



20 anos
Departamento
Turismo@ISCE



The specific entrepreneurship applied to the development of tourism

ISSN: 2183-0800

www.isce-turismo.com

Volume 11 | Número 1 | Setembro 2018
Volume 11 | Number 1 | September 2018
Volumen 11 | Número 1 | Septiembre 2018

Patrocinadores:



EMPRENDIMIENTOS EN EL ECUADOR. UN ENFOQUE MULTIDIMENSIONAL PARA SU DESARROLLO

Geovanny Xavier Mendoza Arteaga¹

Mendoza, G. X. A. (2018). Emprendimientos en el Ecuador. Un enfoque multidimensional para su desarrollo. *Tourism and Hospitality International Journal*, 11(1), 48-73.

¹ Doctorando Universidad de Alicante, PhD Universidad de Niwport, Master en Dirección de Empresas en el IDE, Master en Negocios Internacionales en la Universidad Espiritu Santo.

Resumen

La importancia del emprendimiento para el desarrollo de las naciones actualmente es incuestionable, por lo que el análisis y tratamiento del tema adquiere especial relevancia. El presente artículo sustenta un marco teórico donde se analiza y fundamenta el fenómeno del emprendimiento desde el punto de vista multidimensional, este sirve de base para desarrollar su objetivo principal, el consiste en: presentar argumentos sobre los enfoques económicos, psicológicos, socio-cultural y gerenciales, necesarios para el desarrollo del fenómeno del emprendimiento a tono con las demandas internacionales y las características de Ecuador. Se profundiza sobre el significado, sentido actual y necesidad de la cultura emprendedora, partiendo desde las ciencias económicas, aunque con carácter multidisciplinar y constructivista, con visión holista, sistémica, y evolutiva de la realidad.

Palabras claves

Emprendimiento, Ecuador, Multidimensional, Visión holista, Enfoques económicos, psicológicos, socio-cultural y gerenciales

Introducción

El tema del emprendimiento ha sido estudiado desde diversas disciplinas como la economía, las finanzas, la sociología, la historia y la psicología fundamentalmente, lo que ha influido para que no exista una teoría única. Para Amit, Glosten, y Muller (1993) resulta difícil lograr una única teoría completa y robusta, debido al carácter interdisciplinar del emprendimiento. Así también, Vesper (1983) y Gartner (1985) se identifican con las ideas de estos autores y además plantean que esta misma interdisciplinariedad contribuye a que no se llegue a un acuerdo sobre una definición común y por tanto, frena el progreso de investigaciones.

La diversidad implícita en estas valoraciones evidencia nítidamente que aún no se llega a un consenso sobre el tema en cuestión, incluso según Gartner (1990) el emprendimiento está constituido por una gran cantidad de puntos de vistas. No se cuenta con una definición que sea aceptada íntegramente por todos los economistas y mucho menos por investigadores de otras ciencias. No obstante, y a pesar de que estas valoraciones emanan desde perspectivas y corrientes de pensamientos diferentes, en esencia poseen determinados puntos de convergencia. Así, distinguen al emprendedor como elemento necesario para el crecimiento económico, como individuo que está más alerta que otros para encontrar y explotar oportunidades, impulsado por la necesidad de innovar y tomar riesgos hacia lo desconocido, lo que se entiende como su capacidad para trabajar con un alto grado de incertidumbre.

Con la intención de enmarcar la evolución histórica sobre la investigación de la actividad emprendedora, se asumen las etapas o períodos históricos establecidos por Díaz (2002), así como la quinta etapa propuesta por Vallmitjana (2014), a continuación, se argumentan sucintamente.

Primera Etapa: S. XVIII – S. XIX. Teoría Clásica del Empresario

Se considera ésta como una etapa introductoria, que transita sobre un marco de definiciones esencialistas y de discernimiento sobre el empresario, así como de la figura del emprendedor, su posición, funciones y alcances.

Segunda Etapa: Primera Mitad del S. XX. La Escuela de Harvard

Esta etapa se caracteriza por la proliferación de estudios históricos sobre empresas, bancos y otras clases de negocios, divulgación de biografías de empresarios y sus consiguientes funciones. Muchos de estos estudios se publicaron bajo el título de Harvard Studies in Business History y en el Journal of Business and Economic History.

Tercera Etapa: 1950-1979

Esta etapa se caracteriza por el inicio del programa de investigación científica en el campo de las ciencias empresariales o dirección de empresas, centrandos los estudios en el empresario, la función empresarial, a la vez que se configuran las diferentes vertientes: pequeña y mediana empresa (PYMES), empresa familiar y la creación de empresas.

Cuarta Etapa: 1980-2000

Esta etapa se caracteriza por la consolidación de concepciones, posiciones y acciones en favor de fomentar la cultura de empresa, de diseñar reformas en los sistemas de educación, cambios culturales y medidas para mitigar los obstáculos en la creación de nuevas empresas y dotar a las personas de la cualificación necesaria para poder llevar adelante y con éxito sus proyectos. También se caracteriza por propiciar entornos favorables para la creación, desarrollo y transmisión de empresas, y su correspondiente simplificación administrativa, entorno financiero, normativo y acceso a programas comunitarios como los de Investigación y Desarrollo (I+D); y los Fondos Estructurales.

Quinta Etapa: 2001-presente

De acuerdo con los planteamientos de Díaz, 2002; Lasch & Yami, 2008, Vallmitjana 2014 y Carrillo, L. L et al. 2014, en la actualidad la investigación sobre el emprendimiento ha llegado a convertirse en un campo de investigación reconocido por la comunidad científica y aunque existe gran diversidad de enfoques, y plena progresión de abordaje teórico-práctico, se evidencia una marcada tendencia a intentar establecer distinciones conceptuales

precisas, aumenta el número de investigadores, afloran estudios enfocados a la construcción de modelos, políticas y programas basados en metodologías de la investigación cualitativa o mixta, la participación de los investigadores en grupos multidisciplinarios y contribuciones a nivel internacional, así como el estudio de casos, todos con mayor sistematicidad y la intención de comprender y profundizar en el fenómeno emprendedor en Europa.

En la actualidad el concepto de emprendimiento es concebido como un elemento multidimensional, que está influenciado por diversos factores, como lo económico, social, ambiental y jurídico, entre otros (Garcés, 2015). Cuestión que matiza la no existencia de un concepto único, aunque sí, el consenso en su carácter de innovador, creativo y transformador, así como la presencia de características particulares en quienes emprenden.

