

Monográfico

Emprendimiento:

innovación y cambio social

PRESENTACIÓN DEL MONOGRÁFICO

“The study of business without an understanding of entrepreneurship is like the study of Shakespeare in which the Prince of Denmark has been expunged from the discussion of Hamlet”, Baumol (1989)

El concepto de emprendimiento ha estado siempre presente en la ciencia económica, desde los escritos de algunos de los economistas clásicos de los siglos XVII y XIX (Cantillon, Say, Von Thünen, Mill, Hermann, Von Mandgolt, Clark, Marshall, etc.) hasta los trabajos empíricos desarrollados en las décadas de los 70 y 80 sobre los rasgos psicológicos, motivaciones y comportamiento del emprendedor que pretenden explicar la creación de nuevas organizaciones.

Sin embargo, nunca antes el emprendimiento había sido un tema tan recurrente en el ámbito académico y empresarial como en estos primeros años del siglo XXI. Son varias las razones que explican este fenómeno:

1. Las organizaciones necesitan personas con perfil emprendedor para hacer frente a los retos de un contexto empresarial cada vez más dinámico y complejo en el que la innovación es clave para adaptarse a los cambios y sobrevivir en un entorno global.

2. La crisis económica de las economías occidentales y el crecimiento de los países emergentes requieren el nacimiento de proyectos empresariales que permitan sostener, en el primer caso, y crear, en el segundo, un nuevo tejido empresarial que garantice el bienestar económico y social.
3. El desarrollo de las tecnologías de la información en general, y de internet en particular, ha dado lugar al nacimiento de nuevos sectores y modelos de negocio liderados por una nueva generación de emprendedores.

Como consecuencia, los gobiernos han creado programas para favorecer el emprendimiento, las empresas han modificado los perfiles en sus procesos de selección y las instituciones académicas han comenzado a introducir programas de formación en emprendimiento en sus ofertas educativas de grado y posgrado.

Este nuevo contexto económico y social nos ha llevado a recuperar el concepto *schumpeteriano* de emprendimiento, entendido como proceso de “creación destructiva” y motor del desarrollo socioeconómico (Schumpeter, 1934, 1942), en el que el emprendedor es la persona que realiza nuevas combinaciones de los medios de producción, dando lugar a innovaciones en productos y procesos que promueven el cambio tecnológico y social.

La innovación, de la mano de la identificación de oportunidades de negocio y la asunción del riesgo inherente al desarrollo de un nuevo proyecto empresarial, recupera, así, su papel como elemento central en la concepción del emprendimiento. Noción que no excluye el desarrollo de procesos de emprendimiento dentro de las organizaciones. Este fenómeno, conocido como *Intrapreneurship*, *Venture Management* o *Corporate Entrpreneurship*, que hace referencia al desarrollo de nuevos negocios mediante la generación y lanzamiento de proyectos innovadores en organizaciones consolidadas. Actividad que, en el contexto actual de aceleración del cambio tecnológico en un mundo globalizado e intercomunicado, se ha convertido en uno de los retos más importantes de las empresas.

Este es, precisamente, el concepto de emprendimiento que ocupa hoy uno de los puestos prioritarios en la agenda de la Comisión Europea como vehículo para lograr que la Unión Europea se convierta en “la economía del conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social” (Consejo Europeo, 2000¹).

Por otra parte, en los últimos años hemos asistido al nacimiento de un nuevo concepto de emprendimiento: el emprendimiento social. Como en el caso del emprendimiento sin adjetivo, hace referencia al desarrollo de un nuevo proyecto empresarial que persigue la satisfacción una necesidad no cubierta (o parcialmente cubierta) de la sociedad a través de una innovación en productos/servicios,

¹ Consejo Europeo de Lisboa (2000), Estrategia de Lisboa. http://www.europarl.europa.eu/summits/lis1_es.htm. Consulta 28 abril 2015

procesos o modelos de negocio. Sin embargo, en este caso, el objetivo es dar solución a un problema social en sectores de la economía donde el mercado y la acción del Estado son ineficaces. Así, la motivación del emprendedor social es la de resolver, sin ánimo de lucro, los desequilibrios que afectan al bienestar común y a la sostenibilidad humana.

Ambos tipos de emprendimiento son vitales para la supervivencia y el desarrollo económico y social de un país. Ahora bien, el desarrollo de la iniciativa emprendedora que permita el cumplimiento de tales objetivos exige la existencia de un ecosistema que garantice la transferencia de conocimiento, el acceso a la financiación adecuada para proyectos de alto potencial de crecimiento y elevado riesgo asociado y la flexibilidad administrativa necesaria para la creación de nuevas empresas. Elementos identificados como las principales barreras para el desarrollo del emprendimiento en España (GEM², 2013).

