank o ESADE también servirán como fuente para obtener datos y distintas visiones acerca del tema del emprendimiento.

A partir de la información obtenida se delimitará un marco conceptual ante un concepto tan heterogéneo como es el emprendimiento, para posteriormente analizar los distintos elementos que influyen en el desarrollo de este.

Por lo tanto, la metodología utilizada en esta investigación será inductiva de carácter cualitativo, ya que se parte del análisis de varios estudios previos, tanto de carácter cualitativo como cuantitativo, con el fin de llegar a una conclusión sobre los factores clave en el desarrollo del emprendimiento.

Estado de la cuestión

El modelo de negocio conocido como *start-up* ha revolucionado el mercado actual. Cada día son más los casos de éxito que abarcan portadas de diarios tanto nacionales como internacionales. Se trata de empresas asociadas a la innovación y la tecnología que buscan romper con el mercado tradicional o incluso crear un nuevo mercado a partir de una idea y con pocos recursos. Se caracterizan por ser empresas con un alto nivel de rentabilidad-riesgo, ya que sólo una de cada diez es capaz de “sobrevivir” tras el primer año en funcionamiento, mientras que las que consiguen triunfar se valoran en millones de dólares.

Estas *start-ups* son producto de aquellas personas que se atreven a emprender. Al tratarse de la creación de nuevos negocios, se reconoce al emprendimiento como una actividad que potencia el desarrollo económico de una región. Esta situación ha generado un nuevo

escenario en el que se intenta fomentar el emprendimiento con vistas a una evolución en la economía, en la sociedad y en la innovación de una región.

Por ello, en este estudio se pretende analizar cuáles son los factores clave que influyen en el desarrollo del emprendimiento de una región con el fin de obtener una respuesta a cuáles son los principales factores que llevan a la población a emprender.

Estructura general

La estructura del trabajo contará en primer lugar con el marco teórico, que aclare qué es el emprendimiento, y conceptos fundamentales como el emprendimiento social, el espíritu emprendedor y *start-up*. Para ello se partirá de una revisión de la literatura que explique los distintos puntos de vista y que permita al lector hacerse con una idea global sobre el concepto que se quiere analizar en esta investigación.

Ya en el análisis encontramos dos partes principales:

1. Impacto económico del emprendimiento: Donde se analizará el impacto que tiene la actividad emprendedora sobre la economía de una región, con el fin de acentuar la importancia del desarrollo del emprendimiento en una región. En concreto se tomarán varios estudios como guía para plantear como afectan las características del emprendimiento en la economía.
2. Factores clave del emprendimiento: Se partirá de la premisa que existen tres factores claves que explican el nivel de emprendimiento de un lugar, su cultura, su formación y la financiación disponible. Se analizará cada factor para determinar la importancia de cada uno y como se interrelacionan. Primero se analizará la cultura según las dimensiones de Hofstede y se determinará que tipo de cultura es más determinante para el desarrollo del emprendimiento, así como la importancia de esta. En segundo lugar, se analizará cómo la formación afecta al nivel de emprendimiento y cómo se relaciona con la cultura. Por último, se dará una visión

sobre los distintos métodos de financiación y cómo influyen estos en el nivel de emprendimiento de una región.

Por último, una conclusión resumirá la importancia de cada factor en el nivel de emprendimiento, cómo afectan estos al desarrollo de una región y cómo se relacionan entre ellos. Se resumirá el concepto de emprendimiento y la importancia de este en la economía, para después hacer una conclusión principal en la que se responderá a cuáles son los factores clave para el desarrollo del emprendimiento y las relaciones existentes entre estos. Además se arrojarán una serie de conclusiones secundarias, resultantes del análisis realizado.

Marco Teórico

Para entender el concepto de emprendimiento nos apoyaremos en distintos aspectos que nos darán una imagen global sobre el tema que se estudia en este trabajo. En primer lugar se expondrán algunas definiciones de emprendimiento de diferentes autores con la finalidad de llegar a una definición propia uniendo los aspectos más importantes de cada autor. A continuación se analizará el concepto de emprendimiento social, con el fin de entender que el objetivo final de estas empresas no tiene porqué ser económicos. También se describirán cuáles son las actitudes hacia el emprendimiento y se analizarán las características comunes de los emprendedores. De esta forma se pretende conseguir una noción, no sólo sobre la actividad de emprender sino también sobre el tipo de personas que llevan a cabo esta actividad. Por último se hará hincapié en el concepto de *start-up*, la base del emprendimiento.

Emprendimiento

Según el diccionario de la Real Academia Española, emprendimiento y emprender consiste en *acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro*. Además define al emprendedor como *aquel que emprende con resolución acciones dificultosas o azarosas*.

Aún así, encontramos una evolución a lo largo del tiempo del concepto de emprendimiento y emprendedor, empezando desde el siglo XVIII, donde, según Cantillon¹, el emprendedor es aquella persona que trabaja a su propio riesgo *sin tener la certeza del beneficio que obtendrá de esta empresa*. El incentivo principal es que si la empresa tiene éxito el emprendedor se enriquecerá, aunque si fracasa supondrá la quiebra ya que ha de invertir su capital en la empresa.

¹ Richard Cantillon: Economista del siglo XVII cuya obra “Essai sur la Nature du Commerce en Général” da una visión general sobre todos los elementos de la economía de su época y donde establece importantes conclusiones sobre la teoría del valor.

La definición de Cantillon es el punto de partida para que más adelante Schumpeter (1982) en “Theory of Economic Development” defina al emprendedor como un innovador que implementa el cambio en los mercados a través de la realización de nuevas combinaciones que pueden tomar varias formas, ya sea con la introducción de nuevos productos, la creación de nuevas organizaciones o simplemente la reorganización de una empresa ya existente. Esta definición se ajusta en mayor medida al concepto que tenemos hoy en día sobre el emprendimiento ya que ha implementado el concepto de innovación. Ya no se ve al emprendedor como una persona que únicamente toma riesgos para obtener un beneficio, sino que ahora es fuente de innovación y desarrollo.

Más tarde encontramos nuevas definiciones sobre el emprendimiento y los emprendedores. Entre ellas destacamos la de Kirzner (1978) en su trabajo “Competition and Entrepreneurship” es donde afirma que el emprendimiento consiste en reconocer las oportunidades que brinda el mercado y tomar las decisiones oportunas para aprovecharlas. Bajo este punto de vista el emprendedor es visto como la persona con la habilidad de detectar estas imperfecciones en el mercado y de esta forma poder aprovecharlas. Este autor extiende la percepción de emprendimiento ya que no se trata y sólo de innovar, sino también de saber aprovechar las ventajas que brinda el mercado, ya que afirma que los mercados en los que operamos son imperfectos y siempre existe una forma de aprovecharse de ello. Si este no fuera el caso, no tendría sentido emprender ya que en un mercado de competencia perfecta aun innovando la falta de protección ante competidores supondría la pérdida del beneficio esperado.

Una de las definiciones más aceptadas sobre emprendimiento en el siglo XX viene de la mano de Gartner el cual sostiene que para definir emprendimiento habrá que tener en cuenta ocho temas principales: el emprendedor, la innovación, la creación de la organización, la creación de valor, la ganancia con o sin fin de lucro, el crecimiento, la singularidad, y el propietario-gerente (Gartner, 1990). Cualquiera de estos puntos de vista son válidos para definir el emprendimiento. Dependiendo del caso se puede centrar más en uno o en otro. En este trabajo nos centramos fundamentalmente en dos aspectos, la creación de una empresa y la innovación, es decir que la empresa se dedique a una actividad innovadora y para la cual se hace un análisis previo.

Ya en el siglo XXI encontramos en el artículo “The promise of entrepreneurship as a field of research” de Shane y Venkataraman del año 2000, una visión aun más detallada sobre el emprendimiento. Según estos autores, el emprendimiento consiste en innovar con el fin de encontrar fuentes de oportunidades existentes en el mercado para evaluarlas y explotarlas de forma eficiente. El emprendedor es aquella persona capaz de evaluar y explotar estas oportunidades con el fin de obtener un beneficio. Insisten en que la actividad emprendedora no tiene porqué, pero puede incluir, la creación de nuevas empresas. Como podemos observar, esta definición de emprendimiento es mucho más completa que las señaladas hasta este momento. En este caso fusionan dos conceptos muy importantes el de innovación y la evaluación y explotación de la oportunidad que brinda dichos descubrimientos. Además añade que el emprendimiento no tiene por qué ir ligado a la creación de una empresa, si no que puede darse en empresas ya existentes que necesiten un cambio para seguir siendo competitivas.