En torno al tema del emprendimiento se han identificado diversos enfoques con relación a las distintas teorías que lo abordan, de acuerdo al objetivo del presente artículo, se asume la clasificación realizada por Veciana (1999) quien considera cuatro enfoques teóricos (ver Figura 1):

- 1) económico
- 2) psicológico
- 3) socio-cultural
- 4) gerencial

Los que a continuación serán abordados brevemente, sobre la base de las teorías que cada uno de ellos enfatiza y representa.

El Enfoque Emprendedor desde la Economía

La evolución, desarrollo y tendencias del emprendimiento abordado desde el enfoque de las ciencias económicas, conglomeran aspectos esenciales de las principales escuelas, corrientes del pensamiento y principios de esta ciencia. En este epígrafe se pretende ilustrar el papel que desempeña el emprendedor en la economía, visto como eje vertebral para el crecimiento económico; en tanto que es a la vez generador y colofón.

Desde los principios de esta ciencia relacionados con el emprendimiento, se avista la existencia de conformidad de criterios que reconocen el valor del emprendimiento y la creación de pequeñas y medianas empresas, como motor impulsor para la generación de empleo y desarrollo económico. Podemos afirmar que hay una considerable relación entre

emprendimiento y crecimiento económico (Birch, 1979; Bird, 1993; Birley & Whestead, 1994; White y Reynolds, 1996; Parker, 2004; García, 2010; Guerrero, M.; Cunningham, J. A.; Urbano, D. 2014; Torres, F., & Wileidy, A. 2015).

Desde la economía se reconocen cuatro teorías fundamentales:

1. Teoría del cuarto factor de producción.
2. Teoría del beneficio del empresario.
3. Teoría del desarrollo económico.
4. Teoría de los costes de transacción.

La Teoría del cuarto factor de producción: Say (1840), Mill (1848) y Marshall (1890), otorgan gran notoriedad a la organización de los negocios e identificaron al empresario como "el cuarto factor de producción" diferenciado del trabajador, del terrateniente y del capitalista. En esencia esta teoría, concibe al empresario como aquella persona que arrienda la tierra del terrateniente, las capacidades del trabajador y los bienes de capital del capitalista, y los combina de acuerdo al área que desarrolle, ya sea la industria, el comercio o la agricultura.

La Teoría del beneficio del empresario: Cantillon (1755), Weber (1921) y Knight (1921), explican la función del emprendedor a partir de la estimación del trinomio: beneficio, incertidumbre y riesgo. Asocian la decisión del empresario de asumir riesgos, conseguir medios de producción y organizar la actividad económica, con la intención de alcanzar beneficios una vez finalizado el proceso productivo. En esta teoría se valora la decisión de convertirse en empresario basándose solo en la propensión o la aversión al riesgo.

La Teoría del desarrollo económico: Schumpeter (1934) plantea que la esencia del desarrollo económico reside en la función innovadora y en las combinaciones productivas que desarrollan los empresarios al crear nuevas empresas y quebrantar así la rutina de las actividades económicas. A este proceso le otorga tres momentos fundamentales: invención, innovación e imitación. Caracteriza al empresario como un individuo dinámico, activo, innovador y trasgresor del equilibrio para las fluctuaciones del mercado al introducir modificaciones en los sistemas de producción. Concibe a los emprendedores como individuos que promueven nuevas alternativas o innovaciones y los identifica como promotores vitales del desarrollo económico y los progresos sociales.

La contribución de Schumpeter posee gran vigencia e importancia, de manera general para la profundización en el tema del emprendimiento. Se concuerda con la concepción de

Schumpeter sobre la influencia de la creación de empresas como motor de desarrollo económico, así como la importancia que concede al comportamiento innovador por parte del empresario emprendedor para combinar los medios de producción lo que conduce al desarrollo de empresas innovadoras.

La Teoría de los costes de transacción: Coase (1937) y Williamson (1971), fundamentan la creación de empresas sobre la base de sus costes. Conciben la empresa y el mercado como dos formas de organización económica. Se identifican a los costes de transacción con los costos relacionados con la utilización y el cálculo del mecanismo de precios de mercado o los costes en los que caen las empresas cuando acuden al mercado para adquirir determinados servicios o productos. Coase, además asentó que el paradigma de los mercados eficientes marchaba siempre y que no se consideraran los costes de negociación.

Principales Escuelas de Pensamiento

De acuerdo a las líneas generales de investigaciones y fundamentos emitidos en torno al estudio del emprendedor, han sido reconocidas como las principales escuelas de pensamiento: la francesa, inglesa, austriaca, empírica y la de Harvard. Estas analizan la actividad emprendedora desde diferentes perspectivas. Aun así, han sido consideradas no excluyentes entre ellas, y sí, con predominio de determinados niveles de complementariedad para explicar una realidad amplia, denotando en la figura del emprendedor y en todas las acciones en las que este incursiona, como de gran valor para el desarrollo económico y social, tanto local como regional.

Con este análisis sucinto se pretende esbozar toda una consecución de elementos que han develado el proceso evolutivo teórico conceptual sobre el emprendimiento y que se han ido fundamentando a través de valoraciones de escuelas, corrientes de pensamientos, etapas históricas y figuras relevantes. Todo ello ha permitido corroborar planteamientos que de manera acentuada se han reflejado, relacionados con la diversidad de criterios en torno al tema, aunque al adentrarse en los análisis se avistan determinados puntos de convergencia como ya se han identificado. Para la realización de este artículo se apropian aquellos elementos distintivos de las escuelas antes mencionadas que posibilitan desarrollar un constructo científico con la magnitud, multidisciplinariedad y holismo que el tema requiere.

Cultura Emprendedora como Motor del Crecimiento Económico

Para desarrollar el análisis de la cultura emprendedora como motor del crecimiento económico se toman en consideración fundamentalmente dos perspectivas esenciales, la primera relacionada con sus bases teóricas conceptuales; la segunda desde la contextualización económica en la que ella emerge como configuración necesaria.

Varios autores estiman que la cultura emprendedora es una actividad muy específica y la relacionan con los postulados de Schumpeter. Algunos la asocian con la capacidad para descubrir oportunidades; mientras que otros la vinculan con la generación de nuevos proyectos innovadores o creación de nuevas empresas.

El autor se identifica con el planteamiento de que la cultura emprendedora, resulta de la expresión compuesta por la unión de dos conceptos: el referente al sustantivo cultura, entendida esta como la construcción social de pautas integradas para la vida en sociedad; y por el adjetivo emprendedora, interpretada, en términos generales por Cuervo (1987), Casares (1992), Moliner (1998) y Sánchez (2001) entre otros, como la persona que tiene iniciativa y decisión para emprender.

