



Universidad Pontificia de Comillas

EL ÉXITO EN EL EMPRENDIMIENTO

Autor: Álvaro García Maldonado

Director: Paloma Bilbao Calabuig

Madrid

Marzo 2015

Álvaro
García
Maldonado

EL ÉXITO EN EL EMPRENDIMIENTO



Índice de contenidos:

Índice de contenidos:.....	1
Resumen	2
Abstract	3
Estructura del trabajo	4
Introducción:	5
I) El propósito general de la Investigación.....	5
II) Contextualización del tema	6
III) Justificación del interés de investigación.....	7
IV) Objetivos de mi trabajo.....	8
V) Metodología empleada	10
Capítulo 1: Conceptos fundamentales del trabajo y breve pincelada de la situación actual del emprendimiento	13
Capítulo 2: Cuestiones que influyen determinantemente en el emprendimiento	17
2.1) La cultura y su influencia en el emprendimiento	17
2.2) Elementos influyentes íntimamente interrelacionados	19
2.2.1) La innovación cómo condición necesaria pero no suficiente	20
2.2.2) La relación entre el emprendimiento internacional con factores como la incertidumbre, el descubrimiento de oportunidades y la cognición.....	21
2.3) El emprendedor como <i>problem solver</i>	24
2.4) El emprendimiento por sectores.....	25
Capítulo 3: Respuesta a las preguntas inicialmente planteadas a cerca del fenómeno del emprendimiento.....	29
3.1) Principales <i>drivers</i> y frenos a la hora de emprender:.....	29
3.2) El perfil del emprendedor:	31
3.3) Las incubadoras de empresas y su ayuda al emprendedor.....	36
Capítulo 4: El emprendimiento social cómo fenómeno creciente.....	39
Capítulo 5: Conclusiones	42
Bibliografía:	45

Resumen

Este trabajo de investigación, que emplea la metodología de revisión crítica de la literatura, persigue el objetivo de identificar las claves del emprendimiento a nivel mundial en el periodo de los últimos 20 años, y analizar el futuro próximo del fenómeno emprendedor. Para ello emplea tres grandes categorías de preguntas, que le sirven como hilo conductor para el desarrollo organizado de la investigación. Estas son, por un lado, ¿En qué consiste el emprendimiento? Y ¿Cómo se es un emprendedor? Por otro, ¿Hay, y de existir, qué papel juegan las diferencias culturales alrededor del emprendimiento? Y finalmente, ¿Cuál es la concepción actual de la sociedad al respecto de este fenómeno? ¿Hacia dónde se dirige el emprendimiento? De mi trabajo se extraen como conclusiones, entre otras, la influencia relevante pero no definitiva de la cultura y el papel protagonista de las incubadoras de empresas y el emprendimiento social en el futuro del emprendimiento.

Palabras clave: Emprendimiento; Emprendedor; Cultura; Emprendimiento Social; Incubadoras de empresas

Abstract

This research paper uses the methodology of critical literature review and aims to identify the key aspects of entrepreneurship during the last 20 years and it does it with a worldwide approach. It also analyses the upcoming future of the entrepreneurial phenomenon. In order to do this, three major lines of questioning have been set to serve as guidelines for the development of an organized research: What is entrepreneurship? How to become an entrepreneur? Are there any major cultural differences concerning entrepreneurship, and if so, how relevant are they? And finally, what is the current social conception regarding the entrepreneurial phenomenon? And, towards where is entrepreneurship heading? From my research paper some key conclusions arise such as the relevant but not definitive influence of cultural background over entrepreneurship, and the role played by business incubators and social entrepreneurship in the future of entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurship; Entrepreneur; Culture; Social Entrepreneurship; Business Incubators

Estructura del trabajo

Este trabajo se organiza en 6 grandes apartados. En el primero, el introductorio, se presenta el propósito general del trabajo y los objetivos del mismo, al mismo tiempo que se contextualiza la temática, se justifica el interés por la misma y se desarrolla la metodología que se va a emplear. En el segundo apartado se definen una serie de conceptos fundamentales del trabajo y se presenta brevemente el clima actual del emprendimiento. A continuación, en el tercer apartado, correspondiente con el capítulo segundo, se analizan cuestiones como la cultura, la innovación y la incertidumbre, entre otros, por gran su influencia en el emprendimiento. En el capítulo siguiente, cuarto gran apartado, se da respuesta a las preguntas que inicialmente planteábamos acerca de este fenómeno. Asimismo, en el apartado quinto se trata la temática del emprendimiento social como uno de los elementos que mayor crecimiento está experimentando dentro de la temática. Y finalmente, en el sexto apartado se presentan las conclusiones a este trabajo.

Introducción:

I) El propósito general de la Investigación

El propósito general de mi trabajo es identificar las claves del emprendimiento a lo largo de los últimos veinte años y analizar los cimientos sobre los que se construye el devenir de los emprendedores. Como realizar un análisis global podría resultar inabarcable, procederé a abarcar el tema en base a distintos criterios como pueden ser el geográfico/cultural, y el análisis por sectores. Además de esto, y de manera paralela e interrelacionado, trataré de resolver algunas materias como pueden ser: los principales *drivers* del éxito en el emprendimiento, la alternativa de una idea brillante versus una gestión y administración excepcional, el perfil del emprendedor exitoso, los errores a evitar y mitos a desterrar en torno al fenómeno del emprendimiento y por último dar un enfoque algo más práctico tratando el papel de las incubadoras de empresas, aportando ejemplos y analizando su colaboración con los emprendedores.

II) Contextualización del tema

El alcance geográfico del tema no está acotado, pues mi idea original es la de tratar la realidad del emprendimiento a nivel global, haciendo uso de la abundante literatura, algunos ejemplos de emprendedores y los distintos *approaches* culturales presentes en todo el mundo.

Dado el mundo en el que vivimos, en que las fronteras son una realidad meramente política y jurídica y los medios de comunicación personal permiten un flujo de información ilimitado e instantáneo, teniendo en cuenta la naturaleza marcadamente internacional del fenómeno bajo estudio, los modelos en los que se centre este análisis aportarán información y ejemplos de emprendimiento en países y culturas muy diversas, aunando distintas fuentes y persiguiendo enriquecer así la literatura existente.

En lo referente al periodo temporal que se pretende cubrir, me centraré en los últimos 15-20 años, puesto que con la velocidad con la que se producen avances tecnológicos remontarme más dificultaría el que los ejemplos que se analicen guarden un alto porcentaje de similitud con la situación actual, aunque es posible que a lo largo del trabajo se haga mención a algún caso que no esté incluido en esa franja temporal si tuviese un gran valor añadido para mi estudio.

El trabajo no contará con una acotación por razón de materia, aunque si que se centrará en el estudio de la evolución del emprendimiento en una serie de sectores que permitan un análisis más detallado de la cuestión y que estén presentes en todo el mundo, posibilitando el estudio comparado.

III) Justificación del interés de investigación

El estado de la cuestión es algo especialmente curioso en el mundo del emprendimiento en tanto en cuanto es una realidad en continuo avance y movimiento que se reinventa y evoluciona sin pausa. Fuentes García, F. J., Sánchez Cañizares, S. (2010). Por tanto, esto lo convierte en un campo de estudio ideal en la medida en que siempre habrá algo diferente que aportar a la literatura existente.

Mi motivación principal para escoger este tema es mi vocación empresarial, la cual me lleva a estar tremendamente intrigado e interesado en todo lo que concierne al mundo del emprendimiento, y como en un futuro, me gustaría emprender y desarrollar mis propios proyectos empresariales, considero que todo lo que pueda aprender e investigar acerca de la cuestión me podría ser de gran utilidad. Dicha motivación, que calificaría como profesional, tiene, desde mi punto de vista, un marcado carácter personal pues concibo el interés y las dotes empresariales como una vocación tan o más marcada que la del médico o el arquitecto.

Más concretamente me gustaría emplear este estudio como instrumento para mi futuro, y que me permita detectar qué características y cualidades del emprendimiento de cada continente me pueden suponer a mí una ventaja competitiva al exportarlas a Europa, identificarlas y aplicarlas personalmente beneficiándome así en mis futuros proyectos empresariales y dándole una utilidad real a este trabajo además de ser un ejercicio académico de gran interés.

IV) Objetivos de mi trabajo

El objetivo de mi trabajo es: Identificar las claves del emprendimiento a nivel global (haciendo uso de literatura, ejemplos de emprendedores y *approaches* culturales presentes en todo el mundo) en los últimos 20 años y evaluar los elementos fundamentales que van a constituir el futuro a corto plazo del emprendimiento.

Para conseguir cumplir con el mismo, mantendré siempre presentes tres grandes preguntas que guiarán el trabajo funcionando como un hilo conductor innovador en la revisión literaria de la materia. A lo largo del trabajo habrá constantes referencias a las mismas. Estas son:

- ¿En qué consiste el emprendimiento? ¿Cómo se es un emprendedor?
- ¿Hay, y de existir, qué papel juegan las grandes diferencias culturales alrededor del emprendimiento?
- ¿Cuál es la concepción actual de la sociedad al respecto de este fenómeno? ¿Hacia dónde se dirige el emprendimiento?

Con el fin de proceder a la delimitación e impedir que el campo de estudio de mi trabajo se extienda convirtiéndose en inabarcable, voy a analizar la realidad del emprendimiento en base a dos grandes criterios, el geográfico/cultural en el que se valoren las características típicas del emprendimiento en distintos países y continente y la posible relación entre ellos, y la delimitación de una serie de sectores cuya evolución en los últimos años haya tenido una importancia crucial para la economía mundial. Para conseguirlo, procederé a apoyarme e interrelacionar el empleo de los criterios apuntados con algunas de las siguientes cuestiones, que espero arrojen claridad sobre la temática que abordo:

- Las claves del éxito empresarial
- La vía del que posee una idea brillante frente al que realiza una gestión y

administración ejemplar

- El perfil del emprendedor

- Los *drivers* y frenos a la hora de emprender

- Y finalmente realizaré un *approach* más práctico a la temática dilucidando el papel de las incubadoras de empresas y inestimable colaboración con los emprendedores

Con análisis de estos objetivos, que incluyen objetivos descriptivos de la realidad, explicativos, etc. Pretendo, ser capaz de generar un valor añadido no solo para mi futuro como emprendedor sino para el estudio de este fenómeno para el que espero algún futuro alumno pueda hacer uso de mi trabajo. Es por ello que me propongo aportar una visión innovadora (como respuesta a mi espíritu emprendedor) que genere riqueza para el futuro de los emprendedores e general, para el de los estudiosos de la materia y para el mío en particular.