Tras analizar la evolución del término emprendimiento y con vistas a este estudio definiremos emprendimiento como:

La búsqueda, evaluación y explotación de oportunidades en el mercado a partir de la innovación, bajo unas circunstancias de futuro incierto y con una gran probabilidad de fracaso. El objetivo final será obtener un beneficio extraordinario (ya sea económico o social).

En cuanto al concepto de emprendedor, lo podemos definir como:

Aquella persona que lleva a cabo un proyecto el cual conlleva un alto riesgo de fracaso en un futuro incierto, con la finalidad de obtener un beneficio acorde con el riesgo de fracaso del proyecto.

Se debe destacar que el término emprendedor abarca varios sectores y aspectos, aunque para este trabajo nos vamos a centrar únicamente en los emprendedores de *start-ups*. Estos emprendedores se caracterizan por llevar a cabo proyectos tecnológicos de innovación que

buscan irrumpir en un nuevo mercado. Este tipo de emprendedores se suele asociar a personas con un carácter arriesgado y un espíritu luchador, aunque siempre sigue el mismo concepto; una persona que arriesga su trabajo y en algunos caso su capital con el fin de obtener una beneficio mayor en un futuro incierto.

Emprendimiento social

El emprendimiento va más allá de la creación de empleo. Cada vez es más común el término emprendimiento social, aquellas pequeñas empresas cuyo objetivo es el beneficio social y no el económico. Por lo tanto se acepta que el emprendimiento sirve también como herramienta para un cambio social, tanto en países desarrollados como subdesarrollados (Stryjan, 2006) (Weerawardena & Mort, 2006) (Nicholls, 2008).

Aunque el emprendimiento social sea un concepto que está creciendo en popularidad y cada vez sea más estudiado tanto en universidades como por los Estados para resolver problemas de índole social, no está bien explicado y normalmente se malentiende. Por ello, varios estudios intentan analizar las raíces de este término con el fin de dar una definición acorde al concepto. Boschee, entiende el emprendimiento social como *empresarios sin animo de lucro que prestan atención a las fuerzas del mercado sin perder de vista su misión, para equilibrar de alguna manera los imperativos morales y el beneficio de la empresa (...) y es este acto de equilibrar el verdadero corazón y alma de este movimiento* (Boschee, 1995). Según Bornstein el emprendedor social es *un pionero con una idea poderosa, que combina una actitud visionaria con la resolución de problemas sociales, que se comporta de forma ética, y que se encuentra “totalmente poseído” por su visión de cambio* (Bornstein, 1998). Otra gran definición de emprendimiento social es la que nos ofrece Leadbeater, que lo considera como *una amplia gama de actividades económicas, educativas, de investigación, de bienestar, sociales y espirituales que tienen lugar en varias organizaciones* (Leadbeater, 1997).

Entre los estudios más recientes destacamos la definición de Mair, que en un principio habla del emprendimiento social como *un proceso que consiste en el uso innovador y la*

combinación de recursos para explorar y explotar las oportunidades del mercado, y que tiene como objetivo catalizar el cambio social para atender las necesidades humanas básicas de una manera sostenible (Mair & Martí, Social entrepreneurship: What are we talking about? A framework for future research., 2004), para más tarde completarlo diciendo que *el cambio social es catalizado por la creación de organizaciones y/o prácticas que generan y son capaces de sostener los beneficios sociales* (Mair & Noboa, Social entrepreneurship: How intentions to create a social venture are formed, 2006). También cabe destacar la definición dada por Nicholls, quien afirma que *el emprendimiento social es un conjunto de actividades innovadoras y eficaces que se enfocan estratégicamente en la solución de los fallos sociales del mercado y la creación de nuevas oportunidades que puedan agregar de forma sistemática valor social mediante una serie de recursos y formas de organización capaces de maximizar el impacto social y lograr un cambio*, en otras palabras, *el emprendimiento social se define mediante dos elementos principales: un foco estratégico en el impacto social y un acercamiento innovador para conseguir este objetivo* (Nicholls, 2008). Hay que destacar que a estas definiciones les siguen estudios empíricos que analizan las prácticas consideradas como emprendimiento social (Jones, Latham, & Betta, 2008) (Mair & Martí, Social entrepreneurship: What are we talking about? A framework for future research., 2004) (Vasi, 2009).

Teniendo todo esto en cuenta, definiremos el término emprendimiento social como:

Un conjunto de actividades que tiene como fin lograr un cambio social que mitigue las desigualdades generadas por el sistema económico en el que vivimos, a través de una organización.

Espíritu emprendedor

Como se ha mencionado anteriormente, para emprender se necesitan una serie de capacidades, actitudes, valores y formas de actuar. A este conjunto se le denomina espíritu emprendedor. Tomando la referencia de distintos estudios, como resume Varela & Bedoya en su estudio sobre el desarrollo empresarial basado en las competencias, llegamos a la

conclusión de una persona emprendedora es aquella que desea superarse en todo momento, optimista y capaz de asumir riesgos. A su vez debe ser una persona que tenga la capacidad de leer el entorno social, económico, político, cultural, comercial y tecnológico para poder encontrar nuevas oportunidades. Capaz de percibir tendencias y de prever lo que va a ocurrir. Por supuesto debe ser una persona con iniciativa, capaz de anticiparse a los hechos y que sepa abordar esas situaciones de diversas formas, innovando. Debe tener la capacidad de lograr que sus compañeros acepten sus ideas siempre transmitiendo la dedicación y esfuerzo para el logro de los objetivos establecidos (Varela & Bedoya, 2006).

Teniendo esto en cuenta, hay que destacar que según un estudio realizado por la universidad de Baylor las actitudes más importantes a la hora de emprender son la actitud positiva hacia el éxito, una alta autoestima, percepción de control sobre las actividades llevadas a cabo y capacidad de innovación (Robinson, Stimpson, Huefner, & Hunt, 1991).

Para tener una visión más clara sobre el espíritu emprendedor y las actitudes que distinguen a un emprendedor del resto, vamos a comparar emprendedores con empleados. Se entiende por empleados aquellas personas que son contratadas por compañías en las que no son propietarios y donde su motivación principal es la retribución a cambio de su trabajo. Según un estudio llevado a cabo por Hartog, que estudia qué valor tienen las distintas habilidades dependiendo si el sujeto es un emprendedor o un empleado, los emprendedores dependen más de sus habilidades a la hora de ejercer su trabajo, entre las que se destacan las habilidades matemáticas, sociales y técnicas. Sin embargo, el empleado se beneficiará de una buena habilidad verbal y empatía. Además las actitudes de la persona son mucho más influyentes en los emprendedores que en los trabajadores, ya que un emprendedor con buenas actitudes y capacidades es capaz de generar mayor beneficio que un trabajador de su misma índole (Hartog, Praag, & Sluis, 2010).

Start-up

Para poder entender el siguiente estudio es necesario hacer una aclaración del concepto de *start-up*. El término *start-up* se hizo popular durante la burbuja de las empresas *puntocom*,

debido al gran número de empresas que se fundaban cada día. Se trata de empresas de nueva creación con una esperanza de vida limitada, ya que tienen una alta probabilidad de fracasar. Se caracterizan por el enfoque en la innovación, por la escasez de recursos (sobre todo al comienzo de su actividad) y por el elevado beneficio que pueden generar en caso de éxito. En comparación con las empresas tradicionales, las *start-ups*, una vez hayan validado su negocio, gozan de una ventaja competitiva enorme al tratarse de empresas con un gran potencial de crecimiento ya que se centran en nichos del mercado en los que consiguen diferenciarse de forma relevante.

Estas empresas de capital-riesgo se suelen asociar a la tecnología, destacando el desarrollo *web* y de *software*. Normalmente comienzan con una idea simple que se desarrolla a ritmo muy elevado, ya que siguen un modelo de negocio escalable y repetible. Aún así, la característica fundamental de una *start-up* es la flexibilidad. Al tratarse de empresas muy pequeñas, son capaces de ir cambiando su modelo negocio a medida que van avanzando y encontrando nuevas oportunidades o dificultades, a esto se le denomina pivotar.

La popularidad de este tipo de empresas se debe, en parte, a que no es necesario una gran suma de capital para comenzar, de hecho alguna de estas empresas comienzan su actividad sin invertir capital, incluso llegando a tener como sede de la empresa un garaje. La filosofía detrás de este tipo de empresas es que una persona sea capaz de tener éxito a partir de una idea de negocio, siempre y cuando trabaje lo suficiente para sacarla adelante sin detenerse ante las adversidades.