Según Cameron y Quinn (1999) la cultura emprendedora es aquella que propicia un lugar de trabajo dinámico y creativo. Para estos autores, una organización con una cultura emprendedora se sostiene por el compromiso hacia la experimentación y la innovación. Plantean además que el énfasis debe tender a ser el primero y el éxito consiste en obtener nuevos servicios y productos. Por su parte Jassawalla y Sashittal (2002) opinan que la cultura emprendedora predispone a los sujetos para que vean las actividades de innovación favorables a ellos, y generan normas que incentivan la motivación directa de los participantes para desarrollar un comportamiento emprendedor.

Al respecto La Comisión de las Comunidades Europeas, en el Libro Verde titulado, El espíritu Empresarial en Europa (2003) define a la cultura emprendedora como una forma de pensar o una mentalidad que influye en la motivación y en la capacidad del individuo, ya sea de forma independiente o dentro de una organización, para identificar una oportunidad y luchar por ella, y así producir nuevo valor económico y/o social.

Según expresa González (2004) el término cultura está relacionado con el crecimiento económico y utiliza se refiere indistintamente a la cultura empresarial y la cultura emprendedora, para denotar la necesidad de crear y mantener empresas. Este autor se auxilia

del concepto de cultura para arribar al de cultura emprendedora, basándose en que para fortalecer el espíritu empresarial en una determinada sociedad se deben forjar valores, creencias, expectativas positivas y reconocimiento hacia la actividad empresarial y los emprendedores.

Para Cavalli (2007) la cultura es algo que se aprende y se puede educar. Esta afirmación es argumentada por Martínez Rodríguez (2008) al plantear que ésta varía con el transcurso del tiempo, por lo que podemos afirmar que se trata de una construcción social. De ahí que, al hablar de modos de vida, de costumbres, de valores y conocimientos que se aprenden, y que por lo tanto son educables, nos permite desarrollar nuevos estilos de vida, incluso en aquellos grupos sociales y humanos tradicionalmente poco emprendedores, que vean en el fomento del espíritu emprendedor un modelo vital y profesional con el que generar desarrollo económico y cohesión social (Vidal, 2012).

Varios autores coinciden al apreciar a la Cultura Emprendedora como aquella cultura que se encuentra abierta al cambio, así como a la búsqueda y aprovechamiento de las oportunidades que puedan surgir, tanto para la innovación como para el desarrollo. En tal sentido Alemany y Álvarez (2011) enriquecen esta visión al plantear que la cultura emprendedora incluye además, el estudio de las fuentes de oportunidades, los procesos de descubrimiento, evaluación y explotación de estas mismas, así como de las personas que las descubren, innovan y evalúan.

Varios autores distinguen la relación de la cultura emprendedora con la innovación, ya que ésta en gran medida contribuye a crear o transformar un servicio o un producto en algo más atractivo, o le añade valores originando mejores ventajas competitivas, aunque esta no solo se basa procesos lineales de crear o innovar, sino también en planificar y gestionar proyectos con el fin de alcanzar determinados objetivos (Rodríguez & Chávez, 2015). En tal sentido estos autores definen la cultura emprendedora, como una forma de pensar, razonar y actuar, vinculada a la búsqueda de una oportunidad de negocio, que puede dar como resultado la creación, mejora, realización y renovación de valor en el sentido más amplio del término (Rodríguez & Chávez, 2015).

El fomento de la cultura emprendedora posee gran valor económico y social, tanto para sus propietarios, como para empleados, proveedores, clientes y sociedad en general, ya que un negocio consolidado y en crecimiento crea oportunidades de empleo, no solo para las personas contratadas por la empresa, sino que también irradia crecimiento para proveedores

y terceros, ya que como efecto multiplicador desarrolla una cadena de oportunidad y de generación de riqueza (Rodríguez & Chávez, 2015).

Diversos autores se han proyectado por enunciar desde sus perspectivas de análisis, sus definiciones o juicios en torno a la cultura emprendedora. De acuerdo a la literatura consultada se identifica que no existe una única definición comúnmente aceptada, sino que estos criterios o definiciones son retomados o enriquecidos indistintamente por otros autores o investigadores de acuerdo a los objetivos trazados.

La segunda perspectiva de análisis de la cultura emprendedora, se valora por el autor desde la contextualización económica en la que emerge, que como se planteó con anterioridad, la percibe como una configuración necesaria. En este sentido hay que considerar los escenarios globales, regionales y locales, económicos y laborales, caracterizados por situaciones de incertidumbre, inestabilidad, decadente crecimiento económico, entre otros, así como las altas tasas de desempleo asociadas a estos mismos factores, que, aunque no son los únicos, en ellos recae un gran peso en el comportamiento.

La situación economía mundial enfrenta una serie de retos, entre los que cabe destacar: la necesidad de mejorar la capacidad productiva de buena parte de la humanidad (Requeijo, 2011). A continuación, se agrupan de manera concisa una serie de aspectos que evidencian esta situación:

- La economía mundial atraviesa una latente situación de incertidumbre.
- Los modelos de crecimiento económico no se mantienen estables, ni perdurables en el tiempo. Manifestándose reiterados ciclos económicos de crecimiento acompañados de épocas de crisis y recesión económica (Schumpeter, 2002).
- Considerables desequilibrios sociales entre diferentes segmentos de la población (Boron, 2001).
- Los patrones de crecimiento basados en el modelo capitalista en sentido general no son respetuosos con el medio ambiente. Numerosos estudios e investigaciones (Piñas, 2002; Lynch, 2005; Durán Romero, 2007; Esteban Moratilla, 2007; Sotelsek & Ahamdanech, 2008; López, Durán, Guerrero, Noboa, & Martínez, 2015) exponen la necesidad de llevar a cabo políticas y acciones concretas para conjugar crecimiento económico y la defensa de la sostenibilidad medio ambiental.

- Sostenido aumento del precio de las materias primas en todo el mundo, por lo que se incrementan los costes de producción debilitando a su vez el poder adquisitivo de los consumidores.
- Cada vez más se eleva la inflación y crece la tasa de desempleo.