V) Metodología empleada

Método investigativo:

El método investigativo a emplear será el de la metateoría, el cuál explico a continuación, y la puesta en práctica del mismo consistirá en la revisión crítica de la literatura especializada sobre el tema, de artículos doctrinales al respecto, y observación de casos concretos de la realidad empresarial. De entre estos, se hará uso de aquella información que sea más relevante para ahondar en los objetivos fijados y dar solución a las distintas preguntas planteadas.

Una convicción metateórica te provee con una estructura de la que partir y una dirección hacia la que encaminar tu esfuerzos, te guía e informa de que preguntas has y no has de hacer y genera una pasión que hace la búsqueda excitante al mismo tiempo que amortigua el dolor de posibles decepciones en el camino. Abrahams, D., Hogg, M.,A. (2004)

Estos mismos autores en su obra *“Metatheory: Lessons from Social Identity Research”* determinan que una metateoría establece una serie de preguntas de investigación dentro de un ámbito más amplio y estimula el que se integre la teorización al respecto de una serie de fenómenos inicialmente dispares. De esa forma, la metateoría sienta las bases para que surjan predicciones por medio de teorías y contextos concretos. En la misma obra, los autores se apuntan que, y cito textualmente, *“Una metateoría es como una buena guía de viaje, te dice a donde ir y a donde no ir, lo que merece la pena y lo que no, la mejor manera para llegar a un destino y el lugar ideal para parar a descansar un rato”*.

Más adelante nos hacen recapacitar acerca de como la resistencia a adoptar determinadas ideas y las disputas entre teóricos de la cuestión frecuentemente se ven reflejadas en la existencia de distintas metateorías. Sin embargo, el que estén abiertos a discutir esas cuestiones y a valorar su integración podría suponer una ventaja en la medida en que puede generar nuevas

líneas de investigación. En relación con esto, los autores consideran que es importante tener en cuenta que personarse como adherido a una metateoría puede generar resistencia hacía y desde el punto de vista de otras perspectivas alternativas. Por ello recomiendan que al igual que es importante definir la postura de cada uno, y aproximarse claramente a lo largo de la discusión a aquellos que tienen una línea de planteamiento similar, es tan importante o más interactuar y mantener una comunicación cercana con colegas de posturas contrarias que puedan enriquecer tu enfoque. Por último conviene señalar la necesidad de compartir también los problemas a los que nos hemos enfrentado y las soluciones que les hemos dado para facilitar y ayudar la labor del resto de investigadores.

Fuentes utilizadas:

Las bases de datos empleadas para la búsqueda de información han sido el *Business Source complete*, el *Academic search complete* y el *ECONLIT*, puestas a nuestra disposición por la universidad. Una vez escogidas las fuentes, se ha procedido a su lectura y análisis detallado intentando extraer la información relevante para la consecución de los objetivos fijados y persiguiendo hacer uso de los datos que me proporcionaban de una manera original que crease valor para los futuros estudiantes del fenómeno, evitando así caer en la reiteración.

El criterio que empleado para seleccionar estos entre los múltiples documentos que me aparecieron como resultados a la búsqueda es el de intentar dar una imagen lo suficientemente amplia para reflejar la gran envergadura del tema que se estudia y lo suficientemente concreta para poder llevar a cabo un estudio profundo y relevante sin caer en el problema de no poder abarcarlo. También he empleado el criterio temporal, optando siempre por aquellas fechas de publicación más recientes de manera que la información fuese lo más cercana posible a la realidad actual, y por tipo de publicación buscando siempre hacer uso de fuentes académicas.

Es necesario apuntar que en muy contadas ocasiones, y ante la imposibilidad de encontrar información necesaria para el desarrollo del trabajo en fuentes de literatura académica, se ha acudido a fuentes divulgativas (intentando hacer una cuidadosa selección de las mismas para que su objetividad fuese la mayor posible).

Capítulo 1: Conceptos fundamentales del trabajo y breve pincelada de la situación actual del emprendimiento

¿Qué es el emprendimiento? El de emprendimiento, como muchos otros, es un concepto cuya definición ha sido tratada por muchos autores a lo largo de la historia, a continuación aparecen algunas de las definiciones que mayor calado han tenido en la literatura:

- *“El proceso de identificar, evaluar y capturar una oportunidad”* Low (2001)
- *“El emprendimiento es un acto de innovación que supone la dotación de los recursos existentes con la capacidad de producir riqueza.”* Drucker P (1985)
- *“El emprendimiento es un proceso social dependiente del contexto a través del cual los individuos y equipos crean riqueza, reuniendo paquetes únicos de los recursos para aprovechar las oportunidades del mercado.”* (Ireland, Hitt, & Sirmon, 2003)
- *“El emprendimiento es la actitud y el proceso de crear una actividad económica combinando la asunción de riesgos, la creatividad y / o innovación con una gestión sólida, en una nueva o una organización existente.”* (Commission of the European Communities, 2003)
- *“El campo del emprendimiento implica el estudio de las fuentes de oportunidades; los procesos de descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades; y el conjunto de individuos que descubren, evalúan, y los explotan.”* (Shane & Venkataraman, 2000)
- *“El elemento esencial del emprendimiento es la nueva entrada. Esa nueva entrada se puede lograr mediante la introducción de mercados nuevos o establecidos con bienes o servicios nuevos o existentes. Nueva entrada es el acto*

de lanzamiento de una nueva empresa, ya sea por una empresa de puesta en marcha, a través de una empresa ya existente, o por medio de "las empresas de riesgo interno". (Lumpkin & Dess, 1996)

¿Qué es un emprendedor? El concepto de emprendedor experimenta la misma situación que el de emprendimiento destacando las siguientes definiciones:

- *“Es aquella persona que percibe una oportunidad y crea una organización para seguirla.” Misra S. y Kumar S. (2000)*

- *“El emprendedor es el innovador que implementa el cambio dentro de los mercados a través de la realización de nuevas combinaciones” (Schumpeter, 1934)*

- *“El empresario reconoce y actúa sobre las oportunidades que generan beneficio, esencialmente un arbitrador.” (Kirzner, 1973)*

Comienzo aclarando la definición que creo más acertada, de entre todas las existentes, de los conceptos sobre los que gira mi trabajo, para así facilitar la existencia de un punto de partida común previo a la lectura y valoración del mismo.

Es por ello que de entre las definiciones citadas para el concepto de emprendimiento, este trabajo se inclina por la unión de las concepciones de Low (2001), la de Ireland, Hitt, & Sirmo (2003) y la de Commission of the European Communities (2003). Esto se debe a que son tres de las más actuales (y por tanto están inevitablemente influenciadas, en menor o mayor medida, por las que les preceden en el tiempo) y contienen conceptos como los de identificación y captura de oportunidad con los que coinciden la gran mayoría de los autores, además de subrayar que es un proceso social en el que hay una gran influencia contextual, en el que intervienen la innovación, creatividad y la asun-

ción de riesgos y a través del cual tiene lugar la creación de valor.

En lo referente a la definición del emprendedor, la de Misra S. y Kumar S. (2000) ha sido capaz de aunar todas las cuestiones que este estudio considera esenciales para explicar el término.

Abarcada ampliamente la definición de estos dos conceptos clave, procedemos a, en unas líneas, aportar una primera visión de la situación actual del emprendimiento.

El emprendimiento en la actualidad se encuentra sumido en una fase de avances y cambios, atraviesa una etapa en la que se suman una mayor iniciativa por emprender y el hecho de que diversas autoridades e instituciones estén tomando medidas encaminadas a favorecer su desarrollo. En este contexto, y como se desarrollará dentro de algunos epígrafes, emergen con fuerza el sector del emprendimiento social y la figura de las incubadoras de empresas, temas que como apunto serán tratados más adelante, ahora procederemos a introducir algunos datos que nos ilustren acerca del clima existente en torno al emprendimiento.

El fomento del fenómeno del emprendimiento ha sido una constante en las políticas de empleo de las grandes instituciones que lideran el mundo, entre ellas la Unión Europea, en la medida en la que consideran que el sector es un motor de innovación, y un propulsor de la competitividad y el crecimiento (en muchas de sus vertientes, no solo la económica). No obstante, el potencial emprendedor de los países de la Unión Europea atraviesa en la actualidad una fase cargada de dificultades que entorpecen su avance y dificultan su crecimiento. Los datos del Eurobarómetro 2007 demuestran esto mismo que venimos comentando al señalar que mientras un 47% de los europeos valorarían preferentemente un empleo autónomo, sólo un 17% lo consigue hacer realidad. Fuentes García, F.J., Sánchez Cañizares, S. (2010).

Pero es que el problema no reside únicamente en que un alto porcentaje de aquellos que dudan entre emprender o no opten por no hacerlo, el verdadero problema, como analizaremos con más detenimiento en varios apartados a lo largo del trabajo, es que, según el Instituto Nacional de Estadística Español, el 80% de las empresas desaparecen antes de llegar a celebrar a su primer año de vida, y del 20% que lo consigue, la mitad no alcanza su quinto aniversario.

