

# LA INNOVACIÓN Y LAS CONDICIONES PARA DESARROLLAR EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR

## INNOVATION AND CONDITIONS FOR DEVELOPING THE ENTREPRENEURIAL SPIRIT

### INFORMACIÓN

Emanuel Leite

Ericê Bezerra Correia

María Dolores Sánchez-Fernández

Recepción: 21-09-2015

Aceptado : 13-12-2015

Publicado : 30-12-2015

### Resumen

El propósito de esta investigación es estudiar el fenómeno de los condicionantes de la relación de la innovación y el desarrollo del espíritu emprendedor. Uno de los pilares básicos del desarrollo del espíritu emprendedor es la educación, fuente innovadora inagotable de mejora e innovación. La economía del siglo XXI está orientada al aprendizaje. La promoción del emprendedorismo envuelve un cambio cultural basado en la premisa de que las personas pueden mejorar su calidad de vida y de otros, tomando para si mismos la tarea de dirigir y definir su propio destino y construyendo los suyos propios. No se trata apenas de producir más con menos costes, lo que se pretende, principalmente, es formentar el proceso innovador de la manera más inteligente posible. En este contexto, las universidades adquieren una importancia vital. Ante esto, el espacio iberoamericano debe ser el escenario de colaboraciones para acciones conjuntas de la capacidad de generación de conocimiento ya existente, constituye la dimensión crucial de cualquier esfuerzo de desarrollo en países como Brasil.

Hoy en día la participación de la microempresa es considerada clave para el desarrollo de cualquier economía. Así como la actitud emprendedora es considerada la puerta de entrada para la creación de empresas.

**Palabras clave:** emprendimiento, microempresa, incubación.

### Abstract

The purpose of this research is to study the phenomenon of conditioning the relationship between innovation and development of entrepreneurship. One of the cornerstones of the development of entrepreneurship is education, innovative inexhaustible source of improvement and innovation. The economy of the XXI century is oriented learning. The promotion of entrepreneurship involves a cultural change based on the premise that people can improve their quality of life and others, taking to themselves the task of leading and defining their own destiny and construyendo

own. It is not just to produce more with less cost, which is intended primarily is Formenta the innovation process in the smartest way possible. In this context, universities acquire vital importance. At this, the Ibero-American space should be the scene of collaborations for joint actions of generation capacity existing knowledge, is the crucial dimension of any development efforts in countries like Brazil.

Today's participation microenterprise is considered key to the development of any economy. As entrepreneurial attitude is considerada the gateway for business creation.

**Key words: entrepreneurship, microenterprise, incubation.**

## **Introducción**

En el presente trabajo analizaremos cuatro temas vinculados con la actitud emprendedora, llamada también emprendimiento, espíritu emprendedor, y en inglés se denomina *entrepreneurship*.

En primer lugar mostramos una visión general de la economía en la sociedad del siglo XXI para mostrar el contexto actual y lo que nos depara en el futuro. Seguidamente nos referimos a la microempresa, cuya presencia es una de las características de la economía de este siglo XXI y guarda relación, obviamente, con la apertura de oportunidades para los emprendedores. La creación de una empresa de este es, normalmente, el primer paso de muchos emprendedores.

En segundo lugar trataremos las fuerzas motrices o dinamizadoras de la economía, para su desarrollo nos apoyaremos en algunas investigaciones recientes, después abordaremos la temática del emprendimiento.

Finalmente analizaremos como la innovación puede contribuir de forma eficiente y eficaz en el desarrollo del emprendimiento, la incubación y el *start-up*.

Este trabajo busca diseminar las conciciones que tornan posible el desarrollo de las empresas y el emprendimiento, más particularmente de la creación de nuevas empresas, mediante incubadoras, en todo el mundo.

## **1. La economía del siglo XXI**

En primer lugar desarrollaremos las tendencias y las características de la economía del siglo XXI. Reflejamos a continuación una breve síntesis de las principales ideas sobre este visión: a) el paso de la sociedad industrial a la sociedad de la información; b) la economía nacional cerrada a la economía mundial – estamos cada vez más en una economía global-; del corto plazo al largo plazo – es difícil pensar en los próximos veinte años porque siempre los problemas se

presentan hoy y parece que estamos encerrados por el corto plazo; c) de la centralización a la descenaralización d) de la ayuda estatal o del estatismo a la auto-ayuda, la auto-afirmación; e) de la democracia representativa a la democracia participativa; y f) de las jerarquías a las redes.