De ellos se deriva la necesidad de fomentar una cultura emprendedora, en primera instancia se requiere la convergencia de diferentes acciones, factores y sectores a diferentes escalas; las que contribuyan a reforzar una serie de valores, actitudes, conocimientos específicos y competencias para que tanto en el plano individual, como organizacional y territorial, los emprendedores o quienes incursionen para llegar a serlo, puedan obtener las herramientas, información y asesoramiento necesario para en cada caso poder tomar las decisiones más acertadas. En sentido general estas competencias conforman un conjunto de cualidades personales, habilidades sociales, de planificación y gestión, necesarias para actuar de forma autónoma (GEM 2014). Resultando importante destacar que para que todo ello funcione, además debe existir una voluntad política a su favor, así como un respaldo financiero y educativo desde los diferentes niveles formativos.

En la medida que los emprendedores, sin distinción de las etapas que se encuentren, posean una cultura emprendedora formada, enriquecida y actualizada, estarán cada vez más, en mejores condiciones de acertar en sus decisiones, consolidar sus ideas iniciales, hacerlas sostenibles en el tiempo y con indicadores de crecimiento progresivo; convirtiéndolos entre otras cosas en propulsores de la economía tanto personal como de todos lo que de alguna manera inciden en su radio de acción, ya sea de manera directa o indirecta.

Sintetizando las ideas anteriores, se puede afirmar que existe una estrecha relación entre el desarrollo de la cultura emprendedora y el crecimiento económico y que aun cuando la cultura emprendedora se debe edificar sobre una concepción integral, con armonía medioambiental y social, resulta evidente que ésta siempre va a tener una repercusión directa hacia el crecimiento económico y la generación de empleos.

El Enfoque Emprendedor desde la Psicología

El proceso emprendedor históricamente se ha estudiado bajo parámetros cuantificables liderados por los economistas, centrados en estos tipos de investigaciones, soslayando otras visiones (Rodríguez, 2015). En tal sentido, Baumol irrumpe un tanto esta tendencia y

comienza a abordar el problema desde una visión más cualitativa. Es el primero en afirmar que el emprendedor no tiene cabida en ninguna visión que trate de medir solo variables cuantitativas, y se proyecta por su estudio basándose en factores culturales, sociales y psicológicos, al considerar al emprendedor como una persona, y que no puede seguirse asumiendo la regulación de su conducta sólo por las influencias del mercado (Baumol, 1968, citado en Rodríguez, 2015).

El enfoque emprendedor desde la psicología, y de acuerdo al objetivo del presente artículo, se concentra en el análisis de las teorías psicológicas más representativas, que tratan los atributos, rasgos psicológicos, características distintivas y perfil de las personas que incursionan emprendimientos, así como su influencia para el desarrollo de toda una conducta emprendedora. De acuerdo con la literatura consultada, los orígenes de este enfoque se encuentran fundamentalmente en los trabajos de Baumol (1968), Weber (1930), McClelland (1961) y de Collins, Moore y Unwalla (1979); y le continúan los de Allinson et al. (2000), Baron (1998), Morris et al. (2002), Moriano y Palací (2003), Sánchez Almagro (2003), Benavides et al. (2004) y Djankov et al (2006).

Desde la psicología se reconocen dos teorías fundamentales:

- Teoría de los rasgos de personalidad.
- Teoría del empresario de Kirzner.

Las que se argumentan a continuación.

La Teoría de los rasgos de personalidad: McClelland (1986, en Low y MacMillan, 1988), Christensen (1994), Lévesque et al. (2002), Djankov et al (2006), entre otros, estudiaron los rasgos distintivos de la personalidad que caracterizan esencialmente a los emprendedores y que resultan imprescindibles para poder lograr la creación y desarrollo de empresas.

Los autores partidarios de este enfoque, aprecian que los emprendedores son personas que nacen con ciertas cualidades especiales que las diferencian de las demás (Gartner, 1988). Además, basan sus argumentos en la interrogante concerniente a por qué determinadas personas deciden iniciar un emprendimiento mientras que otras, bajo circunstancias similares, no lo hacen.

Para McClelland (1961), la necesidad de logro, el control interno, la tolerancia a la ambigüedad y la propensión a tomar riesgos calculados, constituían las características fundamentales de los emprendedores. Aunque posteriormente tomó en consideración otras como el asertividad, la iniciativa, la orientación hacia la eficiencia y la planificación

sistemática (McClelland, 1986, en Low & MacMillan, 1988). Por su parte, Hornaday y Aboud (1971) argumentan en sus estudios que la motivación al logro, el apoyo, la independencia y el liderazgo, constituyen los rasgos distintivos de los emprendedores.

La interpretación de la teoría de los rasgos de la personalidad con relación a la creación de empresas, fue complementada con el análisis de la influencia de algunas variables demográficas como: la edad, el género, la religión, la etnia, la educación y el nivel socioeconómico o la experiencia profesional (Reynolds, Storey & Westhead, 1994; Stewart, Watson, & Carland, 1999). Producto de estos análisis se han asociado determinadas correlaciones entre el comportamiento de algunas de estas variables con ciertos rasgos de la personalidad de los emprendedores.

Según Nuez y Górriz (2008), entre los rasgos psicológicos significativos del emprendedor destacan por su importancia:

1. Necesidad de logro o de autorrealización.
2. Control interno y autoconfianza.
3. Espíritu de riesgo o propensión a asumir riesgos.
4. Necesidad de poder e independencia.
5. Compromiso.
6. Tolerancia a la ambigüedad.

La Teoría del empresario de Kirzner (1979): se ocupa de explicar el funcionamiento del mercado a partir de identificar el estado de alerta y agudeza que posee un empresario ante las oportunidades y que lo diferencia del resto de la población. Para Kirzner “la relación entre la consecución del beneficio y alguna habilidad empresarial se explica porque los individuos difieren en su habilidad para advertir las oportunidades empresariales” (Kirzner, 1979). Este concibe al empresario en un estado de alerta perenne, que le permite vislumbrar y aprovechar de forma adecuada las oportunidades que puedan reportar algún beneficio, gestionando consecuentemente los recursos que disponga.

Entre los postulados de Kirzner y el de Schumpeter, sobre el empresario se perciben diferencias. Para Kirzner, el empresario distingue la existencia de oportunidades y posibilidades de beneficio en el mercado, primero que todos los demás, mientras que para Schumpeter, el empresario irrumpe el equilibrio existente en el mercado y estimula a los consumidores a necesitar cosas nuevas.