Capítulo 2: Cuestiones que influyen determinadamente en el emprendimiento

2.1) La cultura y su influencia en el emprendimiento

A lo largo de este apartado se intentará dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿Hay, y de existir, qué papel juegan las diferencias culturales alrededor del emprendimiento? Que es a su vez una de las líneas inquisitivas que ejercen de organizadoras y coordinadoras del trabajo.

El emprendimiento es un fenómeno global, y como tal, presenta diversas manifestaciones dependiendo del lugar en que se estudie. El conjunto de leyes y regulaciones de un país, por poner un ejemplo, afectan indudablemente a las decisiones de un emprendedor.

Dicho esto, hay una serie de valores o cualidades muy extendidas entre los emprendedores y presentes en muchos de ellos a lo largo de todo el mundo, entre las que destacan el individualismo, la masculinidad, una baja aversión a la incertidumbre y la atracción por la idea del distanciamiento del poder. En relación con esto, el estudio de McGrath, MacMillan (1992) revela cómo para los emprendedores el conjunto de creencias acerca de sí mismos y de los “no-emprendedores” trascienden culturas. Hay otros tantos autores que con sus estudios refuerzan esta postura, como el análisis comparativo de los emprendedores Estadounidenses y Chinos llevado a cabo por Holt (1997) que extrae la misma conclusión sobre el comportamiento de los emprendedores recién expuesta.

Siendo esto así, hay otra serie de trabajos que muestran ambientes propicios para que florezca la semilla del emprendimiento, y que nos llevan a poder construir un perfil de cultura ideal para el surgir de emprendedores. En dicha cultura, estarían especialmente presentes el individualismo y una leve aversión tanto al riesgo como a la incertidumbre. Esta idea queda latente en la compa-

ración de emprendedores Rusos y Estadounidenses realizada por Stewart et al. (2003) que demuestra que la orientación al éxito y la propensión al riesgo son mayores para los emprendedores que han crecido en culturas masculinas e individualistas. Así mismo, Hofstede (2001) probaba con sus estudios cómo distintas sociedades habían mostrado diferentes niveles de aversión a la incertidumbre y una serie de investigadores, guiados por Doktor (2007) completaron esta línea argumentativa asegurando que la actividad empresarial era más frecuente allá donde mejor se tolera la incertidumbre.

Encontramos casos en los que la influencia cultural no solo puede constituir el *trigger* que lleva a una persona a optar por la vía del emprendimiento, sino que puede definir el perfil del propio emprendedor. Shane (1994) se dio cuenta, a raíz de una serie de estudios, de que las diferencias culturales respecto a la confianza, tienen una influencia directa sobre la percepción del coste por transacción y la preferencia por la inversión extranjera directa. Así mismo, Steensma et al. (2000) examinaron cómo afecta la cultura, a la actitud a asumir por el emprendedor respecto a la cooperación, y encontraron una correlación negativa entre los índices de masculinidad y las asociaciones estratégicas.

En un plano paralelo, los autores Scheinberg y MacMillan (1988) comparan las motivaciones por las que un emprendedor empieza su negocio en distintos países. Se percataron de cómo, el deseo de ser independiente, por ejemplo, constituye uno de los *drivers* más importantes en países como Australia, Suecia, Noruega, Reino Unido y Estados Unidos mientras que no parece afectar a los Italianos.

Estos mismos estudios citados demuestran cómo hay factores del contexto de los emprendedores que los influyen hasta el punto de definir algunas de sus conductas, entre estos factores cabe recoger el sistema de educación, la política económica (hay países en los que históricamente se han aprobado todo tipo de medidas para potenciar el emprendimiento como pueden ser, entre otros, importantes ventajas fiscales, ayudas económicas en forma de becas y

préstamos y facilidades relativas a la gestión de trámites administrativos) el estado de desarrollo económico en el que se encuentre una determinada región son factores socio-económicos que se ha demostrado que tienen un gran impacto en los emprendedores. Como demuestra el estudio de Laretta Conklin “la influencia cultural sobre el emprendimiento en tres barrios” la importancia de la cultura depende también en gran parte del sistema de organización social. Por ejemplo, entre otros factores, afecta el que haya o no gran número de inmigrantes, y el grado de interacción de este colectivo con el resto. En esto, según su trabajo, influyen mucho las políticas del gobierno para facilitar la adaptación de todos al nuevo contexto.

Como conclusión a este apartado podríamos determinar que en el plano individual, cómo se desarrolla en el primer párrafo del epígrafe, que está probado que los emprendedores comparten una serie de creencias y valores que trascienden las fronteras de sus naciones. Mientras tanto, a nivel organizacional los estudios hasta la fecha sugieren que la cultura es probable que genere un impacto en la forma de llevar a cabo y enfocar el emprendimiento de una a otra región, como pudiese ser la predilección hacia la defensa de sus preferencias particulares o estrategias de cooperación. Es decir, su cultura y la del lugar donde emprende influyen pero no tienen porque definir al emprendedor.

2.2) Elementos influyentes íntimamente interrelacionados

Las situaciones de crisis económica, tales como la que hemos sufrido en los últimos años, dan lugar a que aumenten los niveles de incertidumbre, eso da lugar a que las decisiones se difieran en el tiempo y a que, en muchos casos, se cancelen inversiones, provocando a su vez una mayor crisis económica. Como analizaremos a continuación, conceptos como el de incertidumbre, innovación y toma de decisiones están íntimamente ligados entre sí y con la realidad del mundo del emprendimiento.

2.2.1) La innovación cómo condición necesaria pero no suficiente

Drucker (1993) define la innovación como “la aplicación de conocimiento para producir nuevo conocimiento.” Parte de esa innovación nos lleva a hablar de cómo los autores Drakopoulou-Dodd, Warren y Anderson (2007) llegan a la conclusión de que la práctica empresarial no debe seguir viéndose como una lucha de un héroe solitario, sino como un agente incorporado a una red de relaciones. Esta concepción recuerda a las palabras de Burns y Stalker (1958) que ya a finales de los cincuenta defendían en su literatura la necesidad de avanzar del momento de la eureka solitaria hacia una concepción de colaboración social innovadora. Es por ello que el perfil del emprendedor también requiere de habilidades sociales y de comunicación que le permitan transmitir sus ideas de manera atractiva y despertar el interés en hipotéticos clientes y en aquellos otros que puedan colaborar aportando al proceso de creación de valor. Se pasa por tanto de una innovación cerrada a una innovación abierta. Los estudios de estos grandes especialistas proponen que la diversidad de conocimiento requiere de la destreza empresarial para combinar y sintetizar el conocimiento y dar así lugar a la innovación.

En relación con el concepto de innovación y su contraposición con el término que pudiera parecer cercano de invención, cabe recordar la contribución a lo largo de su carrera del autor Schumpeter (1935) que distinguió entre una invención guiada por el conocimiento y una concepción de la innovación como realidad práctica de uso y aplicación de conocimientos existentes. Este mismo autor, defendió también que la innovación era más un proceso que un evento puntual de brillantez y aleatoriedad, es por ello que hoy en día se promulga como una solución a la falta de desarrollo económico, una actitud, un enfoque a adoptar para salir de situaciones difíciles.

En esta misma línea y aunando ambas posturas, diez años más tarde de la obra de Schumpeter, Hayek (1945) observó cómo la creación de oportunidades de negocio reside en combinar de manera eficaz varios fragmentos de conocimiento, distintos en tipo y forma, incluso siendo todos ellos ya existentes,

mediante el proceso de coordinación que exige la figura del emprendedor. Se habla de un modelo titulado el modelo de las tres hélices en el que cada uno de los siguientes grupos de interés: Universidades, Industria y Gobierno, aporta percepciones y enfoques de la misma realidad presumiblemente complementarias y que necesitan ser coordinadas. Estas ideas siguen muy presentes en la actualidad como en la obra de Sammara y Biggerio (2008) en que se habla de “la importancia de aunar y conectar diversas fuentes de conocimiento”.

Para concluir este apartado es necesario volver a recalcar como palabras clave que definen la concepción de la innovación empresarial a lo largo de su literatura: conectar, coordinar, proceso y sinergias. El rol del emprendedor es el del agente encargado de combinar, sintetizar y activar esos conocimientos mediante un proceso de interacción grupal que da lugar a nuevos conocimientos. Aparece por tanto definida la figura del emprendedor cómo la de una persona multidisciplinar, un nexo entre buenas ideas o personas con cualidades específicas brillantes que necesitan de alguien que les coordine y dirija hacia el éxito común. Todo indica que en eso consiste la innovación empresarial.

2.2.2) La relación entre el emprendimiento internacional con factores como la incertidumbre, el descubrimiento de oportunidades y la cognición

El interés y la importancia del emprendimiento internacional ha aumentado mucho desde que el concepto fuese introducido por primera vez en la literatura por los autores Oviatt, B.M., McDougall, P.P. (1994). Antes de proceder al estudio de este fenómeno creo que es de capital importancia definirlo claramente, para ello se hará uso de la propuesta de los autores Zahra, S.A., George, G. (2002) para los que el emprendimiento internacional consiste en “un proceso de descubrimiento creativo y explotación de oportunidades que se encuentran fuera del mercado doméstico de una compañía con el fin de alcanzar una ventaja competitiva”.

El reputado Stinchcombe (1965) recordaba como empezar una empresa es una tarea siempre complicada, en cualesquiera sean las circunstancias, y esta situación es aun más compleja si aparecen dificultades extraordinarias, y es que el emprendimiento internacional, aunque cada vez está más extendido, no deja de ser algo fuera de lo común.

Las grandes dificultades añadidas al emprendimiento internacional surgen entorno a dos aspectos principalmente, la incertidumbre y el reconocimiento de oportunidades. Estas dos realidades están presentes en la propia naturaleza del concepto de emprendimiento pero todo indica que en su vertiente internacional ven multiplicado su peso. Se ha de entender esto desde el prisma desde el que lo analizaban los autores Lu y Beaamish (2001) cuando nos hacían recapacitar y caer en la cuenta de que las firmas y emprendedores que se planteaban emprender en un país extranjero tenían que asumir el coste de aprender el modo de hacer negocio en ese enclave en particular y aprender también a actuar con cierta desconfianza e incertidumbre extra ligada a su condición de extranjeros. Dicho esto, aclaraban también que había formas de salvar estos “muros” de entrada y que esos conocimientos personales diferentes a los del país destino podían favorecerles más adelante.