También hacemos referencia a un texto de gran trascendencia que diseña brillantemente la sociedad del futuro, se trata de la sociedad post-capitalista.

El recurso económico básico ya no es ni el capital ni los recursos naturales, ni el trabajo, sino que es y seguirá siendo el conocimiento. El capital y el trabajo, que fueron fuentes creadoras de riquezas durante los siglos XIX y XX y que están presentes en la Teoría Económica Clásica, marxista, keynesiana y neoclásica, ya perdieron vigencia en el siglo XXI. Los valores son creados ahora por la productividad y por la innovación, ambas aplicaciones del conocimiento al trabajo.

Podemos afirmar que la autopista de la información ya es plenamente accesible. Un sistema de comunicación, conectando empresas y personas a escala global.

La autopista de la información es un fenómeno de masas; y, efectivamente, estamos caminando en la dirección de la conexión de todos los seres humanos. Esta concepción es de gran importancia porque muchas veces se asocia a la alta tecnología con el poder, el dinero, y la exclusión.

Se puede observar que la educación será la gran plataforma transformadora de la sociedad y que toda mejora significativa a nivel social, nacional, regional o individual será fruto de la educación. La educación es inagotable, siempre estaremos mejorándola y ampliando nuestros conocimientos.

Por otra parte señalar la importancia de los cluster, lo que conocemos como las concentraciones geográficas de empresas e instituciones de éxito competitivo en un determinado campo o actividad.

El mapa económico mundial está dominado por clusters. La solidez de las ventajas competitivas de una economía global se basa cada vez más en aspectos locales, ya sea en conocimientos, relaciones y motivaciones que los rivales distantes no pueden igualar.

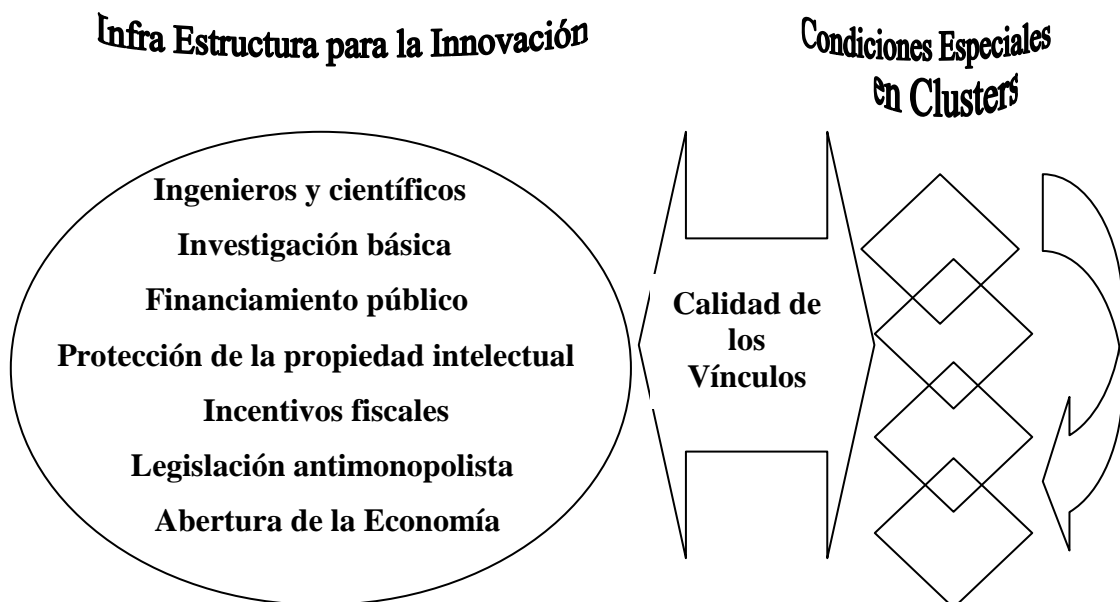
Entre una serie de clusters, mencionamos desde los más tradicionales, como el entrenamiento en Hollywood, las finanzas en Wall Street y la electrónica de consumo en Japón, hasta los clusters exportadores en los Estados Unidos: el cluster vinícola en California, el aeronáutico en Seattle, la petroquímica en Texas, la biotecnología en Boston, los

semiconductores en Phoenix, la microelectrónica y el capital de riesgo en Silicon Valley, California.