Coincidimos con el planteamiento de Rodríguez (2015), referente a que el estudio del emprendedor desde el punto de vista psicológico, es probablemente de los elementos que integran todo el proceso del emprendimiento, el más engorroso de parametrizar, debido a la multiplicidad de dimensiones que influyen en dicho proceso. Dentro de las características psicológicas más abordadas, resaltan el perfil y los rasgos de personalidad, las actitudes o las habilidades reguladoras de la conducta emprendedora y de los mismos procesos de emprender. Estos, manteniendo la perspectiva analítica de la psicología, serán ilustrados en los siguientes epígrafes.

El Enfoque Emprendedor desde lo Socio-cultural

El estudio del enfoque socio-cultural se estima pertinente por su complementariedad con los aportes efectuados desde la economía y la psicología, para facilitar la comprensión de los modos de actuación de aquellos individuos que desarrollan una conducta emprendedora (Reynolds, 1994). En este caso la perspectiva de análisis cambia, ya que los enfoques anteriores defendían que el hecho de emprender y crear una empresa, era resultado fundamentalmente de factores internos o de tipo individual, mientras que en el enfoque socio-cultural se sostiene que es resultado de la interacción de factores externos o del entorno. Este examina cómo las particularidades del contexto, pueden colaborar o no, con la actividad emprendedora en una sociedad determinada (Thornton, 1999).

A criterios de McClelland (1965) y Hagen (1962) el emprendedor posee una personalidad creativa, estimulada por una alta necesidad de logro. Aunque los análisis de estos autores tienden a otorgar un gran peso a los aspectos sociales y sus consiguientes efectos sobre la personalidad emprendedora. Para Ibarra (2009) ambas valoraciones son acertadas y complementarias. Ellas actúan paralelamente en cierto perfil de emprendedores.

Por su parte O'Farrel (1986, en Reynolds et al., 1994) asevera que las conductas emprendedoras pueden ser estimuladas, o no, debido a las influenciadas de las condiciones sociales, culturales e institucionales. Cuestión que se explica tal y como especificó Hofstede (1980, en Fernández, Liñán & Santos, 2009) la cultura moldea las representaciones cognitivas de las personas, sugestiona e incluso regula los estándares de conducta, de manera que estos se comporten congruentemente con el contexto cultural. En correspondencia con estos planteamientos se asevera que tanto la decisión de convertirse en empresario, como la

constitución de nuevas empresas tienen su origen en factores externos, como los socioculturales y el marco institucional.

De modo similar los análisis de Low y MacMillan (1988) revelan la interdisciplinariedad del emprendimiento, en la que se imbrican diversos aspectos, destacando los socioculturales, los rasgos de personalidad, las redes, la ecología de la población y los asuntos económicos. De este modo en el enfoque socio-cultural se externaliza el vínculo del emprendimiento con su contexto social y cultural. Las teorías socioculturales sustentan que las decisiones sobre convertirse en empresario y crear empresas están sugestionadas por elementos del entorno y que en ellas se manifiestan las relaciones indudables entre las convicciones ideológicas y el comportamiento económico. Por tanto, la cultura del entorno social es un determinante de la función empresarial (Díaz, 2002).

Entre los aportes de North (2005) se acota con claridad que concurren tres constituyentes explícitos que supeditan el crecimiento económico de los países, estos son: los factores económicos, el marco institucional y los valores socio-culturales. Precisamente, estos valores socio-culturales de los territorios condicionan en gran medida la visión sobre las posibles oportunidades de innovación, lo que tributa directamente sobre la conducta económica de sus ciudadanos.

Entre las teorías más representativas que integran este enfoque se pueden citar las siguientes:

- la teoría institucional;
- la teoría del rol;
- la teoría de la marginación;
- la teoría de redes
- la teoría de la incubadora; y
- la teoría de la ecología de la población.

A continuación, se resumen de manera breve sus fundamentos:

Teoría institucional: en esta teoría se exponen aquellos aspectos institucionales y sociales que conducen al desarrollo del emprendimiento. Esencialmente se plantea que, en la medida que las instituciones proporcionan un entorno favorecedor para el crecimiento económico, el emprendedor se convierte en el vehículo que facilita este crecimiento. Se parte de la base de que las instituciones establecen reglas y normas en la sociedad, las que constituyen fuerzas restrictivas que configuran la interacción humana (North, 2005).

Teoría del rol: ofrece los fundamentos que justifican las diferencias en cuanto a cantidades de empresas entre unas zonas geográficas y otras. Estas diferencias se asocian a que en aquellos entornos en los que predominan modelos o actividades empresariales, se estimula el surgimiento de más empresarios (Nueno, 2003) ya que al percibir que otros individuos en ambientes análogos crearon sus propias empresas, el nuevo empresario se siente motivado a hacer lo mismo (Veciana, 1996). Aun cuando las características notorias de cada emprendedor son fundamentales, la influencia de factores externos favorables, como la presencia de empresarios experimentados exitosos en la zona, constituyen modelos que instan a su imitación (Begley & Boyd, 1987; Baron, 2000). Los valores de la sociedad y las experiencias empresariales, con sus éxitos y fracasos, legitiman la actividad emprendedora, en cuanto a que actúan como incentivo para el proceso de creación de empresas (Fuentelsaz & González, 2015).

Teoría de la marginación: tiene en cuenta los factores externos, fundamentalmente los negativos. Estima que la creación de una empresa comienza con un suceso crítico, generalmente negativo, que la precipita, también denominado deterioro del rol (Collins et al., 1964) o suceso disparador (Shapiro, 1982). Se cuentan con mayor propensión a crear sus propias empresas a aquellos individuos marginados por determinados elementos que en el entorno se consideren negativos, como puede ser su religiosidad, etnia, inmigrantes o desempleados. Según esta teoría para convertirse en empresario son necesarias dos condiciones (Brunet & Alarcón, 2004, citado en Alonso, 2011):

- 1) un período de incubación y maduración de la idea; y
- 2) un suceso detonador que provoque el comienzo de la creación de la empresa, sin responder a la intención de obtener un beneficio, sino más bien a un factor crítico calificado como negativo.

Teoría de redes: adquiere relevancia en la década de los ochenta con los aportes de Birley (1985), Aldrich et al. (1986, 1987) y Johannisson (1995) los que promovieron una serie de investigaciones alrededor del impacto de la red (network) en el proceso de creación de empresas. En esta teoría se plantea que el conjunto de relaciones específicas entre varios grupos de personas desencadena múltiples interconexiones y reacciones en cadena, obteniendo como resultado la circulación de información e ideas, lo que facilita al emprendedor la creación de la empresa. Se entiende como red, al sistema coordinado de relaciones de intercambio, establecido por diferentes empresas especializadas en las distintas

actividades de la cadena de valor del producto (Fernández & Junquera, 2001). No es una actividad que surge espontáneamente y que depende del carácter extrovertido del empresario, sino que es una actividad específica derivada de una esmerada planificación y evaluación, que no puede ser delegada (Ollé & Planellas, 2003). La interacción entre las empresas genera nuevas informaciones económicamente valiosas, dando lugar a lo que se conoce como aprendizaje mediante la interacción y en este sentido, los avances en la tecnología supondrán un gran apoyo (Alonso, 2011).