Cuándo analizamos el emprendimiento internacional hay que plantearse siempre una gran pregunta: ¿Por qué los habitantes de esos países no están tomando partido en esas oportunidades?, dado que la lógica nos movería a creer que ellos están mejor posicionados que el extranjero que viene de fuera a un país y una cultura para muchos desconocidos. Esta pregunta es particularmente relevante porque los estudios demuestran que las firmas nacionales suelen tener unos porcentajes de éxito más altos que las extranjeras. Butler, J.E. Doktor, R., Frederick Lins, A. (2010)

Una vez introducida detalladamente la temática y analizada de manera general, se considera necesario ahondar en esos dos aspectos que mencionaba que suponen el salto en dificultad entre el emprendimiento nacional y extranjero.

Comenzaré por la incertidumbre, la incertidumbre ha sido y será siempre por su propia esencia un elemento clave del mundo empresarial. Como establecía, con a mi juicio gran acierto, el autor Forrester en 1971 “Uno de los grandes retos para los emprendedores ha sido siempre el aprender a tratar con la incertidumbre y ser capaz de predecir que nos pasará a raíz de nuestras acciones u omisiones”. Unido al desenlace, Morgan (2006) se dio cuenta de la necesidad de analizar también la posibilidad de que se de cada una de las distintas alternativas o situaciones posibles para ponderar nuestra decisiones. Solo así se podría actuar con criterio y fundamentación.

Riesgo e incertidumbre no son lo mismo. Ambos conceptos son muy cercanos y forman parte del día a día del emprendedor pero no han de ser confundidos ni empleados como sinónimos. La diferencia entre una situación arriesgada y una situación incierta es que en la situación arriesgada podemos, mediante cálculos matemáticos, ser conocedores de un valor esperado para cada una de las alternativas que se nos presentan y luego actuar conforme al estudio de dichos datos. Mientras que la incertidumbre no permite cuantificación alguna. Butler, J.E. Doktor, R., Frederick Lins, A. (2010)

Dentro de la incertidumbre hay dos grandes campos de estudio relacionados con el emprendimiento, el primero se encarga de la percepción del nivel de incertidumbre existente, y el segundo de la capacidad del emprendedor de actuar eficazmente en ese contexto incierto. El reto del emprendedor es el de saber intuir la información que no está presente y actuar teniéndola en cuenta.

A efectos de resumen y con la intención de volver a subrayar la relevancia del concepto de incertidumbre en el mundo del emprendimiento recordar como esta se encuentra presente en todas las etapas del proceso emprendedor y de la capacidad del emprendedor para hacerle frente y beneficiarse de ella dependerá gran parte del éxito de sus proyectos. Finalizaré este punto con una cita del autor Addleson, M. (1995) que dijo “la acción empresarial es el resultado de sobreponerse a la parálisis generada por la incertidumbre antes de llevar a cabo el acto emprendedor.”.

Una vez finalizado el estudio de la incertidumbre avanzamos al breve análisis de otro aspecto, capital en la fórmula del emprendimiento, y que ha llamado poderosamente mi atención. Se trata del reconocimiento de oportunidades. El emprendedor, por su propia naturaleza, al igual que hay artistas que poseen una gran visión espacial o físicos que ven con prodigiosa claridad soluciones a problemas matemáticos de gran complejidad, tiene el “don” de generar asociaciones mentales que le permiten racionalmente ver ante si oportunidades de negocio que otros, ante la misma realidad, son incapaces de advertir. Del correcto uso de dicha capacidad, del estar siempre alerta y expectante y de una vez advertida, ser capaz de hacerse con los recursos necesarios y gestionar su desarrollo dependerá la brillantez que diferencia a un determinado emprendedor de otro. Esta última disertación va muy ligada con el punto cuyo análisis nos ocupa a continuación.

2.3) El emprendedor como *problem solver*

Un emprendedor de éxito, según el estudio comparativo de Dana A. Lupsa-Tataru acerca del emprendimiento y la creatividad, debe ver en los problemas oportunidades de negocio. Para ello deberá primero tomar medidas para identificar soluciones a esos problemas y clientes que estén dispuestos a pagar para que se le resuelvan dichos problemas. Según la autora gran parte del éxito del emprendedor dependerá de su habilidad para advertir en el mercado dichas situaciones problemáticas e idear una solución viable que genere valor, y

para ello habrá de hacer uso de la herramienta de la creatividad.

La creatividad, concepto que ya ha aparecido en más de una ocasión a lo largo de mi trabajo, es definida por la señora Lupsa-Tataru como “*el proceso de hacer algo nuevo que genere valor*”, y requiere pasión y dedicación. De la encuesta realizada para su trabajo de investigación se extraen conclusiones como que la respuesta más repetida entre los encuestados (alrededor de un 30%) fue que la principal fuente de creatividad es el brainstorming, mientras que alrededor de un 20% creen que la creatividad es algo innato. Así mismo, el 80% de los estudiantes sometidos a la encuesta creen que la creatividad esta especialmente presente en la etapa de la juventud (de los 18 a los 30 años), etapa que, como veremos más adelante, distintos estudios destacan como la ideal para emprender.

Este estudio nos va a ser especialmente útil también porque nos va a permitir relacionarlo con una de las cuestiones que apuntábamos como objetivos del trabajo, y que constituye un apartado del mismo, el determinar los sectores donde el emprendimiento está más presente, y lo haremos a través de la íntima conexión entre el emprendimiento y la creatividad.

En base a los resultados de esta encuesta, los sectores en los que la creatividad está más presente son el multimedia, el arte, la arquitectura, emprendimiento, el diseño y la música. Son sectores con un marcado carácter personal y que tienen en común el que proponen una visión única y alternativa.

2.4) El emprendimiento por sectores

Para el desarrollo de este epígrafe me apoyaré, entre otros, en el trabajo del Instituto Valenciano de investigaciones económicas en colaboración con Bancaja dirigido por el profesor Lorenzo Serrano y titulado “*Detalle de los emprendedores por sectores productivos*”. En el mismo, se analizan las dotaciones de capital humano de los emprendedores en los distintos sectores produc-

tivos de la economía española.

Una de las primeras conclusiones que se extraen del análisis de los resultados aportados es que el sector de la energía eléctrica, el gas y el agua posee el índice más alto de emprendedores con educación superior, seguido del sector electrónico, mientras que los emprendedores de la categoría sin estudios o solo con educación primaria se encuentran en sectores como la agricultura, la ganadería, la construcción y la hostelería. De ello podemos extraer una conclusión, realizando una presunción basada en los resultados del estudio de investigación, que considero es bastante innovadora, pues no la he visto presente en la literatura que he consultado al respecto, y consiste en que el emprendedor formado suele emprender en sectores relacionados con su formación académica. Y esto, aunque pueda parecer razonable, si se analiza el papel del emprendedor y su labor de motor de la idea, de gestor de recursos y administrador del valor creado quizás no sea tan necesario que el emprendedor conozca de la temática a la que se dedique su empresa. Este epígrafe, haciendo mención a las tres grandes preguntas que sirven de faro a mi trabajo, guarda especial relación con la concepción que la sociedad tiene del emprendimiento.

Indudablemente la sociedad ve con distintos ojos, no en el campo del esfuerzo o trabajo para sacar adelante el proyecto, sino por la brillantez académica que se le presupone al emprendedor, los proyectos que triunfan en campos donde se requiere un alto grado de formación y un desarrollo complejo que se escapa al entendimiento de la masa social. Este trabajo que analizamos demuestra esta hipótesis y lo acertado de la valoración social al apuntar la existencia de una relación positiva entre el factor productividad y el factor nivel de estudios. Es decir, en los sectores en los que los emprendedores están más cualificados, el mercado presenta mayores índices de productividad.

De este mismo estudio de investigación del Instituto Valenciano de investigaciones económicas se extrae también la conclusión de que dos tercios de los emprendedores están concentrados en cinco grandes ramas de actividad, lo que nos da muestra de la madurez de algunos sectores, que en ocasiones

están superpoblados y de la escasa presencia en otros.

Un estudio del Instituto Nacional de Estadística (INE) español que analiza la distribución por grupos de edad y por sectores de los emprendedores, nos permite extraer las siguientes conclusiones:

- En la gran mayoría de los sectores el rango de edad que prima sobre el resto es el de los 45 a 64 años. Como excepción a esta afirmación en el sector de la información y telecomunicaciones y en el de las actividades profesionales y artísticas los emprendedores entre 16 y 44 años son mayoría.

- En ningún sector de los analizados por el estudio el porcentaje de emprendedores mayor de 65 años alcanza el 5%, siendo las actividades inmobiliarias y la agricultura, ganadería y pesca donde la edad media del emprendedor es mayor.

Esta segunda fuente de estudio, nos aporta datos que, al igual que el epígrafe del perfil del emprendedor, en el que bien podía estar enmarcada esta información, colaboran en definir la figura de aquel que opta por emprender, pero, eso si, desde el punto de vista sectorial.

Una vez que hemos atendido el mercado nacional, siguiendo con el alcance global de mi trabajo analizaremos unos datos aportados por el Eurostat, la oficina europea de estadística, sobre los emprendedores por sectores de actividad en Europa. En el mismo, se comparan los datos de empresarios con asalariados por un lado y los de los autónomos por otro, todo ello en el marco de algunas de las grandes potencias del continente. Así mismo, se presenta también la media de la Eurozona (17 integrantes) y la de la Europa de los 27.