Análisis

Impacto económico del emprendimiento

Un aspecto clave del emprendimiento, reconocido por la mayoría de autores (Acs, Audretsch, & Strom, 2009) (Audretsch, The entrepreneurial society, 2007) (Baumol, 1990), es la influencia que tiene sobre el desarrollo económico de una región. El propio término implica crecimiento económico, ya que nos referimos a crear nuevos negocios, lo que a su vez creará más riqueza y más puestos de trabajo. Esto se debe a varias razones.

1. El emprendimiento y en especial las *start-ups* son el motor que facilita el desarrollo de nuevas capacidades. La ausencia de emprendedores ralentizaría el crecimiento económico, ya que estos son el mecanismo que une capital, trabajo y tecnología de una forma rápida, flexible y eficaz (Schumpeter J. A., 1939). Además la importancia de los emprendedores en el crecimiento económico de una región queda patente en distintos estudios (Baumol, 1990) (Fritsch, 2013) (Audretsch, The entrepreneurial society, 2007).
2. Las *start-ups* ayudan a estimular la productividad y promueven la eficiencia de las empresas ya establecidas en el mercado mediante el aumento de la competitividad y el foco en nichos de mercado (Baumol, 1990). Esto se debe a que el modelo de negocio de las *start-ups*, más rápido, focalizado y flexible que el de las empresas ya asentadas en el mercado, obliga a estas a ser más eficientes y competitivas, ya que si no, las *start-ups* se harán con su cuota de mercado. Además las innovaciones de las *start-ups* ayudan a encontrarnos con mercados con una mayor variedad de productos que satisfagan nuestras necesidades. De esta forma las *start-ups* logran, no solo mejorar la competitividad del mercado, sino que también estimulan el crecimiento.

3. El hecho de que las *start-ups* sean empresas de capital-riesgo se debe a que en su mayoría dedican sus esfuerzos a investigar y desarrollar nuevos productos que sean disruptivos. En cambio, las grandes empresas, las cuales ya están asentadas en sus respectivos mercados, centran sus esfuerzos en mejorar sus productos ya existentes y no intentan innovar hasta que un competidor lanza un producto nuevo, el cual les quita cuota de mercado. Un ejemplo muy claro es el mercado de telefonía móvil. Las grandes marcas de dispositivos móviles se encontraban bien asentadas en el mercado, como es el caso de Nokia o Samsung, hasta que Apple lanzó el *i-phone*. En ese momento las empresas se vieron obligadas a reaccionar y empezar a desarrollar proyectos innovadores. De esta forma las *start-ups* crean la necesidad de innovar y por consiguiente aceleran el crecimiento económico.

4. Las pequeñas empresas tienen mayor potencial de crecimiento que las grandes empresas (Almus & Nerlinger, 2000). Por un lado, las grandes empresas que se encuentran ya establecidas en el mercado se ven obligadas a monitorizar de forma intensiva todas sus operaciones debido a la estructura jerárquica que las caracteriza. Por otro lado, las pequeñas empresas, y en especial las *start-ups*, gozan de una estructura mucho más flexible lo cual permite experimentar e innovar de forma constante.

5. Dado que hoy en día vivimos en un mundo globalizado, las *start-ups* poseen una mayor capacidad para internacionalizarse, ya que “nacen globales” (Knight & Cavusgil, 2004). Esto les otorga una mayor capacidad de actuación y por consiguiente un mayor beneficio.

En conclusión, podemos afirmar que las regiones con altos niveles de emprendimiento se beneficiarán de un crecimiento económico fuerte en los siguientes años (Cumming, Johan, & Zhang, 2014).

Factores clave del emprendimiento

Cultura

El emprendimiento y la cultura de una región guardan una relación muy estrecha, debido al efecto de la cultura en las características de las organizaciones que forman una sociedad (House, Hanges, Javidan, Dorfman, & Gupta, 2004) . De hecho, los valores en una determinada cultura sirven de filtro para ciertos comportamientos afines al espíritu emprendedor (Hayton, George, & Zahra, 2002). Es más, se cree que las diferencias entre culturas de distintas regiones demuestran que de verdad existen culturas más asociadas al emprendimiento y donde es mucho más fácil emprender (Huisman, 1985).

Podemos definir la cultura de una región como un conjunto de valores y creencias compartidas en esa región y que motiva a la sociedad a comportarse de cierta manera (Hofstede, Culture's consequences: International differences in work related values, 1980). Hofstede² se centra en las diferencias interculturales entre distintos países para llegar a la conclusión que la diferencia entre estas culturas se puede resumir en cinco dimensiones:

1. **Distancia al poder:** Se refiere a la percepción de los individuos de una sociedad en cuanto a la desigualdad en la distribución de poder. Las sociedades con elevada distancia al poder se caracterizan, no sólo porque haya individuos con mucho más poder que otros, si no que también suele tratarse de naciones muy jerarquizadas y con efectivos mecanismos de control. En esta categoría se suelen encontrar países árabes y latinoamericanos. Varios autores argumentan que es posible que encontremos mayores niveles de emprendimiento en culturas con elevada distancia al poder debido a que se ejerce una influencia en las capacidades necesarias para comenzar un proyecto (Busenitz & Lau, 1996) (Mitchell, Smith, Seawright, & Morse, 2000).

² Geert Hofstede: Antropólogo alemán, cuya teoría sobre las dimensiones de las culturas explica las diferencias que se pueden encontrar en las distintas culturas regionales. Entre sus estudios cabe destacar "Culture's Consequences" y "Software of the Mind".

2. **Individualismo:** como oposición al colectivismo, hace hincapié en la tendencia de los individuos a actuar de forma autónoma, independizándose de los grupos sociales, o, por lo contrario, actuar principalmente como miembro de un grupo u organización. En las sociedades más individualistas, se valora más la libertad, la autonomía y el interés propio. Sin embargo, en las sociedades más colectivas, los individuos se consideran más interdependientes e iguales al resto. Además sienten que forman parte de un gran grupo, por lo que prefieren seguir las metas comunes antes que las personales. El materialismo y riqueza como fin que caracteriza a las sociedades individualistas, hacen que sean más adecuadas para el emprendimiento (Gupta, Chun Guo, Duarte Canever, Yim, Sraw, & Liu, 2010). De hecho, Hofstede (1980) argumenta que el énfasis en el grupo de las sociedades colectivistas, hacen muy difícil el éxito del emprendimiento.

3. **Masculinidad:** Esta dimensión representa las diferencias entre las sociedades cuyos valores están más cercanos a lo que tradicionalmente se entiende como “masculinos” o “femeninos”. Una sociedad “masculina” estará más centrada en la recompensa material, mientras que una más “femenina” se preocupará más por la calidad de la vida (Hofstede, 1998). Cuanta mayor sea la diferencia de valores entre la población masculina y femenina, mayor será el nivel de masculinidad (Hofstede & McCrae, 2004). En general las cualidades necesarias para dirigir una empresa tienden a ser masculinas (Heilman, 2001), lo que incluye al emprendimiento, ya que se necesita independencia, agresividad, autonomía y coraje, rasgos típicos del hombre (Gupta, Turban, Wasti, & Sidkar, 2009). Aun así hay que destacar que esta dimensión no tiene relación con el género del emprendedor, esta dimensión sólo hace referencia a un tipo concreto de sociedad.

4. **Evasión de la incertidumbre:** hace referencia a la tolerancia de la sociedad a la incertidumbre y la ambigüedad, es decir, la capacidad de una sociedad para asumir riesgos. Los miembros de las culturas que experimentan una mayor evasión de la

incertidumbre suelen sentirse incómodos ante situaciones nuevas e inesperadas. En este tipo de culturas, la sociedad intenta minimizar la incertidumbre mediante la imposición de estrictas leyes, estructuras bien definidas y mediante fuertes medidas de seguridad. Dado que el emprendimiento implica un alto nivel de riesgo, se asume que las sociedades con un alto nivel de evasión de la incertidumbre no tolerarán este tipo de prácticas. De hecho estudios como los de Shane (1993) y Kreiser, Marino, Dickson, & Weaver, (2010) demuestran empíricamente que existe una relación negativa entre la evasión de la incertidumbre e innovación, así como entre la evasión de la incertidumbre y la toma de riesgos.