Teoría de la incubadora: se refiere a los acontecimientos que afectan fundamentalmente la disposición de un individuo para emprender un negocio. Los fundamentos de esta teoría se encuentran en la adquisición de las habilidades o destrezas previas, que necesita un empresario, para poder crear posteriormente su empresa (Bull & Willar, 1993). Varios autores analizan el tema de las incubadoras de empresas desde el establecimiento de los conectores que se establecen entre las experiencias empresariales que adquirieron en sus empleos anteriores y la nueva empresa, fungiendo las primeras como incubadoras para nuevos proyectos empresariales, estos aprendizajes le sirven al emprendedor para descubrir oportunidades de negocio y encuentra en ellas herramientas para madurar sus ideas y llegar a materializarlas (Aldrich & Wiedenmayer, 1993). Según Alonso (2011) las incubadoras cumplen con el objetivo de asistir a los emprendedores, aportándoles ideas de infraestructuras, recursos básicos, e información para la puesta en marcha de sus empresas.

Teoría de la ecología de la población: Esta teoría se ocupa de explicar la influencia que ejercen los factores externos sobre la creación de nuevas organizaciones dentro de una población de organizaciones existentes, las que a su vez rivalizan por el mismo grupo de recursos. Dentro de sus principales exponentes se encuentran Aldrich (1979), Baumol (1993), Hannan y Freeman (1977). Estos estimaban que las circunstancias del entorno condicionan el nacimiento, supervivencia y muerte de las organizaciones, más que las propias habilidades del empresario. Relacionados con esta teoría, los planteamientos de Veciana (1988) argumentan que las formas de organización existentes en un momento dado son incapaces de adaptarse a los cambios del entorno; y estos cambios estimulan la disolución de algunas y creación de nuevas empresas. Las empresas que se adapten al entorno sobrevivirán, y las que no lo hagan, morirán (IL Sung & Duarte, 2015).

Según Vallmitjana (2014), el gran reto desde esta teoría consiste en poder predecir aquellas circunstancias del entorno que posibilitarán obtener mayor financiación y crecimiento para los emprendedores.

Los argumentos planteados con anterioridad permiten constatar que los aportes realizados por los diferentes autores, señalan la marcada tendencia para analizar al emprendedor dentro de su contexto y la influencia que ejerce este sobre él. Además, se valora cada vez más la creación de nuevas empresas desde términos vivenciales y del entorno en el que se desarrollará el nuevo emprendimiento.

El Enfoque Emprendedor desde lo Gerencial

Desde este enfoque se analiza el comportamiento y desarrollo en el interior de la empresa ya constituida, centrándose en sus propias características y estructura. Se enfatiza en el papel que desempeña el empresario en este proceso. Según Carrillo, et al. (2014) se concibe que la creación de empresas responde a un proceso racional en cuanto a toma de decisiones, basado en el conocimiento y adquisición de experiencias de las técnicas de gestión empresarial.

En este enfoque destaca significativamente las Teorías de la eficiencia-X, de Leibenstein (1966), y la Intrapreneurship o Corporate Entrepreneurship, estas se argumentan a continuación:

- I. La teoría de la eficiencia-X analiza el rol del emprendedor y el grado de ineficiencia en el uso de recursos dentro de la empresa, evaluando las posibilidades productivas frente a los fracasos de la misma. La eficiencia-X emerge como argumentación para aquellos recursos de la empresa que son utilizados de una forma errónea, ya sea porque se consumen de manera equivocada o porque no se consumen directamente. Procedimientos desacertados conducentes a la ineficacia de las organizaciones, los que generan oportunidades para los emprendedores.

La eficiencia-X constituye un nuevo paradigma, el cual según Leibenstein, entra en discrepancia con el paradigma neoclásico. Este último, estima una racionalidad completa, en cuanto a la toma de decisiones utilizando el cálculo de la maximización para resolver problemas, mientras que la eficiencia-X, admite la existencia de costes psicológicos que obstaculizan el alcance de planes individuales para aprovechar todas las oportunidades útiles

para disminuir todas las restricciones a las que están sujetos. Leibenstein identifica cuatro principales diferencias entre la teoría de eficiencia-X y la teoría neoclásica:

- i. Los contratos son incompletos, al no cuantificar la cantidad del esfuerzo necesario.
- ii. El esfuerzo es discrecional. Es el mismo empleado y no el empresario el que decide con qué esfuerzo trabajar. Los contratos son asimétricos, definen los salarios de los trabajadores y las contraprestaciones de los empresarios, pero no las obligaciones de los trabajadores, causando que el esfuerzo del factor trabajo sea desigual y de difícil maximización a lo largo del tiempo.
- iii. El esfuerzo es necesario para cambiar la ubicación de los recursos: no es agradable tener que cambiar viejas costumbres y acostumbrarse a una nueva rutina demora en el tiempo.
- iv. La empresa constituye una organización compuesta de distintos individuos sin unanimidad entre sus objetivos. El empresario se preocupa por maximizar beneficios, pero no los agentes, que son los que toman las decisiones y persiguen sus propios objetivos, los que no son compatibles con maximizar el esfuerzo. La organización se ocupa de aplicar presión sobre los agentes para mantener o incrementar su esfuerzo conduciendo a la empresa hacia su frontera de producción neoclásica.

Leibenstein valora que las actividades emprendedoras son una amenaza competitiva para una organización ineficiente, traduciéndose en una presión sobre los agentes, estimulándolos con el fin de mantener un grado adecuado de preocupación sobre las limitaciones (Casson, 1991). Según Martínez (2008) para que una empresa sea productiva, el empresario debe cumplir con la función principal de suplir las deficiencias que presenta el mercado, e introducir lo que no existe en este.

- II. La Teoría Intrapreneurship o Corporate Entrepreneurship: se ocupa del estudio de la iniciativa emprendedora cuando ésta se desarrolla dentro de la empresa, también denominada “corporate entrepreneurship” o “intrapreneurship”.