Del análisis de los datos del estudio cabe destacar como mientras que en Francia y Alemania el 60% de los emprendedores son empresarios con asalariados, en países anglosajones como Irlanda y Reino Unido los valores son significativamente inferiores, destaca especialmente la estadística de Reino Unido donde únicamente constituyen el 23% del total, demostrando una vez más como la cultura es un factor determinante. Como se puede advertir este estudio entraría relacionado con el hilo conductor referente a la cultura, y otra muestra de ello son los datos referentes a España e Italia, países con una filosofía de vida similar, que presentan valores muy cercanos entre sí, entorno al 45% de empresarios con asalariados y 55% de autónomos, y además se encuentran justo en la media de la Europa de los 27. Por último apuntar como los datos de la eurozona se sitúan muy cercanos al empate técnico (50%) lo que parece indicar que la diversidad existente dentro del continente se compensa de manera que termina generando un balance a nivel conjunto.

Capítulo 3: Respuesta a las preguntas inicialmente planteadas a cerca del fenómeno del emprendimiento.

3.1) Principales *drivers* y frenos a la hora de emprender:

Me gustaría que el primero de los apartados de este epígrafe de mi trabajo versase sobre la motivación del emprendedor. Entiendo que es una cuestión básica y que facilita el entendimiento de la mentalidad de aquel que se plantea emprender. Este punto, al igual que el siguiente en el que se desarrolla el perfil del emprendedor, guardan especial relación con una de esas preguntas que nos vienen sirviendo como hilo conductor a lo largo de todo el trabajo, y es la de ¿Cómo se es emprendedor?

Para analizar la cuestión, y basándome en un trabajo de investigación, Fuentes García, F.J., Sánchez Cañizares, S. (2010) desarrollado para el Consejo Económico y Social de la Universidad de Córdoba, estudiaré los motivos y frenos que valoran los estudiantes antes de llevar a cabo sus ideas emprendedoras.

En el marco positivo, el de las motivaciones, sobresalen respecto del resto las ideas de independencia personal, de crear algo propio, y la imposibilidad de encontrar trabajo. En la otra cara de la moneda, destacan “el riesgo demasiado elevado”, la falta de capital inicial, la falta de conocimientos necesarios y experiencia y el miedo a fracasar y quedar en ridículo que apuntan a ser los grandes frenos a la labor emprendedora. Llama la atención como, aunque los factores coinciden al preguntar a hombres y mujeres, el orden de relevancia que les otorgan cada uno difiere, pero este tema ya lo trataremos más a fondo en el epígrafe dedicado al perfil del emprendedor, donde rescataremos este estudio.

Además del estudio que hemos mencionado, el trabajo de revisión de la Doctora Agnieszka Klucznik-Törö (2014) apunta nuevos motores y frenos al emprendimiento que todavía no se habían mencionado, entre ellos destacan:

- El conocimiento tácito incrustado en el entorno de la vida (Ferrante 2005) lo cual entiendo que hace referencia a un entorno familiar y cultural proclive a emprender.

- El capital social, especialmente las redes sociales y el contacto con otros emprendedores; como confirmó (Müller 2008). Señalan que este motor es clave en la etapa en la que se tiene la idea del proyecto pero se duda si llevarla a cabo o no, cuando se necesita el empujón para dar el paso definitivo.

- La disponibilidad de capital financiero o riqueza individual. Aunque este aspecto si que había sido tratado, lo recojo de nuevo porque Kim et al. (2007) aseguran que los resultados de sus trabajos de investigación demuestran que este factor es poco relevante cuando se trata de emprendedores “primerizos”, recobrando su importancia en el resto de casos.

- Un ecosistema económico propenso. Michael Fritsch & Alexandra Schroeter (2008) Este punto también se valorará en detalle en el apartado siguiente.

3.2) El perfil del emprendedor:

El comportamiento del emprendedor, como la mayoría de las actividades humanas, es multidimensional. Como tal, depende de factores contextuales (sociedad, cultural, situación económica...) de características personales (habilidades, aptitudes y personalidad) y de la interacción de ambas dimensiones. Tras haber analizado el primer conjunto de factores anteriormente, el apartado del trabajo que aquí comienza, en respuesta directa a la pregunta conectora que versa sobre la figura del emprendedor, estudiará el segundo *input* de la fórmula, el perfil del mismo.

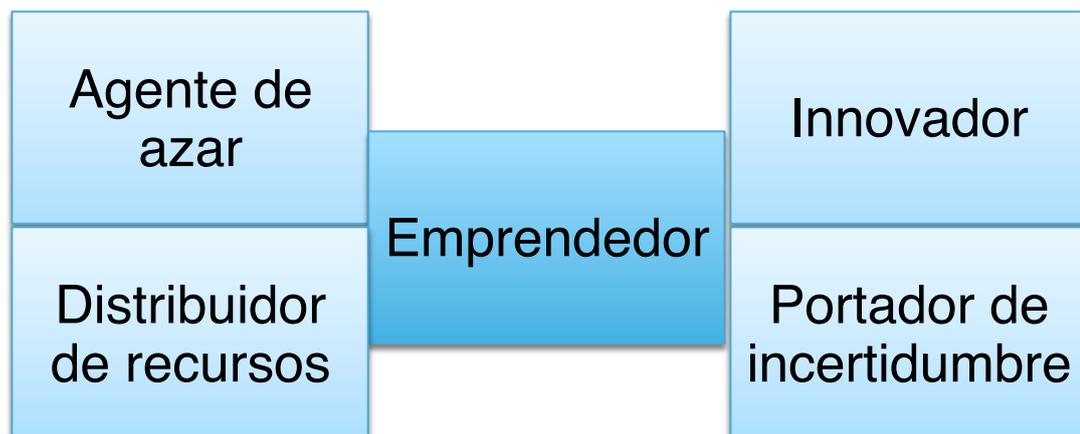
Lo primero que se ha de saber al respecto es que existen muchos tipos de emprendedores, I.Verheul, L. Uhlaner y R. Thurik (2005) siguiendo la división categórica de Vesper aseguran que se puede clasificar a los emprendedores dentro de 9 grandes categorías:

- | | |
|--|------------------------------|
| 1) El "Starter" o Motor | 2) el Adquirente |
| 3) El Administrador | 4) El "artista del despegue" |
| 5) El "artista del cambio de rumbo" | 6) El Innovador |
| 7) El Campeón (sigue al innovador) | 8) Capitán de la industria |
| 9) El "intrapreneur" el que crea una rama de negocio dentro de una empresa existente | |

Habiendo leído ya bastante acerca del fenómeno del emprendimiento y una vez analizadas fuentes de naturaleza y procedencia muy diversas, he llegado a la conclusión de que al mismo tiempo que no existe un perfil específico de emprendedor, vemos que para algunos existen 9, si que hay un número significativo de características que se repiten una y otra vez en libros, artículos, tesis y ensayos entre otros.

Cabría enumerar entre ellas la valentía, el optimismo, el hambre, las aptitudes sociales y de comunicación, la capacidad de gestión, la pasión por su idea, la vehemencia romántica que les impulsa a hacer realidad su proyecto, un pequeño grado de imprudencia pues la asunción de riesgos es una condición necesaria en la vida del emprendedor y por último, querría llamar la atención sobre la que creo es la más importante, el trabajo, la constancia. Esta última característica no es propia de los emprendedores y obviamente se encuentra presente en trabajadores de todos los sectores y cargos, pero si que parece que adquiere una magnitud especialmente llamativa en el mundo del emprendimiento, en el que el emprendedor se convierte en cierta medida en *workaholic* y se entrega de sobremanera a la consecución del fin que persigue. A continuación presento una tabla con las características del emprendedor para tres grandes autores de reconocido prestigio en la materia.

Tabla 1: Características del emprendedor



Fuente 1: Karlsson C., Friis C., Paulsson T (2004). Relating entrepreneurs to economic growth, Septiembre, www.businessgrowthinitiative.org.

Mediante el trabajo de investigación titulado *“Enterprising personality profile in youth: Components and assessment”* llevado a cabo por profesores de las universidades de Oviedo y La Rioja, se ha conseguido identificar ocho dimensiones de la personalidad del joven emprendedor. Antes de llegar a esta conclusión, el estudio atraviesa una serie de etapas de análisis y razonamiento en las que están presentes ideas y conceptos que he analizado a lo largo de mi trabajo. Se vuelve a hacer mención a las ideas que fundamentan el cuerpo de este apartado de mi trabajo y que están recogidas en la introducción del mismo y se enumeran las citadas ocho dimensiones que a continuación expongo:

- La motivación de logro
- La asunción de riesgos
- La autonomía
- La auto-eficacia
- La tolerancia al estrés
- La capacidad de innovación
- El locus de control interno
- El optimismo

He acudido a este estudio empírico con la intención de dotar de mayor fe-haciencia a mi valoración personal previa, resultado de mi entendimiento de los distintos artículos, libros y estudios consultados, pues se advierte con facilidad como muchas de las dimensiones enumeradas ya estaban recogidas en el perfil del emprendedor que definía con anterioridad. El estudio va más allá y concreta numéricamente el grado de correlación entre las dimensiones, pero la profundidad de tal valoración, aunque de gran interés, escapa a los objetivos de este trabajo.

Yendo un paso más allá, me gustaría dedicar unas líneas a valorar el efecto de la edad y el género de la persona en sus aptitudes emprendedoras.

En lo que a la edad se refiere, distintos estudios realizados en Silicon Valley aseguran que una mayor edad suele aumentar la probabilidad de éxito empresarial, hasta llegar al punto de inflexión de los 40 años. De entonces en adelante, la edad parece tener poco o ningún impacto sobre la cuestión. En esta ecuación parecen influir de manera muy relevante la experiencia, vital y profesional, la situación familiar y las perspectivas de futuro. En el apartado sobre el emprendimiento por sectores desarrollaremos algo más este análisis en base a una serie de datos que interrelacionan la edad y los sectores de emprendimiento.