5. **Orientación a largo plazo:** describe aquellas sociedades que tienen una perspectiva de futuro. Una sociedad con este tipo de orientación fomenta el ahorro y la inversión, es decir, se fomenta el uso del capital como herramienta para obtener aún más capital en un futuro. En cambio, las sociedades con una orientación más cortoplacista tienden a enfocarse más en el pasado y el presente y suele presentar altos niveles de consumo, por lo que no se suele encontrar inversión. Este tipo de sociedades se encuentran apalancadas en la tradición, lo que impide una fuerte innovación. Por lo tanto, una cultura que fomente el emprendimiento tenderá a tener una orientación más a largo plazo, ya que al fomentar la inversión favorece la creación de nuevos negocios. Por ello, los emprendedores deben desarrollar cualidades que sean compatibles con este tipo de sociedades si quieren sobrevivir a la competencia (Hofstede, 2001).

En conclusión, se piensa que una sociedad individualista, masculina con una gran distancia al poder y que no evade la incertidumbre, si no que promueve la toma de riesgos, constituye un ambiente muy favorable para el emprendimiento (Busenitz & Lau, 1996).

Para obtener una visión más nítida sobre cómo afecta la cultura al emprendimiento, vamos a analizar un caso concreto en los que la cultura ha supuesto un factor clave a la hora de emprender:

Análisis del caso:

Silicon Valley

Situado en el norte de California (EEUU) Silicon Valley se caracteriza por ser el centro del emprendimiento a nivel mundial. Alberga más de 9.000 *start-ups*, siendo la valuación media de \$4,7 millones y donde los salarios medios rondan los \$130 K. (Angellist).

El tremendo éxito de esta región como sede de las mayores firmas tecnológicas, se debe a distintos factores, aunque se cree que la principal es la estrecha relación que guarda con prestigiosas universidades y centros de I+D. En concreto, gracias a la Universidad de Stanford, fue posible el desarrollo de las primeras *start-ups*, como Hewlett Packard, que comenzó su actividad en un garaje gracias al apoyo del profesorado de esta Universidad. De hecho ese garaje se conoce ahora como “el lugar del nacimiento de Silicon Valley”. Poco a poco la Universidad de Stanford y, en especial, su departamento de ingeniería comenzó a atraer nuevo talento joven con ganas de comenzar su propia aventura empresarial, convirtiéndose de esta forma en un enclave del emprendimiento.

Pero no es sólo el prestigio de esta universidad la causa de este fenómeno, si no que es la cultura que se respira en esta facultad la verdadera causante del desarrollo empresarial de este lugar. Stanford ha propiciado siempre una cultura meritocrática, un espíritu emprendedor, un compromiso activo con las empresas locales y la industria, y una afiliación a la innovación tecnológica, lo cual ha propiciado un escenario favorable para el emprendimiento. Aunque esto no sería posible sin la diversidad de población, resultado de los estudiantes extranjeros que bien deciden estudiar en alguna universidad de la zona o deciden ir a emprender a Silicon Valley. Esta diversidad ha hecho posible el influjo de nuevas ideas, así como de nuevas culturas, lo que resulta en una mayor innovación.

Según un estudio llevado a cabo por Harris & Junglas (2013), lo que hace diferente a Silicon Valley son cinco factores únicos:

1. **Ambiente relajado pero eficaz:** El ambiente que se vive en Silicon Valley es relajado y armonioso, sin embargo, esa actitud relajada es sólo parte de la historia. Dentro de la oficina, se espera que los trabajadores salgan de su zona de confort y que cada vez sean más capaces de asumir mayores responsabilidades, sin importar su edad o experiencia. Las personas que trabajan aquí se caracterizan por su disposición a trabajar largas horas a un ritmo frenético, en constante tensión. Aquí, los ciclos de desarrollo de producto suelen abarcar solo unas semanas y no meses como la gran mayoría de empresas. Esto es posible debido a las políticas que llevan a cabo estas empresas, donde “hecho es mejor que perfecto”. Se promueve que se tomen riesgos aunque eso signifique caer en algún error incluso “romper” algo, ya que da pie a poder “pivotar” y cambiar de estrategia. De esta forma no solo se obtiene una alta productividad, sino que también se desarrolla la innovación.
2. **Comprometidos pero independientes:** Aunque la gente de Silicon Valley puede profesar una lealtad a sus empleadores, son verdaderamente fieles a su trabajo y sus colegas. Por ello, en realidad son “espíritus libres” que no se consideran parte de una empresa sino parte de un proyecto. Como resultado nos encontramos con una fuerza de trabajo que va más allá de las líneas marcadas por las empresas y la competitividad y cooperan entre si con la finalidad de conseguir un mayor intercambio de ideas y de esta forma favorecer la innovación. Esto es posible en Silicon Valley debido a las leyes imperantes en California, las cuales ponen trabas a las cláusulas de no competencia; a una gran comunidad de capital-riesgo; y a que casi no existe el desempleo para gente con habilidades informáticas.
3. **Ambiente competitivo pero cooperativo:** Las empresas y los individuos pueden ser competidores despiadados. Pero también cooperan regularmente hacia metas

más importantes. Como se ha señalado anteriormente, existe un intercambio de información a través de fronteras organizativas, lo que lleva a un mayor intercambio de ideas y un nivel mayor de innovación. Las causas que explican este fenómeno son, a parte de las leyes de California, la comunidad de capital-riesgo y el bajo desempleo; la retribución mediante acciones, los proyectos de código abierto y la existencia de redes profesionales personales.

4. **Pragmáticos pero optimistas:** La mentalidad que encontramos en Silicon Valley, no juzga los fracasos, si no que los ve como algo inevitable y una forma no sólo de mejorar sino de aprender. Se acepta que los trabajadores van a cometer errores, pero lo que de verdad les diferencia es que piensan que cualquier problema se puede resolver antes o después y que el proceso de resolver ese problema es una parte esencial de la innovación y el emprendimiento. Se podría decir que más “tiros a puerta” conduce a una mayor probabilidad de éxito.
5. **Motivación exterior pero realización interior:** Aunque es verdad que en este caso los trabajadores se mueven por el dinero, lo que de verdad les realiza como personas es ser reconocidos por su creatividad e innovación. Esto hace que las personas con mayor talento se vean obligadas a desafiarse a si mismo y de esta forma poder sacar lo mejor de ellos.

Formación

La formación de emprendedores es un tema de debate en la actualidad. Cada vez son más los estudios que afirman que un cambio en la educación de la sociedad, sobre todo en colegios y universidades, puede generar un alto nivel de emprendimiento, dado que ahora se considera el emprendimiento como una disciplina que puede aprenderse (Timmons, 2003). Lo que es más, se cree que esta formación es esencial para poder entender los mercados, el funcionamiento de las organizaciones que operan en estos y los cambios en la sociedad. Como dijo Baumol (1990), el estudio de la empresa sin un entendimiento del emprendimiento es como un estudio de Shakespeare en el que *el príncipe de Dinamarca ha sido suprimido de la discusión en Hamlet*.

En primer lugar, los productos y servicios ofrecidos hoy en día contienen mucha información técnica, difícil de comprender y es el emprendimiento el mecanismo que hace posible que los productos y servicios que contienen esta información se sigan desarrollando. Por lo tanto, el estudio de esta disciplina ayudaría a las futuras generaciones a comprender mejor la realidad que nos rodea y a ser capaces de seguir desarrollándola. En segundo lugar, el emprendimiento es el mecanismo gracias al cual se pueden descubrir y mitigar las ineficiencias temporales de la economía (Kirzner, Perception, Opportunity and Profit, 1979). Por último, si aislamos el emprendimiento de las distintas fuentes que generan cambios en una sociedad capitalista, nos damos cuenta que el motor principal de estos cambios es la innovación resultante del emprendimiento.

En la actualidad, son cada vez más las universidades y escuelas de negocio que ofrecen cursos sobre iniciativa emprendedora y pequeñas empresas, pero cada una sigue su propio modelo de enseñanza. Aun así, la base de esta formación reside en la enseñanza primaria, donde todavía no se están experimentando cambios significativos hacia esta dirección. De hecho encontramos sendos esfuerzos por parte del Estado para fomentar este tipo de formación tanto en colegios como universidades.