Se entiende por un intraemprendedor a aquella persona que funciona como emprendedor, pero dentro de una organización trabajando para ella. Esta persona dispone de amplios conocimientos sobre los recursos que dispone la empresa, tiene determinadas facultades para moverse libremente en ella y de un amplio nivel de colaboración entre los trabajadores para compartir recursos en favor de la compañía, a través del desarrollo de nuevas actividades.

Para Nuez y Górriz (2008) el proceso de intraemprender es complejo ya que no depende solamente de que existan emprendedores dentro de las empresas, sino que tienen que darse las condiciones para que estos surjan. Estas condiciones se dan fundamentalmente cuando existen estructuras planas, disponibilidad a la rotación en los puestos directivos y la cultura de gestión por proyectos. Lamentablemente pocas empresas son capaces de crear este tipo de cultura intraemprendedora, y pierden directivos, ya que estos al no poder desarrollar sus ideas por la inflexibilidad de la organización, terminan emprendiendo, aunque de forma más precaria, por cuenta propia (Nueno, 2003).

Varios autores destacan por sus aportes al intrapreneurship, entre otros se pueden citar a Pinchot (1985), Brandt (1986), Block y MacMillan (1993), MacMillan y Gunther, (2000), Antoncic y Hisrich (2001), Drejer et al. (2004).

De lo General a lo Particular. *Ecuador*

Siguiendo la lógica de lo general a lo particular se manifiesta una creciente ocupación por el tema en cuestión. Específicamente los gobiernos de la región latinoamericana y en el caso concreto de Ecuador, están llamados a concebir e incrementar programas y efectuar reformas para permitir el desarrollo de ecosistemas que puedan contribuir al éxito en el campo del emprendimiento. Situación dicotómica que a la vez impone el reto sobre la elección de las variables más adecuadas para promocionar y suscitar ecosistemas que combinen talentos, recursos financieros, e innovación. Todo ello en entornos macroeconómicos favorables para que se puedan desarrollar dichos programas.

De acuerdo con los resultados de recientes investigaciones de Garcés (2015), Ponguillo y Mayorga (2016), Salazar (2016), GEM (2015, citado en Nicolalde, 2017), entre otros, en Ecuador existen una serie de políticas públicas enfocadas al apoyo de las empresas de manera general y que promueven determinadas acciones, aunque de manera aislada y no han logrado la necesaria articulación entre la gestión pública y privada. En este sentido, se identifica la existencia de un ecosistema de emprendimiento en el país; sin embargo, éste aun no genera los efectos esperados y necesarios con relación a la creación y sostenibilidad de emprendimientos.

Se entiende que el reto para el desarrollo del emprendimiento desde una perspectiva multidimensional es grande, ya que la economía ecuatoriana en el presente 2017 se encuentra

atravesando un período de recesión económica considerable, y que según los expertos en el tema esto significa que el país estará sumergido en una recesión económica por un período de aproximadamente 3 años, viéndose afectados todos los regiones económicas y sociales del país. Por tanto, urge centrar la atención en recuperar la estabilidad económica, fomentar la confianza tanto a nivel interno como externo, sanea y ordenar las finanzas públicas potenciar la competitividad del sector privado nacional, entre otros grandes desafíos. Y que al unísono se fomente toda esta cultura emprendedora a tono con las demandas nacionales e internacionales, que servirá de paliativo a la situación tan desfavorable que enfrenta también la situación del empleo en el país.

Conclusiones

La progresiva comprensión, análisis de comportamientos y tendencias evidenciadas, han conllevado a la reflexión y valoración sobre el carácter multidimensional del emprendimiento, ya que este aun cuando pivota directamente sobre aspectos económicos, está permeado por diversos factores, como lo social, cultural, ambiental, jurídico, entre otros. Razón por la que sugiere que, cuando se realicen investigaciones sobre el tema desde alguna ciencia en particular, se deben tomar en consideración aquellos aspectos concernientes a otras ciencias que figuren como fronteras, para tratar el asunto con la integralidad que merece, ya sea a nivel mundial, o concretamente en el Ecuador. Este carácter y tratamiento multidimensional debe trascender además las áreas de ejecución y desarrollos empresariales cuales quieran que sean sus especialidades.

El creciente interés por la gestión emprendedora se ha convertido en uno de los principales motores de desarrollo en todas las economías del mundo, fundamentalmente en aquellas regiones catalogadas como emergentes, destacando América Latina y dentro de ella concretamente el Ecuador. En este sentido, resulta primordial comprender los patrones y determinantes de los emprendimientos, las variables que impulsan el desarrollo de entornos que permitan la creación de empresas con potencialidades para la expansión y que puedan convertir sus ideas, en negocios viables y rentables.

Referencias.

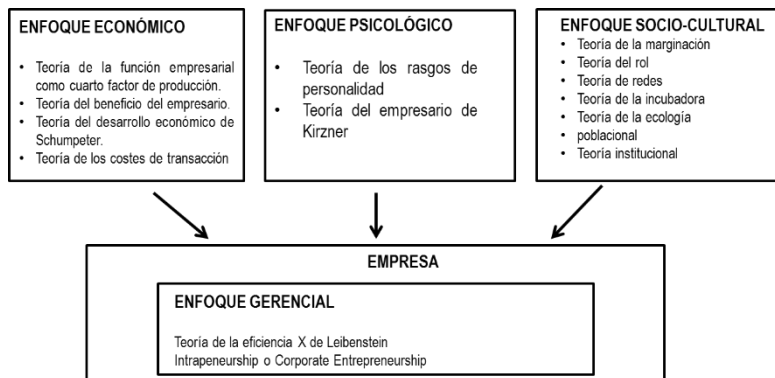
- Alemany I., Alvarez C., Planellas M., (2011). *Libro blanco de la iniciativa emprendedora en España*, Esade- Fundación Príncipe de Girona, España
- Alonso Nuez. M. J. (2011). *El emprendedor y la empresa: Una revisión de los determinantes a su constitución, acciones e investigaciones sociales*. España: Universidad de Zaragoza.
- Amit, R., Muller, E., & Cockburn, I. (1995). Opportunity costs and entrepreneurial activity. *Journal of Business Venturing*, 10(2), 95-106.
- Borón, A. A. (2001). Pobreza y neoliberalismo. *Cuadernos de Pedagogía*, (308), 18-23.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of management Review*, 13(3), 442-453.
- Bird, B. (1992). The operation of intentions in time: The emergence of the new venture. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 17(1), 11-21.
- Cantillon, R. (1755). *Essai Sur La Nature du Commerce en Général*. *History of Economic Thought Books*.
- Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (2005). *Diagnosing and changing organizational culture: Based on the competing values framework*. John Wiley & Sons.
- Cavalli Sforza, L.L. (2007): *La evolución de la cultura: propuestas concretas para futuros estudios*. Barcelona: Anagrama.
- Carrillo, A. M. M., Burbano, G. J. L., & Mera, B. D. R. M. (2016). Actividad Emprendedora y Competitividad en el Ecuador/Entrepreneurial Activity and Competitiveness in Ecuador. In *Global Conference on Business & Finance Proceedings* (Vol. 11, No. 1, p. 1164). Institute for Business & Finance Research.
- Díaz, C. (2002). La creación de empresas. *Revisión Histórica de Teorías y Escuelas*. Ediciones La Coria.
- Fuentelsaz, L., & González, C. (2015). Entrepreneurial failure through institutions and entrepreneurship quality/El fracaso emprendedor a través de las instituciones y la calidad del emprendimiento*. *Universia Business Review*, (47), 64.
- Garcés Rengifo, F. A. (2015). *Definición de los lineamientos generales de una política pública para el fomento del emprendimiento en el Ecuador* (Tesis de Maestría). Recuperado de