En lo que al género se refiere, basaré mis conclusiones en el trabajo de investigación “Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género” Fuentes García, F.J., Sánchez Cañizares, S. (2010) que abarca de manera brillante la cuestión. Los resultados del estudio indican una menor iniciativa emprendedora en las mujeres, que además tienden a darle mayor importancia al temor al fracaso como obstáculo a la hora de pensar en la creación de una empresa propia.

Esta percepción la respaldan las cifras, hoy en día la inmensa mayoría (entre un 65% y un 75%) de los propietarios y dirigentes de empresas de la Unión Europea siguen siendo varones. Con intención de atenuar esta gran diferencia, los poderes públicos han implantado una serie de paquetes de medidas encaminados a la incorporación de la mujer a esta modalidad de empleo. Pero, además de todo esto, es necesario también un cambio de mentalidad de la sociedad como conjunto, que adapte el rol históricamente asignado a la mujer a la realidad actual, sin minusvalorar tampoco la naturaleza biológica diferente del hombre y de la mujer y las consecuencias que ello pueda tener.

Las diferencias entre un género y otro también se encuentran presentes en las cualidades que cada grupo considera indicativas de un futuro éxito del proyecto, para las mujeres destacan atributos como la iniciativa, creatividad y autoconfianza mientras que los hombres relacionan las probabilidades de triun-

far con aspectos más motivacionales como pueden ser el deseo de enfrentarse a nuevos retos o el entusiasmo demostrado por el proyecto.

Es crucial tener en cuenta en todo momento que las características que llevamos valorando a lo largo de todo este epígrafe evolucionan en el tiempo y están siempre influenciadas por la cultura del lugar. Dado que la influencia cultural ya ha sido sujeto de un estudio muy detallado a lo largo de mi trabajo, me detendré en aclarar el impacto temporal en el perfil del emprendedor.

Hoy en día hay un factor crucial que ha tenido un gran impacto en el sector del emprendimiento: la necesidad. La crisis económica global que hemos sufrido a lo largo de los últimos años ha generado un ambiente que en cierta manera ha propiciado el emprendimiento. El número de desempleados ha crecido en los últimos años de manera muy relevante, siendo el paro juvenil uno de los grandes problemas de muchas de las grandes potencias mundiales. La dificultad para encontrar trabajo ha desembocado en un cambio de actitud por parte de un sector de la juventud que ante la imposibilidad de ser contratados ha optado por crear su propia salida profesional, asumir riesgos y embarcarse en la arriesgada “aventura” del emprendimiento.

Esto me lleva a tratar lo que constituye una de mis grandes preocupaciones a nivel personal. Considero que muchos de estos jóvenes no son verdaderamente conscientes de lo que entraña, de las consecuencias que puede acarrear dicha decisión. Aplaudo ese arranque de romanticismo, valentía y coraje, pero con los números de cientos de estudios en la mano, estudios que apuntan a que el 80% de las PYMES fracasan en los primeros 5 años, me temo lo peor. Y esto no es un hecho aislado, es una realidad extrapolable al mundo entero. Una encuesta reciente a los jóvenes norteamericanos sobre emprendimiento muestra como el 46% de los encuestados planean empezar su propio negocio. Y yo me pregunto, ¿Es esto natural? ¿Beneficia este aluvión de “emprendedores”/interesados en el emprendimiento al mercado?

3.3) Las incubadoras de empresas y su ayuda al emprendedor

Para placar esta cuestión, comenzaré haciendo uso de la obra de Perdomo Charry, G., Arias Pérez, J.E., Lozada Barahona, N. E. (2013) titulada “Investigación en incubadoras de empresas: una revisión y futuras líneas de investigación.” En ella, se definen las incubadoras de empresas como una nueva y popular forma de organización que se ha creado, en ocasiones con ayuda de agencias de desarrollo económico, para apoyar y acelerar el desarrollo y éxito de empresas encaminadas a alcanzar las metas del avance económico. Esto, como será fácil advertir, es de capital importancia en el futuro del sector del emprendimiento, condicionando de manera directa el devenir del mismo, elemento que constituye uno de los pilares que nos facilitan la conducción ordenada a lo largo de mi trabajo.

En este mismo trabajo se explica como, a lo largo de las última tres décadas, la noción de incubadora de empresas ha sufrido cambios. Desde comienzos del siglo 21 la percepción de estas organizaciones es algo más institucional y se las considera no solo cruciales para la prosperidad y el crecimiento de una determinada compañía sino como agentes económicos que directa o indirectamente contribuyen al crecimiento nacional de un país y con su influencia determinan otros componentes de sistema nacional de innovación.

En este documento se concibe la incubadora de negocios como un elemento de la cadena de creación de valor empresarial. Dicha cadena de creación de valor comprende el conjunto de organizaciones cuyas actividades están vinculadas entre sí, posibilitando que poco después de crear una empresa se den las necesarias transformaciones de los recursos y conocimientos aportados en *outputs* comercializables en el mercado.

Camelia Moraru y Alexandru Rusei (2012), aseguran en su trabajo sobre las incubadoras de negocios como ecosistema favorable para el desarrollo de la pequeña y mediana empresa que el mayor problema existente para las pe-

queñas y medianas empresas no es la idea o el producto ni tampoco los clientes sino las necesidades que tienen y no son capaces de satisfacer. Las incubadoras, según ellos, aparecen como solución a sus problemas en una fase inicial que es crucial para su viabilidad futura y facilitan pasos como la iniciación y penetración de mercado. A dos de las grandes dificultades a las que, según estos autores, tiene que hacer que hacer frente empresas en un estado embrionario son las de los altos costes de producción y el hacerse con espacio de oficina, y ambas dificultades pueden ser resueltas por las incubadoras generando un efecto positivo en la economía del sector de esa empresa y de la comunidad en la que opere.

Pero la que quizás sea la aportación más interesante de este artículo se nos presenta en forma de datos, y consiste en las cifras (en porcentaje) de supervivencia de compañías que han colaborado con incubadoras de negocios. Este dato es la base perfecta sobre la que cimentar el argumento que construimos al principio de este epígrafe, cuando hablábamos del papel determinante de las incubadoras en el futuro del emprendimiento. Mientras que en el punto inmediatamente anterior a este en el trabajo apuntábamos que el 80% de las PYMES fracasan en los primeros 5 años, los datos aportados en este documento aseguran que en Europa el ratio de supervivencia de más de 3 años de una compañía que haya “incubada” es del 89%. Pero es que este no es un dato aislado, en Estados Unidos es del 85% después de los dos primeros años y en Brasil, una potencia en crecimiento, del 80% de supervivencia después de 3 años. Estos esperanzadores datos no hacen más que resaltar la relevancia de estas figuras y empujar a los emprendedores a presentarles sus proyectos para así poder hacer uso y beneficiarse de todas las ventajas y oportunidades que les brindan.

A continuación, y con el objetivo de fundamentar algo más la postura que defendemos, presentaremos a modo de ejemplo a la incubadora Soroca Business, de origen Noruego y para muchos un ejemplo a seguir.

Esta firma, creada en 2009 ha “incubado” 17 pequeñas y medianas empresas en Moldavia, donde dichas egresas han creado 70 puestos de trabajo de todo índole, desde la elaboración de ropa, a la organización de eventos, pasando por puestos en la industria de la fotografía, los servicios legales y la contabilidad. Esas 17 empresas fueron cuidadosamente escogidas después de llevar a cabo un minucioso estudio de su viabilidad y una competición entre los distintos planes de negocio. Las vencedoras se han podido beneficiar, entre otros, de servicios de asesoramiento financiero por parte de especialistas en desarrollo, apoyo en compras de material necesario para el desempeño normal de su actividad, se les ha facilitado espacio de oficinas a bajo precio, Internet gratuito y demás ayudas. Todo esto pretende concienciar a la gente de que el deseo de montar tu propio negocio a veces no es suficiente, y s necesario conocimiento y una preparación adecuada para que tu proyecto tenga posibilidades reales de sobrevivir en el tiempo. Este ejemplo también nos ilustra sobre la posibilidad de cooperación exitosa entre expertos noruegos en este caso y autoridades Moldavas, entre negocios locales y extranjeros.

Finalmente, podemos concluir que las incubadoras de empresas, creadas para servir como soporte a ideas de negocio de emprendedores y para ayudarles a superar con éxito esas dramáticas fases iniciales en las que muchas de ellas perecen. Las incubadoras, y los datos lo atestiguan, están realizando una gran labor que esta generando un importante impacto en la economía de muchos países, al proveer a los emprendedores con una serie de recursos y facilidades que dan lugar a un ecosistema propicio para el buen desarrollo de sus proyectos. Esto supone multitud de beneficios como la creación de puestos de trabajo, la activación de la economía y la incitación al consumo, la entrada de dinero en las arcas nacionales en forma de impuestos y muchos otros aspectos positivos que quizás se escapen a la cualificación numérica pero que no por ello son menos relevantes para el buen marchar de un país.

Capítulo 4: El emprendimiento social cómo fenómeno creciente

Fruto de la lectura del artículo *“Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación”* del que son autores Salinas y Osorio, parece acertado concluir que, y cito textualmente, *“el emprendimiento solidario es una de las formas de generar empleo y lograr un modelo de desarrollo socio-económico alternativo que incorpora y mejora el bienestar social especialmente de hombres y mujeres que se encuentran excluidos del mercado laboral”*. Quería hacer uso de estas líneas porque considero que consiguen transmitir a la perfección la idea sobre la que pretendo cimentar este epígrafe de mi trabajo. La literatura consultada al respecto parece coincidir en su visión del emprendimiento solidario como una nueva vía alternativa no solo al autoempleo, sino a la generación de riqueza social, fruto de la interacción entre agentes económicos.