Se debe distinguir entre tres aspectos clave a la hora de formar alumnos en la disciplina del emprendimiento según Gorman, Hanlon, & King (1997): *formación en iniciativa*

empresadora, formación en empresas y formación en gestión de pequeñas empresas. Además, en este mismo estudio Gorman defiende que la formación en esta disciplina tiene que estar más orientada a la práctica, ya que de esta forma el alumno será capaz de desarrollar nuevas habilidades esenciales para llevar a cabo un proyecto. Dicho esto, se debe destacar que los cursos que se imparten normalmente no inciden en estos tres aspectos, si no que suelen desechar la formación en iniciativa empresadora (Kirby, 2004).

En cuanto al enfoque que debe tomar la formación hacia el emprendimiento encontramos numerosas teorías, de entre las que destaca la de Neck & Greene (2011). Este estudio analiza tres grandes enfoques en la formación al emprendimiento:

1. **El enfoque en el emprendedor:** Se centra en el emprendedor en sí, es decir, se centra en las actitudes y competencias que definen a una persona con un carácter emprendedor. Es un proceso selectivo donde los profesores intentan que los alumnos aprendan modelos de conducta sabiendo que estos podrán tener o no las actitudes necesarias para llegar a ser un emprendedor. Por ello, solo aquellos que compartan las características típicas de un emprendedor podrán avanzar en sus estudios según este enfoque.
2. **El enfoque en el proceso:** se centra en el proceso necesario previo al comienzo de un nuevo proyecto. Este proceso parte de la identificación de una oportunidad, la cual hay que desarrollar, para, una vez conseguidos los recursos necesarios, crear una empresa. Este enfoque se caracteriza por el análisis y constitución de un plan de negocio o “business plan” viable. Para ello, hay que centrarse en planificación y predicción, así como en estudio de casos anteriores. A diferencia que el enfoque en el emprendedor, este enfoque no es selectivo, ya que cualquier alumno puede aprender este proceso sin importar las actitudes que posee.
3. **El enfoque cognitivo:** parecido al enfoque del emprendedor, se centra en *cómo pensar de una forma empresadora* (Alemany, Alvarez, Planellas, & Urbano, 2011). Este enfoque se basa en un método de enseñanza dinámico, ya que reconoce hay varios estilos de emprendedores y planes de negocio, por lo tanto no es una

ciencia exacta sino que hay que centrarse en el modo de aprendizaje para poder tener éxito.

Con todo esto, Neck & Greene (2011) proponen que esta disciplina se base en una formación práctica y no teórica, como se ha hecho tradicionalmente. El emprendimiento se debería enseñar como un método y no como un proceso, debido a su carácter incierto y poco previsible.

Esta formación incide en tres aspectos clave. En primer lugar, *proporciona las capacidades requeridas para crear y hacer crecer una empresa. Además incrementa las habilidades cognitivas de los individuos para gestionar la complejidad que implica identificar y evaluar oportunidades, así como la creación y el crecimiento de nuevas organizaciones.* Por último, *tiene efectos culturales sobre las actitudes y comportamientos de los estudiantes* (Levie & Autio, 2008). Con lo que podemos concluir que la educación y formación son importantes, ya que afectan a las actitudes emprendedoras en gran medida, siendo más probable que una persona que tenga los conocimientos y habilidades necesarios para emprender, cree una *start-up*. Por otro lado, aquellas personas que no comparten estos conocimientos y habilidades tienen mucha más dificultad a la hora de emprender.

Por último, hay que destacar la estrecha relación que guarda la educación con la cultura de una región. Por lo tanto, el hecho de promover la formación en el emprendimiento puede resultar en la creación de una cultura emprendedora, lo que favorecería el crecimiento y desarrollo de esa región. Para ello, se debe empezar desde los más jóvenes con iniciativas que fomenten el acercamiento al emprendimiento desde edades tempranas. Este acercamiento no solo ayudaría a generar actitudes y capacidades necesarias para el emprendimiento, si no que también sería de gran utilidad en todo tipo de actividades laborales, incluso en la vida cotidiana.

Financiación

La financiación es uno de los factores más importantes del emprendimiento. Para llevar a cabo un nuevo proyecto empresarial es necesario tener capital, razón por la cual, aquellos emprendedores que no tienen o no consiguen levantar el capital suficiente, fracasan incluso antes de comenzar (Blanchflower & Oswald, 1998). Esto queda demostrado de forma empírica en el estudio llevado a cabo por Van Gelderen, Thrurik, & Bosma (2005) en el que concluye que la dificultad para conseguir el capital inicial es una variable que afecta de modo directo y negativo a la puesta en marcha de una empresa. Por ello, podemos ver la financiación como el medidor de éxito de una *start-up*, ya que el éxito de ésta reside en el capital que es capaz de conseguir.

La existencia de la financiación es el resultado de las limitaciones de capital de aquella persona que crea una empresa, ya sea una *start-up* o una gran empresa. Si cada emprendedor tuviese suficiente capital como para crear su propia empresa, entonces no existiría la financiación. Visto esto, hay que destacar que hoy en día la principal fuente para obtener “el capital semilla” son los llamados *family, friends and fools*, es decir, amigos y familiares del emprendedor, ya que para crear una *start-up* sólo se necesita una pequeña cantidad de capital.

Aun así, hay emprendedores que no se pueden hacer con el dinero necesario para comenzar el proyecto. Esto nos lleva a la cuestión sobre la limitación financiera en el emprendimiento. En un principio se consideraba característica fundamental del emprendedor la responsabilidad ante todos los riesgos que conllevaba su aventura empresarial. Por lo tanto se defendía que no debería haber financiación, ya que entonces, son las entidades que proporcionan el crédito las que asumen el riesgo financiero (Knight F. , 1921). Más tarde se defiende que la función del emprendedor es simplemente identificar las oportunidades del mercado, mientras que es el inversor quien asume el riesgo por él (Schumpeter J. , 1950). De esta forma se legitima la financiación como parte clave del emprendimiento.

Debido a que el emprendimiento ayuda al desarrollo de una economía, son muchos los organismos gubernamentales a nivel mundial que intentan potenciar la proliferación del

emprendimiento. Con este fin llevan a cabo varias acciones como otorgar ayudas económicas (subvenciones) a los emprendedores o protegerles legalmente. De todas las posibles acciones, se cree que las más efectivas son aquellas destinadas a la facilitación de financiación, ya que de esta forma reducen las limitaciones de los emprendedores. De estas acciones, destacan por su mayor efectividad, las desgravaciones fiscales para los fondos de inversión y la inversión directa por parte del gobierno a través de incubadoras y fondos de capital-riesgo estatales (World Bank, 2014).

Existen varios tipos de financiación:

- **Préstamos bancarios:**

En la sociedad actual los préstamos o créditos bancarios representan en gran parte la actividad económica de un país, ya que permite al ciudadano tener más capital que el que pueden generar, el cual utiliza para comprar desde una casa (hipotecas) hasta un electrodoméstico . Hoy en día es un tema en continuo debate por considerarse la causa de la crisis financiera que se ha vivido estos últimos años. Por esta razón se está restringiendo el uso de este instrumento financiero y resulta mucho más difícil obtenerlo.

Los préstamos bancarios suelen ser considerados por los emprendedores que necesitan financiación. Aún así, pocos los consiguen, debido a que para obtenerlos es necesario presentar grandes avales o garantías. Si lo analizamos, los emprendedores por definición crean empresas con un alto riesgo, por lo tanto los bancos necesitan asegurarse que aunque el negocio no prospere van a recibir el capital de vuelta. Lo que hace a esta situación más complicada es que los emprendedores que necesitan esta financiación es porque no disponen de capital suficiente, por lo que tampoco suelen tener avales que garanticen la devolución del dinero.

Para solucionar este bucle, algunas administraciones públicas han creado instituciones que facilitan “créditos suaves” a los emprendedores. Estas tienen como fin fomentar la creación, crecimiento y consolidación de las empresas, participando

activamente en la financiación de proyectos empresariales viables e innovadores y en la dinamización del mercado de capital riesgo (ENISA, 2011). Estos créditos suaves se caracterizan por tener un interés mínimo y por no pedir avales. Además en caso de quiebra de la empresa el emprendedor quedaría exento de toda responsabilidad. Sin embargo, para obtener este tipo de préstamos es necesario que la start-up cumpla una serie de requisitos.

Por último hay que recalcar que el impacto de la iniciativa empresarial en una región se ve mitigado significativamente por la falta o restricción del crédito, ya que se limita la toma de riesgos (Cumming, Johan, & Zhang, 2014)

- **“Ángeles inversores” o “Business angels”:**

Los ángeles inversores, más conocidos como *business angels*, son personas que invierten su propio dinero en pequeñas empresas que se encuentran todavía en su fase inicial, de forma privada y directa. Estos inversores, normalmente antiguos emprendedores exitosos, invierten con la esperanza de obtener un retorno muy alto, por ello suelen aportar sus conocimientos y experiencias, a parte del capital.