Hay lo que la creación de nuevos espacios, que está teniendo lugar en una escala de materialidad y virtualidad o, procesos dinámicos formados, que se caracteriza por "varias densidades de objetos y acciones", el establecimiento del territorio como una forma de espacio desarrollo y tiene la escala de producción en el contexto de la dinámica socio-económicas espaciales su cadena base. Este sentido de condiciones de análisis de la realidad capitalista, con aspectos estructurados sobre la cuestión de la producción, la división territorial del trabajo, fijos y flujos y de carácter informativo (SANTOS, 1994, 1996). La realidad del espacio innovador conduce a una visión en una nueva dinámica socio-espaciales, con la ejecución de una geografía de la globalización y la innovación, cuya búsqueda es evidente por las limitaciones de la información, la comunicación y el fijo y los flujos y otros aspectos como una nueva mirada geográfica de, cuestiones como la "proximidad geográfica" (MORGAN, 2000) y el funcionamiento ubicación como un impulso a la capital de la realidad en la geografía regional y global. (CORREIA, 2012).

Los clusters estan asociados a la especialización, la concentración de actividades y la inter-relación de empresas, de muchas empresas, en espacios geográficos relativamente pequeños, en la búsqueda incesante de la innovación, como podemos contrastar en la figura 1.

**Figura 1: Capacidad de Innovación**

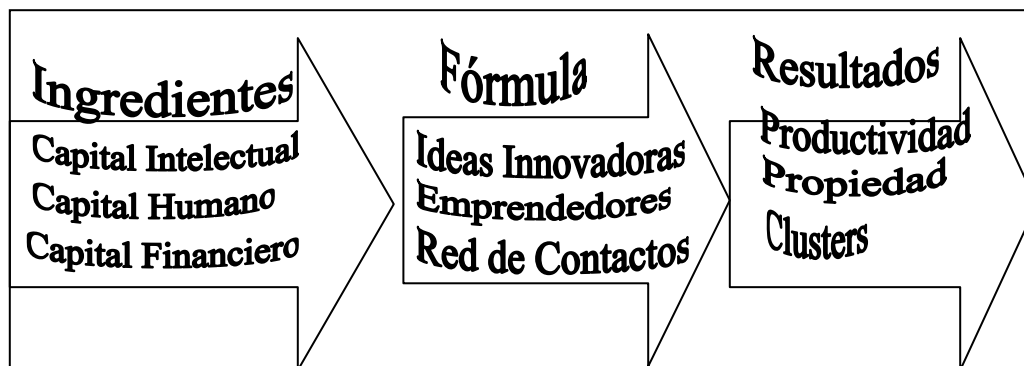


Fuente: Leite (2006)

Es importante destacar el concepto de “especialización flexible” como el modelo de la organización empresarial del futuro – que, obviamente, va más allá de las empresas – y que se orienta a una visión de la empresa desde la economía del siglo XXI. Por lo que nos preguntamos ¿Qué es lo que caracteriza la especialización flexible? Este modelo de organización empresarial se caracteriza por: la innovación y el dinamismo tecnológico, la reducción de la escala de producción (fenómeno que se observa con claridad desde la década de los 80), la organización horizontal, el rol fundamental y activo de los recursos humanos, el uso de maquinaria multipropósito, la personalización de los productos, el uso intensivo de la información y la cooperación entre empresas e instituciones (principalmente educativas).

Podemos definir la sociedad del siglo XXI como “una economía basada en el conocimiento” (DRUCKER,1985) que va más allá, “dirigida por la innovación”. En esta economía, la clave es la acumulación del conocimiento. Complementando esta síntesis, en un estudio reciente, la Unión Europea prefiere usar, en lugar de “sociedad del conocimiento”, el término “sociedad del aprendizaje” o “economía del aprendizaje”, ya que permanentemente debemos aprender cosas nuevas y desaprender otras, haciendo nuevas mezclas y nuevas integraciones, como podemos visualizar en la figura 2.

**Figura 2: Nueva Teoría del Conocimiento**



Fuente: Leite (2006)

## 2. Saber competitivo.

Se ha llegado a un virtual consenso en el que el principal insumo para el crecimiento económico en los próximos años será el conocimiento – y hablamos aquí del conocimiento especializado y de alto nivel-. El punto central es que el conocimiento se transformó en un pilar fundamental de la agregación de valor y producción de riqueza en el mundo contemporáneo.