Es un fenómeno que no se puede entender de otra manera que no sea la de la colaboración entre, y vuelvo a citar el artículo *“Academia, Estado, Comunidad y Empresa”*. Consigue, mediante formas innovadoras de organización del trabajo y de la empresa comprometerse con la comunidad, crear empleo, generar bienestar social y riqueza mejorando así la calidad de vida de un sector de la sociedad que tanto lo necesita como es el de aquellos con riesgo de exclusión. Destacan también las palabras de Silva (1998) que apuntan que la verdadera clave para el éxito profesional reside en la capacidad de adaptarse a un mundo globalizado y en continuo cambio, globalizado. En ese contexto es capital para el autor que los nuevos profesionales sean capaces de ser flexibles, propensos al cambio y estén dispuestos al aprendizaje constante, a la innovación y al trabajo en equipo, que en muchas ocasiones se desarrollará en grupos multidisciplinares.

Introducida la temática de este apartado, me gustaría comenzar señalando las políticas públicas de fomento del emprendedor y del emprendimiento. Entre las mismas destaca el Consejo Europeo de Lisboa del año 2000, en el que la Unión Europea reconoce que el espíritu emprendedor forma parte de unas competencias consideradas como básicas para hacer frente al reto de alcanzar una economía fundada en el conocimiento. Además de esto, en 2003 fue aprobado por la Comisión de las Comunidades Europeas el Libro Verde sobre El Espíritu empresarial en Europa. Dicho texto persigue el objetivo de fomentar el emprendimiento apoyándose sobre tres grandes pilares: “derrumbar barreras al desarrollo de los negocios y el crecimiento, equilibrar los riesgos y recompensas de la iniciativa empresarial, y crear una sociedad que valore el entrepreneurship.” Para ello propone trabajar con el individuo, la empresa y la sociedad. Y, adoptar una serie de actuaciones de impulso para la campaña como, entre otros facilitar los trámites necesarios para la creación de nuevas empresas, simplificar el acceso a préstamos y microcréditos, promover el espíritu empresarial desde un principio y a lo largo de toda la vida estudiantil y ablandar la legislación en cuestiones como la insolvencia.

El espíritu motivador de todas estas políticas, también se encuentra presente en una iniciativa política denominada “Small Business act for Europe” que pretende trabajar en el desarrollo de una cultura que aliente, valore y promueva el surgimiento de emprendedores, y no solo se centre en la también necesaria defensa de su figura.

España, en aplicación del Libro Verde, ha tomado una serie de decisiones, a nivel tanto Estatal como Autonómico, con la firme intención de “consolidar, mantener y mejorar la competitividad y mejorar la imagen social del empresario.” (González, 2007).

Todas estas medidas que venimos analizando, buscan salvaguardar los intereses del sector, promoviendo la actitud emprendedora. Esto se debe, entre otras cosas, a que es considerada como un importante factor de movilización

social y de combate a la pobreza, como defiende Fredy H. Wompner Gallardo (2012). Este mismo autor defiende que el emprendimiento social es una vía innovadora para enfrentarse a los problemas de desigualdad, pobreza y desempleo que tantos años lleva intentándose erradicar. En esta línea destacan unas declaraciones del secretario general de la ONU, Ban Ki-moon en las que califica de “inaceptable” los escasos avances que se han experimentado en la línea de los Objetivos de desarrollo del Milenio fijados en el año 2000 por la ONU, y entre los que despunta la reducción a la mitad de los índices la extrema pobreza del año 1990.

Para concluir con este epígrafe, pues creo que vuelve a sacar a relieve las ideas principales que pretendo transmitir, haré uso de los autores Francisco J. Santos, María de la O Barroso y Carmen Guzmán (2013) que en su trabajo sobre la economía global y los emprendimientos sociales enfocan esta situación desde el prisma alternativo. Ellos defienden que hasta ahora se ha promovido un tipo de emprendimiento cuyo fin último es la maximización de los beneficios, siendo coherente con el ecosistema económico en el que según ellos vivimos, donde el “paradigma de la competencia” tiene en el egoísmo individual su valor supremo. En contraposición a esto, hablan del emprendimiento social como un movimiento que pretende recuperar la dimensión altruista del ser humano, atendiendo las necesidades sociales y transformando, poco a poco, la economía como la conocemos. En este momento hago referencia a una de esas cuestiones que aconsejo que se mantengan en mente durante la lectura de mi trabajo pues le sirve como hilo conductor, y es la referente al futuro del emprendimiento y a los sectores en los que puede asumir mayor protagonismo o relevancia. Cuando nos planteábamos al principio del trabajo la pregunta de ¿Hacia dónde se dirige el emprendimiento? La gran mayoría de las fuentes consultadas coinciden en que el emprendimiento social es, inequívocamente, parte esencial del futuro del emprendimiento, y en gran parte se debe a esto el que sea analizado en este trabajo.

Capítulo 5: Conclusiones

Una vez finalizado el análisis crítico de la literatura, que supone el cuerpo de este trabajo, dibujaremos las conclusiones del mismo haciendo constante referencia a los objetivos que se fijaron inicialmente.

Para afrontar este epígrafe de la forma más ordenada posible, empezaremos por hacer mención a esas tres grandes líneas de pregunta que han servido de hilo conductor a mi trabajo.

¿En qué consiste el emprendimiento? Y ¿Cómo se es un emprendedor? Son las dos grandes preguntas con las que comenzaba mi análisis, y considero que su comprensión es crucial para el entendimiento del trabajo. Tras presentar varias definiciones alternativas se optó razonadamente por la opción más completa de estos conceptos y creo que se ha conseguido aunar los elementos comunes a las grandes definiciones de la literatura. En el concepto de emprendimiento, se optó por fusionar las definiciones de varios autores, llegando a la conclusión de que consistía básicamente en identificar y evaluar una determinada oportunidad, y mediante la coordinación y colaboración con otros (siempre influidos por la cultura) traducirla en una realidad que crea valor para la sociedad, se logró aportar una nueva y más completa definición que espero reporte utilidad a futuros investigadores de la materia. Además, en el apartado referente al perfil del emprendedor, se analizan las cualidades más comunes de la figura del mismo, advirtiendo tres que parece que se puede llegar a considerarlas condición necesaria para el éxito: la tolerancia a la incertidumbre, la dedicación y trabajo constantes y el hambre y pasión por hacer realidad el proyecto. Asimismo, en ese apartado se valora el modo en el que afectan distintas cuestiones como el género, aspecto que advertimos que sigue siendo un factor diferencial.

Por otro lado, se planteaba si ¿Hay, y de existir, qué papel juegan las grandes diferencias culturales alrededor del emprendimiento? En referencia a esto, de la lectura de los distintos autores se extrae la conclusión de que la cultura tiene una influencia relevante, en la medida en que condiciona la actitud de los individuos hacia el emprendimiento, su propensión a emprender, y la forma de hacerlo en el hipotético caso de que se decidan. Pero esa influencia relevante no es definitiva dado que se prueba también la homogeneidad en la forma de emprender de emprendedores que se encuentran alejados por miles de kilómetros y sin mediar contacto alguno entre ellos. Si es verdad que se encuentran vestigios comunes y que cruzan las fronteras, el emprendedor queda indudablemente determinado, en menor o mayor medida, por su cultura y la cultura que le rodea en el momento de emprender. Esa determinación puede influir, entre otros, en su forma de enfocar su proyecto o de enfrentarse a elementos como la incertidumbre.

Finalmente, como tercera línea inquisitiva, se pretendía aclarar ¿Cuál es la concepción actual de la sociedad al respecto de este fenómeno? ¿Hacia dónde se dirige el emprendimiento? Con respecto a la primera pregunta, más allá de la aceptación social, cabe resaltar como conclusión las importantes y numerosas medidas de apoyo y desarrollo del fenómeno emprendedor que se están tomando por parte de autoridades e instituciones de muy diversa naturaleza, todas ellas encaminadas a facilitar el emprendimiento y potenciar el sector. Los más importantes, por señalar tres, podrían las ventajas fiscales, los programas de becas al emprendedor y la agilización de procedimientos administrativos. En lo relativo a la segunda pregunta, el devenir del emprendimiento creo que va a ir de la mano del emprendimiento social y las incubadoras de empresas. Considero, tras la lectura de trabajos de investigación y demás publicaciones al respecto, que el del emprendimiento social va a ser el sector con mayor crecimiento en los próximos años, y que las incubadoras de negocios van a continuar aumentando la esperanza de vida de los proyectos que pasen por sus manos, solucionando así uno de los mayores problemas del emprendimiento en la actualidad.

Tratadas estas tres grandes preguntas, es necesario mencionar también en las conclusiones cómo de importante es subrayar las palabras innovación y creatividad cuando se habla de emprendimiento, al igual que el papel decisivo del descubrimiento de oportunidades de negocio.

Me gustaría proponer como línea futura de investigación el estudio de las vías alternativas para alcanzar el éxito que parece que constituyen la del que posee una idea brillante frente al camino del que realiza una gestión y administración ejemplar, puesto que considero que podría aportar mucho a la literatura existente y es una pregunta que la investigación no me ha permitido llegar a resolver.

Creo igualmente necesario que alguien profundizase en el estudio de las ventajas legales y económicas de las que se puede beneficiar el emprendedor y realizase un trabajo de investigación relativo a esta cuestión que pudiese ser empleado por los emprendedores del ámbito geográfico bajo análisis como documento guía para no dejar de aprovechar ninguna de esas oportunidades que se brindan, pues estoy seguro que un porcentaje de los fracasos podrían ser evitados si se hiciese un uso impecable de esas ventajas.