Estos son precisamente los retos en los que este monográfico de la Revista ICADE quiere profundizar con un doble objetivo: analizar las razones que favorecen o dificultan la iniciativa emprendedora en nuestro país y proponer soluciones que ayuden a su desarrollo. Asimismo, se aborda el fenómeno del emprendimiento social aportando clarificación a su conceptualización teórica y analizando los mecanismos de financiación de este tipo de proyectos a través del recientemente denominado capital riesgo filantrópico o inversión de impacto.

Así, en primer lugar, el artículo *Drivers of Entrepreneurship's innovation in tourism sector: Entrepreneurship, Knowledge and Internationalization* de Inmaculada Carrasco y María Soledad Castaño, de la Universidad de Castilla-La Mancha, parte del concepto *schumpeteriano* de emprendimiento para probar su impacto en la innovación y el desarrollo económico. Para ello, las autoras analizan la relación del emprendimiento, el conocimiento y la internacionalización en una industria clave para la economía española: el sector turístico.

A continuación, el artículo *Emprendedores y capital riesgo en España: el caso de Fond-ICO Global*, elaborado por Susana de los Ríos Sastre y Rocio Sáenz-Díez de rojas, de la Universidad Pontificia Comillas, en colaboración con Isabel Rodríguez García, socia responsable de Private Equity en King & Wood Mallesons, revisa el papel del capital riesgo como mecanismo de financiación y transferencia de conocimiento esencial para la creación de un ecosistema emprendedor eficaz. En particular, analiza el papel del sector público como catalizador para el desarrollo de los mercados de capital riesgo y evalúa la adecuación de la reciente iniciativa de Fond-ICO Global a los factores clave del éxito de estos programas de financiación.

Por su parte, Braulio Pareja Cano, Anna Bajo Sanjuán y José Luis Fernández, de la Cátedra de Ética Económica y Empresarial de la Universidad Pontificia

² *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM España 2013) [en línea]: www.gem-spain.com. Consulta: 2 abril 2015.

Comillas, abordan una necesaria revisión del concepto de emprendimiento social desde las distintas aproximaciones en las que ha sido tratado en la literatura, identificando las distintas escuelas de pensamiento de este reciente y complejo fenómeno.

Luisa Alemany y Alfred Vernis, de ESADE Business School, analizan el papel del capital riesgo filantrópico como elemento clave en el desarrollo de las empresas sociales como vehículo, no sólo para su financiación, sino también en la aportación de valor añadido en la gestión, de cara a maximizar el impacto social de la inversión.

Por último, no hemos querido dejar pasar la oportunidad de incluir en este monográfico un capítulo final sobre la metodología de creación y desarrollo de nuevos proyectos empresariales que ha revolucionado el panorama académico y empresarial en los últimos años: el *Lean StartUp*. El *Lean StartUp* parte de la premisa de que una empresa de nueva creación (*StartUp*), con las incertidumbres propias de la puesta en marcha de una innovación, no puede ser gestionada de la misma forma que una empresa consolidada. Entiende el emprendimiento como un proceso de aprendizaje en el que el éxito y el fracaso cobran un nuevo sentido como elementos necesarios para la adaptación del modelo de negocio a las necesidades reales del mercado y garantizar, así, el éxito y la supervivencia de la empresa.

El origen de este concepto se halla en el trabajo sobre desarrollo de clientes de Steve Blank³ y, actualmente, protagoniza la metodología de formación en emprendimiento de la mayor parte de las escuelas de negocio y manuales de creación de empresas a nivel internacional. Steve Blank y Bob Dorf (Columbia Business School) desarrollan la metodología *Lean StartUp* en su libro *The Startup Owners Manual* (Blank y Dorf, 2012), cuyos principios se recogen en el capítulo *The Path to the Epiphany: The Customer Development Model* reproducido en esta revista.

Esperamos que este monográfico resulte de interés al lector, ayude a la promoción de la iniciativa emprendedora y anime a nuevos investigadores a seguir profundizando en el conocimiento de este fenómeno.

Marta Muñiz Ferrer
Directora de ICADE Business School
Universidad Pontificia Comillas

³ Blank, S. (2013), *Four Steps to the Epiphany. Successful Strategies for products that win*.