El *business angel* cubre el vacío que encontramos en la financiación que hay entre el propio capital del emprendedor o, incluso el préstamo bancario y un fondo de inversión. Lo podríamos definir como un fondo de capital-riesgo a pequeña escala.

Para estas personas, invertir en estas empresas no es solamente la búsqueda de un beneficio económico, es mucho más. Para los *business angels* el emprendimiento es una actividad con la que se sienten identificados, por ello ven inversión en *start-ups* como la oportunidad de mantenerse activos y además adquieren nuevos conocimientos y habilidades. También aspiran a promover el desarrollo económico de las comunidades en las que viven o trabajan, pues de esa manera se conservan los talentos locales y se crean empleos (Shane S. , 2005).

Los *business angels* siempre han actuado de forma individual y aislada, por lo que se les hacía muy costoso invertir en más de dos compañías a la vez. Esto era un grave problema, ya que la falta de diversificación aumentaba peligrosamente el riesgo. Por ello, desde hace unos años han surgido las redes de emprendedores, que hacen posible incrementar el capital invertido y aumentan la diversificación.

Estas redes están formadas por varios *business angels*, que se juntan con la finalidad de poder analizar y revisar las inversiones potenciales de una forma conjunta, aumentando de esta forma la cantidad de proyectos. Una característica fundamental de estas redes es que mantienen el anonimato de los integrantes que lo deseen y se les permite invertir como sociedad limitada, aún así sus miembros pueden seguir invirtiendo de manera individual. De esta forma se consigue que el inversor tenga su cartera diversificada gracias a la red y a su vez participar en aquellos proyectos que personalmente le guste sin necesidad que forme parte de la red.

Gracias a estas redes, los *business angels* aumentan sus conocimientos, gracias al intercambio de información continuo. Además las redes otorgan la posibilidad de levantar mucho más capital que el que un solo *business angel* podría, dándole la opción de invertir o bien en más proyectos, o bien en proyectos más grandes. Otra de las razones para invertir en grupo es la división de tareas. Al ser un grupo pueden analizar y evaluar las inversiones de forma mucho más efectiva que al encontrarse solos.

- **Fondos de Capital-Riesgo o *Venture Capital*:**

Los fondos de capital-riesgo, más conocidos como *venture capital* o simplemente “VC”, son fondos de inversión que se centran en nuevas y pequeñas empresas para invertir. Se denominan de capital-riesgo porque sus inversiones tienen un alto nivel de riesgo, pero a su vez el retorno puede ser muy alto. Aun así, estas empresas no se limitan a simplemente invertir, sino que también participan en la gestión y aportan su experiencia y habilidades con la finalidad de ayudar a que la empresa tenga éxito.

La Asociación Española de Entidades de Capital- Riesgo (ASCRI) lo define como una actividad financiera desarrollada por entidades especializadas, que proporcionan capital, de forma temporal (3-5 años) y generalmente minoritaria, a empresas no financieras, de naturaleza no inmobiliaria y que no cotizan en los mercados de valores. Su principal propósito es contribuir al desarrollo y expansión de la empresa para que su valor aumente. Para las nuevas empresas es difícil acceder al préstamo bancario, pero sí pueden acceder al capital riesgo, que ofrece capital a cambio de acciones en la empresa. El capital riesgo se centra principalmente en las perspectivas de futuro de la empresa, mientras que los bancos usan el desempeño pasado como principal criterio.

A diferencia que el crédito bancario, los VCs participan del capital de la empresa, es decir, adquieren parte del control de la empresa. Esta situación puede provocar varias tensiones entre el emprendedor y el fondo, ya que este último tiene el derecho a participar activamente en la gestión de la empresa. De hecho, después de las capacidades y recursos de las *start-up* y sus fundadores, el siguiente elemento más influyente en la formación y desarrollo de la *start-up* son los fondos de capital-riesgo (Audretsch & Thurik, What is new about the new economy: Sources of growth in the managed and entrepreneurial economies, 2001). El problema viene porque los objetivos de los emprendedores y de los VCs suelen divergir, ya que la meta del fondo suele ser obtener un beneficio financiero sobre su inversión, mientras que el emprendedor busca el desarrollo y crecimiento de su empresa sin enfocarse tanto en los beneficios que puede aportar. De hecho, el mayor conflicto que encontramos entre estos dos agentes suele ser a la hora de tomar la decisión de vender la empresa, ya que los fondos de inversión quieren recuperar su inversión mientras que el emprendedor quiere seguir con el desarrollo de su empresa.

Los *venture capital* influyen en las *start-ups* de dos maneras distintas. Por un lado, directamente, mediante la financiación (capital financiero) y la ayuda en la gestión de la empresa (capital humano). Por otro lado, de manera indirecta, al darles acceso

a su red de contactos, asumiendo así el papel de agentes de información y de recursos (capital social) (De Clercq, Fried, Lehtonen, & Sapienza, 2006).

Por todo esto, la decisión del emprendedor de financiarse mediante estos fondos no es fácil. Existen muchos emprendedores que se niegan a financiarse con capital-riesgo y otros tantos que han rechazado ofertas de estos al considerarlas abusivas. Aún así, en aquellas empresas donde tienen un equipo muy centrado en una sola actividad y necesitan de una buena gestión para desarrollarse los *venture capital* son la mejor alternativa. Incluso encontramos estudios (Hellmann & Puri, 2002) que confirman que las empresas financiadas por VCs gozan de una mejor gestión, sobre todo en recursos humanos, ventas y marketing.

- ***Bootstrapping:***

Son formas alternativas de financiación. Se considera como el método más efectivo y barato para asegurar que la empresa tenga un flujo de caja positivo. Esto es así, porque se basa en la capacidad del emprendedor para utilizar los recursos de su empresa con la finalidad de conseguir mayor capital o menor necesidad de este, ya sea para comenzar un nuevo proyecto, satisfacer las necesidades operativas o expandir su negocio (Ebben & Johnson, 2006). El *Bootstrapping* es una manera de que los emprendedores dependan de sí mismos sin la ayuda de otros. Es el emprendedor quien se financia su propia actividad mediante los activos y las ganancias de su empresa.

Se trata de una combinación de distintos métodos, entre los que destacan:

- Crédito comercial: Es normal que los proveedores extiendan el período del crédito sin cargar más intereses. De esta forma, es posible vender los productos antes de pagar, lo que da un flujo de caja positivo el cual se podrá invertir en otras actividades de la empresa.
- Factoraje o “factoring”: Se trata de una opción de financiación en la que el emprendedor vende los cobros que tiene pendientes a otra empresa que, por

lo general, aplica una tasa de descuento entre el 1% y el 15%. Entonces el comprador de la deuda se convierte en el acreedor y asume la tarea de cobrar la deuda, así como todos los procesos burocráticos que entraña la operación. Además, el *factoring* se puede realizar sobre una base de no notificación, es decir, los clientes de la *start-up* clientes no son conscientes de que sus deudas han sido vendidas.

- Arrendamiento financiero o “leasing”: Esta alternativa de financiación consiste en que el emprendedor firma un contrato con un arrendador, el cual le cede un bien a cambio del pago de unas rentas. Con este contrato el emprendedor es capaz de tener los activos necesarios para comenzar su empresa sin la necesidad de comprarlos. Además al término del contrato el emprendedor tiene la opción de comprar el bien, devolverlo o renovar el contrato. Este método resulta muy útil para aquellas empresas que necesitan activos costosos para comenzar su actividad y por lo tanto necesitarían una gran suma de capital.

Hoy en día la mayoría de las *start-ups* siguen un proceso común visto desde el punto de vista de la financiación, dividido en distintas fases:

1. **Etapa semilla o “Seed stage”:** Es la primera etapa, cuando el emprendedor concibe la idea y empieza a desarrollar un producto mínimo viable, es decir, un producto que contenga las características principales que se pensaron en un principio y que se pueda lanzar al mercado para analizar la reacción de este. En esta etapa el emprendedor y su equipo, normalmente formado por una o dos personas, comienzan a dar forma a la idea, intentando proyectar una estrategia, la cual deben definir en un modelo de negocio o *business plan*. De todas formas, en este momento el *business plan* suele ir cambiando a medida que el equipo se encuentra con oportunidades o barreras que hasta el momento habían pasado por alto.