<http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4461/1/T1613-MGDE-Garces-Definicion.pdf>

- García, A., De Jorge, J. Y F. Pablo (2004): *Emprendedores y Espíritu Empresarial en España en los albores del siglo XXI*. Marcial Pons, Ediciones Jurídicas y Sociales S.A., Madrid.
- García-Vidal, G., Sánchez-Rodríguez, A., Martínez-Vivar, R., & Pérez-Campdesuñer, R. (2016). Estudio sobre los emprendimientos de la economía simple en el Ecuador. *Ciencias Holguín*, 22(1), 1-16.
- Gartner W.B. (1988). Who Is an Entrepreneur? Is the Wrong Question. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 12(4): 47-68.
- González, M. A. (2016). *Actividad emprendedora y crecimiento económico* (Doctoral dissertation). Recuperado de http://158.49.113.108/bitstream/handle/10662/3764/TDUEX_2016_Almodovar_Gonzalez.pdf?sequence=1
- Global Entrepreneurship Monitor. (2015). Global Entrepreneurship Monitor 2015 (Informe). Recuperado de <http://www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/globalresearch/gem/Documents/GEM%202014%20Global%20Report.pdf>
- IL Sung Park, S., & Duarte Masi, S. (2015). The profile of the entrepreneur and studies related to the Latin American Entrepreneurs. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 11(2), 291-314.
- Jassawalla, A. R., & Sashittal, H. C. (2002). Cultures that support product-innovation processes. *The Academy of Management Executive*, 16(3), 42-54.
- Knight, F. H. (1921). Risk, uncertainty and profit. *New York: Hart, Schaffner and Marx*.
- Marshall, A. (1890). Principles of political economy. *Maxmillan, New York*.
- Martínez, F. M., & Carmona, G. (2009). Aproximación al concepto de “competencias emprendedoras”: Valor social e implicaciones educativas. *REICE. Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*. Recuperado de <https://repositorio.uam.es/handle/10486/661237>
- Moriano, J.A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., y Zarafshani, K. (2012). A cross cultural approach to understanding entrepreneurial intention. *Journal of Career Development*, 39(2), 162-185.

- Mill, J. S. (1848). Of the stationary state. *Principles of political economy Book IV: Influence of the progress of society*.
- Nicolalde Reinoso, L. E. (2017). *Análisis del sector textil ecuatoriano y el aporte que la creación de nuevas empresas le puede dar a su crecimiento* (Master's thesis, QUITO/UIDE/2017).
- North, D. C. (2005). Institutions and the process of economic change. *Management International*, 9(3), 1.
- Nuez, M. J. A., & Górriz, C. G. (2008). El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e Investigaciones sociales*, (26), 5-44.
- Nueno, P. (2003). El espíritu emprendedor. *Arnal Losilla, JC (2003): Creación de Empresa: los mejores textos. Madrid: Ariel*.
- Ponguillo, K. A. B., & Mayorga, R. X. M. (2016). DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO EN EL ECUADOR. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, (2016_02).
- Requeijo, J. (2011). *En la encrucijada*. Alianza.
- Rodríguez Batalla, Fidel. (2015). *Estudio de la intención emprendedora en el ámbito científico público. El caso de las ciencias de la vida en España* (Doctoral dissertation). Recuperado de <http://hdl.handle.net/10251/54117>
- Rodríguez, C. H., & Chávez, R. M. A. (2015). El Desarrollo de la Cultura Emprendedora en estudiantes universitarios para el fortalecimiento de la Visión Empresarial. *Ciencia Administrativa*, (1), 28-37.
- SALAZAR, J. E. B. (2016). Situación actual del emprendimiento en el sector agroalimentario de Ecuador y planteamientos para el futuro.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A. (2002). *Ciclos económicos: análisis teórico, histórico y estadístico del proceso capitalista* (Vol. 5). Universidad de Zaragoza.
- Torres, F., & Wileidy, A. (2015). Emprendimiento económico: Elementos teóricos desde las perspectivas de sistemas y redes. *Revista de Ciencias Sociales*, 21(3).
- Urbano, D., & Alvarez, C. (2014). Institutional dimensions and entrepreneurial activity: An international study. *Small Business Economics*, 42(4), 703-716.

- Vallmitjana Palau, N. (2014). *La actividad emprendedora de los graduados IQS* (Doctoral dissertation).
- Vargas Sánchez, A. (2001). El cooperativismo como fórmula empresarial de futuro para canalizar el espíritu emprendedor colectivo. *Revista Galega de Economía*, 10(1).
- Veciana, J.M.; Aponte, M.; Urbano, D. (2005): University Students' attitudes towards entrepreneurship: a two countries comparison, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1 (2), 165-182.
- Vesper, K. H. (1983). *Entrepreneurship and national policy* (Vol. 3). Walter E. Heller International Corporation Institute for Small Business.
- Vidal Vidal, J. (2012). Fomento de la cultura y espíritu emprendedor en los jóvenes españoles desde las instituciones educativas.
- Weber, M. (1921). *Economía y sociedad*. Fondo de cultura económica. México (1977).



Fuente: María Jesús Alonso Nuez y Carmen Galve Górriz (2008)

Figura 1. Principales teorías sobre creación de empresas desde diferentes enfoques.