Bibliografía:

- Abrahams, D., Hogg, M.,A. (2004) "Metatheory: Lessons from Social Identity Research", Personality and Social Psychology Review, Vol. 8, No. 2, pp.98-106. London: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Addleson, M. (1995) "Equilibrium versus understanding: towards the rehumanization of economics within social theory." London: Routledge frontiers of political economy.
- Anderson, A., Li, J. (2014), "Entrepreneurship and networked collaboration; synergetic innovation, knowledge and uncertainty." London: The BrayBrook Press.
- Ki-Moon, B. (2008) "El Foro de Davos lanza un SOS". Diario El país (25-01). Available at: http://economia.elpais.com/economia/2008/01/25/actualidad/1201249988_850215.html
- Burns, T., Stalker, G. M. (1994), The Management of Innovation, Oxford: Oxford University Press.
- Butler, J.E. Doktor, R., Frederick Lins, A. (2010) "Linking international entrepreneurship to uncertainty, opportunity discovery and cognition" J Int Entrep (2010) 8:121–134. Hawai: Shilder College of Business.
- Camelia Moraru y Alexandru Rusei.(2012). "Business Incubators – Favorable Environment form Small and Medium Enterprises Development." Theoretical and Applied Economics Volume XIX (2012), No. 5(570), pp. 169-176.
- Coduras, A. (2010) "Evolución de la innovación en el emprendimiento español" Madrid: Instituto de Empresa para la Dirección General de Política de la PYME.
- Commission of the European Communities. (2003). Green Paper Entrepreneurship in Europe. Belgium: Enterprise Publications.
- Conklin Frederking, L. (2004) "A cross-national study of culture, organization and entrepreneurship in three neighbourhoods" Department of History and Political Science. Portland: The University of Portland.
- Dana A. Lupsa-Tataru (2014). "Entrepreneurship and Creativity. A comperative study." Brasov: Bulletin of the Transilvania University of Braşov.
- Doktor R, Dana L, Singer A, Lins AF, Lins FA (2007) In: Li ZG, Cannice MV, Chen R (eds) Proceedings of the Third Annual 2007 San Francisco-Silicon Valley Global Entrepreneurship Research Conference (p. 2). San Francisco: University of San Francisco.
- Drakopoulou-Dodd, S. and Anderson, A. R. (2007), 'Mumpsimus and the mything of the individualistic entrepreneur', International Journal of Small Business, Vol. 25, No. 4, pp. 341-360.
- Drucker P (1985). Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principle, New York, NY: Harper Business.
- Drucker P. F. (1985), Innovation and entrepreneurship, Oxford: Butterworth-Heinemann.

- Engelen, A., Heinemann, F., Brettel, M. (2009) Cross-Cultural entrepreneurship research, current status and framework for future studies. *Journal of International Entrepreneurship*. Volume 7, *Issue 3*, pp 163-189.
- Ferrante, F. (2005), Revealing Entrepreneurial Talent, *Small Business Economics*, Vol. 25 No. 2, p. 169.
- Forrester JW (1971) *World dynamics*. Waltham: Pegasus.
- Francisco J. Santos, María de la O Barroso y Carmen Guzmán (2013), “La economía global y los emprendimientos sociales” Sevilla: Universidad de Sevilla y Universidad de Huelva.
- Fredy H. Wompner Gallardo (2012): “El emprendimiento como factor de movilización social” Universidad de Los Lagos, Chile.
- Fuentes García, F.J., Sánchez Cañizares, S. (2010) “Analysis of the Entrepreneurial Profile from a Gender Perspective.” *Ma. Estudios de Economía Aplicada*. dic2010, Vol. 28 Issue 3, Special section p1-27. 27p. Córdoba: Universidad de Córdoba
- Giudice, M., Del Peruta, M.R., Della Sciotto, V. (2014) “Student entrepreneurship, creativity and success. How much does knowledge heterogeneity really matter?” *International Journal of Entrepreneurship & Innovation Management*. Vol. 18 Issue 1, p45-58. 14p. Available at: [http://library.macewan.ca/librarysearch?searchfield=au&query=\(Della+Peruta%2C+Maria+Rosaria\)&page=2](http://library.macewan.ca/librarysearch?searchfield=au&query=(Della+Peruta%2C+Maria+Rosaria)&page=2)
- Gonzalez, F. (2007): “Creación de empresas. Guía del emprendedor” Madrid: Pirámide.
- Hofstede G (2001) *Culture’s consequences: comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*. Sage: Thousand Oaks
- Holt DH (1997) A comparative study of values among Chinese and U.S. entrepreneurs: pragmatic convergence between contrasting cultures. *J Bus Venturing* 12(6):483–505
- Hughes, A. (2013) “A Rough Road to Entrepreneurship” Nov2013, Vol. 44 Issue 4, p54-56. 3p. London: Black Enterprise.
- I. Verheul, L. Uhlaner, R. Thurik (2005) “Business accomplishments, gender and entrepreneurial self-image”, Verheul et al. 2005: 489.
- Instituto Nacional de Estadística (2013) “Distribución por grupos de edad y sector de actividad de los emprendedores” España. Available at: http://www.observatorioabaco.es/post_observatorio/emprendedores-por-sector-de-actividad-y-edad-2
- Instituto Valenciano de investigaciones económicas (2009) “Detalle de los emprendedores por sectores productivos” Dirigido por Lorenzo Serrano. Valencia.
- Ireland, R D, M A Hitt, & D G Sirmon. 2003. A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions. *Journal of Management*, 29(6): 963–89.

- Joseph, J. (2012) "Why Age Matters in Entrepreneurship" Investment Advisor. Jan 2012, Vol. 32 Issue 1, p22-22. 1p. Available at: <http://www.thinkadvisor.com/2011/12/28/why-age-matters-in-entrepreneurship>
- Kim, P., Aldrich, H.E., Keister, L.A. (2007), Access (Not) Denied: The Impact of Financial, Human, and Cultural Capital on Entrepreneurial Entry in the United States, Small Business Economics, Vol. 27, pp. 5-22.
- Kirzner, I M. (1973). Competition and Entrepreneurship. Chicago, Illinois: The University of Chicago Press.
- Low MB (2001) The adolescence of entrepreneurship research: specification of purpose. Entrep Theory Pract 25(4):17–25
- Lu J, Beaamish P (2001) The internationalization and performance of smes. Strateg Manage J 22(6–7): 565–586.
- Lumpkin, G T & G G Dess. 1996. Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. The Academy of Management Review, 21(1): 135-72.
- M.Fritsch, A. Schroeter (2008) "Are More Start-Ups Really Better? Quantity and Quality of New Businesses and Their Effect on Regional Development." Jena: Friedrich Schiller University Jena, School of Economics and Business Administration.
- McGrath RG, MacMillan IC (1992) More like each other than anyone else? A cross-cultural study of entrepreneurial perceptions. J Bus Venturing 7(5):419–429.
- Misra S, Kumar S, (2000). Resourcefulness: A Proximal Conceptualisation of Entrepreneurial Behaviour, J. Entrep., 9(2): 135-154.
- Morgan G (2006) Images of organizations. Sage: Thousand Oaks.
- Müller, S. (2008) Encouraging Future Entrepreneurs: The Effect of Entrepreneurship Course Characteristics on Entrepreneurial Intention. St.Gallen: University of St.Gallen.
- Muñoz,J., Suárez-Álvarez,J., Pedrosa,J., Fonseca-Pedrero, F., García-Cueto, E. (2014) "Enterprising personality profile in youth: Components and assessment." Oviedo: Universidad de Oviedo.
- Oficina Europea de Estadística (Eurostat) (2011) "Emprendedores por sector de actividad". Available at: http://www.observatorioabaco.es/post_observatorio/emprendedores-por-sector-de-actividad
- Oviatt BM, McDougall PP (1994) Toward a theory of international new ventures. J Int Bus Stud 25(1):45–64.
- Perdomo Charry G., Arias Pérez,J.E., Lozada Barahona, N. E. (2013) "Investigación en incubadoras de empresas: una revisión y futuras líneas de investigación." Moldova:Universidad de Antioquia.

- Rusu,S. Florin,I., Radu, C., Csorba,L., (2012) “Entrepreneurship and entrepreneur: A review of literature concepts” Faculty of Economics Sciences, Aurel Vlaicu University, Arad, Romania. And Faculty of Economics Sciences, University of Oradea, Romania.
- Salinas Ramos,F., Osorio Bayter,L., “Emprendimiento y Economía Social, oportunidades y efectos en una sociedad en transformación” CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa ISSN edición impresa: 0213-8093.
- Sammarra, A. and Biggiero, L. (2008), ‘Heterogeneity and Specificity of Inter-Firm Knowledge Flows in Innovation Networks’, *Journal of Management Studies*, Vol. 45, No. 4, pp. 800-829.
- Scheinberg S, MacMillan IC (1988) An 11 country study of motivations to start a business. In: Kirchoff BA, Long WA, McMullan WE, Vesper KH, Wetzel WE (eds) *Frontiers of entrepreneurship research*, 8th edn. Babson, Wellesley, pp 669–687.
- Schumpeter, J A. 1934. *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Cambridge, MA.: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A. (1935), ‘A Theorist’s Comment on the Current Business Cycle’, *Journal of the American Statistical Association*, Vol. 30, No. 189, pp. 167-168.
- Shane SA (1994b) The effect of national culture on the choice between licensing and direct foreign investment. *Strateg Manage J* 15(8):627–642.
- Shane, S & S Venkataraman. 2000. The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 25(1): 217-26.
- Steensma HK, Marino L, Weaver KM (2000) Attitudes toward cooperative strategies: a cross-cultural analysis of entrepreneurs. *J Int Bus Stud* 31(4):591–609.
- Stewart WH Jr, Carland JC, Carland JW, Watson WE, Sweo R (2003) Entrepreneurial dispositions and goal orientation: a comparative exploration of United States and Russian entrepreneurs. *J Small Bus Manage* 41(1):27–46.
- Stinchcombe AL (1965) Social structures and organizations. In: March JG (ed) *Handbook of organizations*. Rand, Chicago, pp 142–193.
- Zahra, S.A., George, G. (2002) International entrepreneurship: the current status of the field and future research. In: Hitt MA, Ireland RD, Sexton DL (eds) *Strategic entrepreneurship: creating a new mindset*. Blackwell, Malden, pp 255–288.