En cuanto a la financiación, esta etapa se caracteriza por no necesitar grandes sumas de dinero. Principalmente encontramos dos fuentes de financiación, la financiación

propia, incluyendo a los *family, friends and fools* y los *business angels*.

2. **Etapa de desarrollo o “Early stage”:** Esta etapa se caracteriza porque ya se ha lanzado un producto al mercado y se tiene una masa crítica de clientes. La empresa empieza a crecer y con ella el equipo. Además, en algunos casos, la *start-up* empieza a obtener los primeros ingresos y se empieza a consolidar el modelo de negocio.

En esta etapa la financiación empieza a tomar mayor protagonismo, ya que a mayor inversión, más rápido será el crecimiento. En este momento entran en juego los fondos de capital-riesgo. Las primeras rondas de financiación varían desde los 40.000€ hasta llegar a los 5.000.000 €, aunque varía mucho dependiendo del país en el que tenga lugar.

3. **Etapa de crecimiento o “Growth stage”:** La *start-up* comienza a crecer a un ritmo exponencial. En estos momentos la empresa ya se encuentra establecida en su mercado, con una posición mas o menos consolidada. Se comienzan a mejorar los productos para ir ganando cuota de mercado y hacer competencia al resto de empresas.

Esta es la etapa en la que la financiación resulta un elemento fundamental. El capital que consiga levantar la *start-up* en estos momentos resultará crucial para su desarrollo, ya que cuanto más capital mayor será su capacidad para competir y lograr mayor cuota de mercado. En estos momentos pueden entrar en juego fondos de capital privado que suelen tener más recursos que los fondos de capital riesgo.

4. **Venta o “Exit”:** Una vez la empresa ya se encuentre bien consolidada en el mercado, llega el momento del planteamiento de la venta o *exit*. Generalmente distinguimos entre dos tipos de venta. Adquisición o fusión por parte de una gran compañía con vistas a mejorar su negocio o realizar una oferta publica de venta (OPV), es decir, una salida a bolsa.

Conclusiones

El emprendimiento, entendido como la búsqueda, evaluación y explotación de oportunidades en el mercado a partir de la innovación, bajo unas circunstancias de futuro incierto y con una gran probabilidad de fracaso, es uno de los elementos más importantes en el desarrollo económico de una región. Lo es, ya que se trata de la creación de nuevos negocios, lo que supone mayor riqueza y nuevos puestos de trabajo, acelerando el desarrollo económico. Además, al emprender, se crean nuevas capacidades y se promueve la competitividad en el mercado, obligando a las empresas a ser más eficientes. También, el emprendimiento promueve la innovación, lo que supone el desarrollo de nuevos productos y servicios que impulsaran el crecimiento económico. El nivel de emprendimiento en una región dependerá de distintos factores: la cultura, la formación y la financiación. Por ello, tras analizar los distintos factores que influyen en el nivel de emprendimiento, se arrojan varias conclusiones con varias implicaciones.

La *conclusión principal* a la que llegamos es que, de los tres factores influyentes, la cultura es el factor más importante que explica el emprendimiento en una región. Una región con una fuerte cultura emprendedora, no solo incentiva el emprendimiento, si no que atrae financiación, provocando un aumento exponencial en el nivel de emprendimiento. Con este fin, se debe impulsar la formación en emprendimiento que al fin y al cabo resultará en una cultura que favorece el emprendimiento. Con esto, nos damos cuenta que en realidad el factor que explica el emprendimiento en una región es la cultura, mientras que la financiación es un factor resultante de este hecho, aunque si se gestiona bien mediante el crédito puede resultar un factor explicativo. En cambio, la formación no resulta un factor clave para el emprendimiento en si pero es el medio a través del cual conseguir una cultura que favorezca el emprendimiento.

A esta conclusión llegamos a partir de varias *conclusiones secundarias*.

En primer lugar, la cultura es un elemento especialmente interesante a la hora de analizar el desarrollo económico de una región a lo largo de los años. Gracias a las diferencias culturales entre regiones con distintos niveles de emprendimiento, se puede decir que la

cultura es un factor clave para el desarrollo del emprendimiento. Hemos podido observar, como gracias a su cultura, Silicon Valley, es el centro del emprendimiento a nivel mundial. De hecho emprendedores de todo el mundo van a esta región conscientes de que ese ambiente les va a ser favorable y les ayudará a tener éxito.

Para dar respuesta a que cultura es más favorable a la hora de emprender, nos hemos basado en las cinco dimensiones de Hofstede. Tras el análisis, podemos concluir que las sociedades donde no se juzga el fracaso y se promueven comportamientos más arriesgados tienen mayores niveles de emprendimiento. Sin embargo, en sociedades preocupadas por el grupo, la calidad de vida y que son más modestas y sensibles, encontramos un ambiente más desfavorable para el emprendimiento.

Una vez dicho esto, nos damos cuenta que en la realidad las sociedades con mayores niveles de emprendimiento son aquellas que no se ciñen exclusivamente a estas características, si no que se caracterizan por la moderación y comparten ciertos aspectos contrapuestos en cada una de sus dimensiones. Esto queda patente en el caso de Silicon Valley, donde vemos que se trata de una región cuya sociedad es individualista, “masculina” con una gran distancia al poder y que no evade la incertidumbre, si no que promueve la toma de riesgos, pero a la vez se trata de una sociedad cooperadora, que busca calidad de vida, donde todo el mundo se trata como igual y pragmática.

En segundo lugar, concluimos que la formación es otra herramienta clave para impulsar el emprendimiento en una región. Esto se debe al hecho que emprender es una disciplina que se puede aprender, no es una faceta con la que nace. Aunque es verdad que no todas las personas tienen un espíritu emprendedor, hay una serie de capacidades y habilidades que se pueden inculcar en las personas mediante la educación. Además, como hemos visto anteriormente, incluir las competencias básicas del emprendimiento en la educación, no solo ayuda al desarrollo de este en una región, si no que también potencia el entendimiento de la realidad que nos rodea.

Tras analizar el estudio llevado a cabo por Neck & Greene sobre los distintos enfoques de la formación emprendedora, concluimos, que para que la formación tenga una influencia favorable en el desarrollo de las capacidades emprendedoras, el enfoque que se debe tomar

es más práctico que teórico. En otras palabras, para que una región se beneficie de un mayor emprendimiento, este se debería enseñar como un método y no como un proceso. De esta forma se evita caer en la trampa de la predicción y que se reaccione de forma distinta ante una misma situación.

Por lo tanto, si mediante la educación se consigue un cambio en las actitudes de una sociedad orientado hacia el emprendimiento, esta sociedad obtendrá la capacidad de poder crear y desarrollar nuevos negocios, así como identificar y gestionar las nuevas oportunidades que se le presentan. Además con el tiempo esta educación formará parte de la cultura de la sociedad, como en el caso de Silicon Valley.

Lo que más llama la atención de este análisis es la estrecha relación que guardan la educación y la cultura de un lugar. Con ello, concluimos que una correcta formación en emprendimiento suele dar lugar a una cultura emprendedora, que es lo que de verdad incide en el desarrollo del emprendimiento en una región. Por lo tanto, no trataremos la formación como un factor clave en el nivel de emprendimiento, si no más como un medio a través del cual se asientan las bases para una sociedad emprendedora.

Por último, hay que destacar la financiación como un aspecto clave a la hora de emprender. Tras analizar el estudio llevado a cabo por Van Gelderen, Thrurik, & Bosma (2005), vemos que la dificultad para conseguir el capital inicial es una variable que afecta de modo directo y negativo a la puesta en marcha de una empresa. Por lo tanto, en aquellas regiones que sea más fácil conseguir capital, ya sea por iniciativa pública o privada, se beneficiarán de una mayor actividad emprendedora.

Hay que destacar el problema que encontramos respecto al crédito para emprendedores. Después de analizarlo, llegamos a la conclusión que el aumento de crédito en una región, impulsado por una iniciativa pública, en la que se proteja a los emprendedores resulta en un aumento inmediato en el nivel de emprendimiento, aunque en ocasiones da pie a proyectos de menor calidad.

Bibliografía

- Audretsch, D. (2007). *The entrepreneurial society*. Oxford University Press .
- Audretsch, D., & Thurik, R. (2001). What is new about the new economy: Sources of growth in the managed and entrepreneurial economies. *Industrial and Corporate Change* , 267–315.
- Acs, Z. J., Audretsch, D. B., & Strom, R. J. (2009). *Entrepreneurship, growth and public policy*. Cambridge University Press .
- Alemany, L., Alvarez, C., Planellas, M., & Urbano, D. (2011). *Libro Blanco de la Iniciativa Emprendedora en España*. Barcelona.
- Almus, M., & Nerlinger, E. (2000). Testing “Gibrat’s Law” for young firms: empirical results for West Germany. *Small Business Economics* , 1-12.
- *Angellist*. (s.f.). Obtenido de www.angellist.com
- Busenitz, L., & Lau, C. (1996). A cross-cultural cognitive model of new venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice* , 25-39.
- Baumol, W. J. (1990). Entrepreneurship: Productive, unproductive and destructive. *Journal of Political Economy* , 893–921.
- Blanchflower, D., & Oswald, A. (1998). What makes an entrepreneur? *Journal of Labor Economics* , 26-60.
- Bornstein, D. (1998). Changing the world on a shoestring. *The Atlantic Monthly* , 34-37.
- Boschee, J. (1995). Social entrepreneurship: Some non-profits are not only thinking about the unthinkable, they’re doing it . *Across the Board, The Conference Board Magazine* , 5-20.
- Cumming, D., Johan, S., & Zhang, M. (2014). The Economic Impact of Entrepreneurship: Comparing International Datasets. *Corporate Governance: An International Review* , , 162–178.

- Cantillon, R. (2010). *Essai sur la Nature du Commerce en Général* . (C. Saucier, Trad.) Alabama: Mises Institute.
- Ebben, J., & Johnson, A. (2006). Bootstrapping in small firms: An empirical analysis of change over time. *Journal of Business Venturing* , 851-865.
- ENISA. (2011). *Empresa Nacional de Innovación, SA*. Obtenido de http://www.enisa.es/Acerca_Enisa.aspx
- De Clercq, D., Fried, V. H., Lehtonen, O., & Sapienza, H. J. (2006). An entrepreneur's guide to the venture capital galaxy. *Academy of Management Perspectives* , 90-112.
- Fritsch, M. (2013). New business formation and regional development: A survey and assessment of the evidence. *Foundations and Trends in Entrepreneurship* , 249-364.
- Gupta, V., Chun Guo, G., Duarte Canever, M., Yim, H., Sraw, G., & Liu, M. (2010). *Assessing the institutional environment for entrepreneurship in rapidly emerging major economies: The case of Brazil, China, India and South Korea*.
- Gupta, V., Turban, D., Wasti, S., & Sidkar, A. (2009). The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice* , 397-417.
- Gartner, W. B. (1990). What are we talking about when we talk about entrepreneurship? *ournal of Business Venturing* , 15-28.
- Gorman, G., Hanlon, D., & King, W. (1997). Some Research Perspectives on Entrepreneurship Education, Enterprise Education and Education for Small Business Management: A Ten year Literature Review. *International Small Business Journal* , 56-78.
- Huisman, D. (1985). Entrepreneurship: Economic and cultural influences on the entrepreneurial climate. *European Research* , 10-17.

- Hayton, J. C., George, G., & Zahra, S. A. (2002). National culture and entrepreneurship: A review of behavioral research. *Entrepreneurship Theory and Practice* , 33-52.
- Harris, J., & Junglas, I. (2013). *Decoding the Contradictory Culture of Silicon Valley* .
- Hartog, j., Praag, M. V., & Sluis, J. V. (2010). If You Are So Smart, Why Aren't You an Entrepreneur? Returns to Cognitive and Social Ability: Entrepreneurs Versus Employees. *Journal of Economics & Management Strategy* , 947-989.
- Heilman, M. (2001). Description and prescription: How gender stereotypes prevent women's ascent up the organizational ladder. *Journal of Social Issues* , 657-674.
- Hellmann, T., & Puri, M. (2002). Venture Capital and the Professionalization of Start-Up Firms: Empirical Evidence. *Journal of Finance, American Finance Association* , 169-197.
- House, R. J., Hanges, P. J., Javidan, M., Dorfman, P. W., & Gupta, V. (2004). *Culture, leadership and organizations: The GLOBE study of 62 societies*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*. Los Angeles: Sage.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: International differences in work related values*. Los Angeles: Sage.
- Hofstede, G. (1998). Masculinity/femininity as a dimension of culture. En G. Hofstede, *Masculinity and femininity: The taboo dimension of national cultures* (págs. 3-28). Thousand Oaks: Sage.
- Hofstede, G., & McCrae, R. (2004). Personality and culture revisited: Linking traits and dimensions of culture. *Cross-Cultural Research* , 52-88.

- Jones, R., Latham, J., & Betta, M. (2008). Narrative construction of the social entrepreneurial identity. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* , 330-345.
- Kirzner, I. M. (1978). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University Of Chicago Press.
- Kirzner, I. M. (1979). Perception, Opportunity and Profit. *University of Chicago Press* .
- Kirby, D. (2004). Entrepreneurship education: can business schools meet the challenge? *Education and Training* , 510-519.
- Knight, F. (1921). *Risk, Uncertainty and Profit*. Nueva York: Houghton Mifflin.
- Knight, G. A., & Cavusgil, S. T. (2004). Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. *Journal of International Business Studies* , 124–141.
- Kreiser, P., Marino, D., Dickson, P., & Weaver, K. (2010). Cultural influences on entrepreneurial orientation: The impact of national culture on risk taking and proactiveness in SMEs. *Entrepreneurship Theory and Practice* , 959-983.
- Levie, J., & Autio, E. (2008). A theoretical grounding and test of the GEM model. *Small Business Economics* , 235-263.
- Leadbeater, C. (1997). *The rise of the social entrepreneur* . Londres: Demos.
- Neck, H., & Greene, P. (2011). Entrepreneurship Education: Known Worlds and New Frontiers. *Journal of Small Business Management* , 55-70.
- Nicholls, A. (2008). Social entrepreneurship: New models of sustainable social change . *Oxford University Press* .
- Mair, J., & Noboa, E. (2006). Social entrepreneurship: How intentions to create a social venture are formed. En J. R. J. Mair, *Social entrepreneurship* (págs. 121-135). New York: Palgrave Macmillan.

- Mair, J., & Martí, I. (2004). *Social entrepreneurship: What are we talking about? A framework for future research*. IESE Business school, Barcelona.
- Mitchell, R., Smith, B., Seawright, K., & Morse, E. (2000). Cross-cultural cognitions and the venture creation decision. *Academy of Management Journal* , 974-993.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). *An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship* . Baylor University.
- Schumpeter, J. A. (1939). *Business cycles: A theoretical, historical, and statistical analysis of the capitalist process*. New York: McGraw-Hill.
- Schumpeter, J. A. (1982). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. New Jersey: Transaction Publishers.
- Schumpeter, J. (1950). *Capitalism, Socialism, and Democracy*. Nueva York: Harper and Row.
- Shane, S. (2005). *Angel investing: A report prepared for the Federal Reserve Banks of Atlanta, Cleveland, Philadelphia, Kansas City, and Richmond*.
- Shane, S. (1993). Cultural influences on national rates on innovation. *Journal of Business Venturing* , 59-73.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research . *Academy of Management. The Academy of Management Review* , 217-226.
- Stryjan, Y. (2006). The practice of social entrepreneurship: Notes toward a resource perspective . En C. S. Hjorth, *In Entrepreneurship as social change: A third movements in entrepreneurship book* (págs. 35-55). Chicago: Cheltenham and Northampton .
- Timmons, J. (2003). *Entrepreneurial thinking: can entrepreneurship be taught?* Chicago: Coleman Foundation.

- Van Gelderen, M., Thrurik, R., & Bosma, N. (2005). Success and risk factors in the pre-startup phase. *Small Business Economics* , 365-380.
- Varela, R., & Bedoya, O. L. (2006). *Model Conceptual de Desarrollo Empresarial Basado en Competencias*. Universidad Icesi: Estudios Genrenciales.
- Vasi, I. (2009). New heroes, old theories? Toward a sociological perspective on social entrepreneurship. En E. Elgar, *An introduction to social entrepreneurship: Voices, preconditions, contexts* (págs. 155–173). Cheltenham and Northampton.
- Weerawardena, J., & Mort, G. S. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal of World Business* , 21–35.
- *World Bank*. (2014). Obtenido de Global Economic Prospects: <http://www.worldbank.org/en/publication/global-economic-prospects>