Esa transformación confiere centralidad a la Ciencia y la Tecnología en cualquier esfuerzo de desarrollo, porque cada vez más el desarrollo ibero-americano se sustenta en la capacidad de generación de conocimientos. La distribución desigual de la capacidad de creación de conocimiento en el mundo se transformó en la actualidad en uno de los más importantes, si no el principal, instrumento de generación, ampliación de riquezas. El espacio ibero-americano no puede ser víctima de una especie de *apartheid* tecnológico.

No es por otra razón que, cada vez más, los países están compitiendo por la atracción del talento. No se trata apenas de producir más con menos costes (tarea en que los asiáticos en la actualidad parecen imbatibles), lo que se pretende, principalmente, es formentar el proceso innovador de la manera más inteligente posible.

En este contexto, las universidades adquieren una importancia vital. No es exagerado afirmar que los países que se muestren capaces de mantener las mejores universidades tendrán garantizado un lugar prominentemente en el competitivo mundo globalizado. Ante esto, el espacio ibero-americano debe ser el escenario de colaboraciones para acciones conjuntas de la capacidad de generación de conocimiento ya existente, constituye la dimensión crucial de cualquier esfuerzo de desarrollo en países como Brasil.

### **3. La microempresa**

Preveemos que, con la nueva realidad de la microempresa, se convertirá esta en la pieza fundamental en el proceso de creación de empleo y renta. Hoy en día la participación de la microempresa es considerada clave para el desarrollo de cualquier economía. Así como la actitud emprendedora es considerada la puerta de entrada para la creación de empresas. Si nos remontamos tiempos atrás podemos vislumbrar que la mayoría, si no todas, las empresas tienen nacido como micro empresas.

Desde la empresa Ford, a principios del siglo pasado, hasta Microsoft, en la década de los 70, ambas comenzaron en los garages de las casas de sus promotores y se convirtieron en empresas líderes que todos conocemos. Podemos encontrar miles de ejemplos de empresas que iniciaron como micro empresas y hoy son verdaderas compañías gigantes. Nos estamos refiriendo al modelo fabril aplicado desde la revolución industrial, el cual luego se denominó modelo *fordista-taylorista* y que fue llevado al extremo, particularmente, por los países socialistas y la ExUnión Soviética, en donde todo era grande, estatal y rígido.

El modelo sirvió para alcanzar una industrialización forzosa, para quemar etapas. En los años veinte, cuando fue implementada la Revolución Rusa, la Ex Unión Soviética era una nación muy atrasada, en la Segunda Guerra Mundial ya se había convertido en una potencia industrial militar y política. Esta capacidad industrial fue una de las razones por las cuales se pudo vencer, junto con los Aliados, la Alemania nazi.

Durante toda esa época y hasta aproximadamente los años sesenta y setenta el modelo funcionó; luego comenzó a estancarse, cesó su dinamismo y perdieron su capacidad de innovación y de desarrollo de nuevos productos/servicios, precisamente las fuerzas impulsoras de la economía. Entretanto, esto no sucedía en los países capitalistas desarrollados porque, entre otras razones, sus economías estaban basadas en micro y pequeñas empresas.

Se sostiene que el socialismo fracasó por factores políticos, como la falta de libertad y la dictadura del partido único, sin embargo se debe tener en cuenta también el aspecto económico. El socialismo era ya un sistema económico ineficiente, ineficaz, incapaz de estar a la altura de cambios mundiales y en el cual el emprendimiento no existía. Por eso la economía y el modelo fracasaron.

Como en los países desarrollados, en Brasil la microempresa también ocupa un espacio muy importante, como el que evidencian las diversas investigaciones realizadas (LEITE, 2012). Esta es la realidad del Brasil, país que sin contar con un sector informal, la micro empresa representa cerca del 95% de todas las empresas.

Desde este punto de vista de los resultados económicos, a pesar de que en este sector, sobre todo en la micro empresa y auto-empleo, existen evidentes aspectos negativos, como la informalidad, la baja productividad y el ingreso insuficiente, también es posible apreciar factores positivos. Destacamos el potencial de desarrollo reflejado o evidenciado en los conglomerados o clusters.

La situación descrita es producto de este espíritu empresarial popular muy significativo que tiene rendido sus frutos. El Estado prácticamente no interviene en este proceso de crecimiento; hasta se puede afirmar que, por algunos momentos, inclusive se tenga fijado al margen del proceso. También es cierto que muchas microempresas son informales y no entran en las estadísticas de los escutrinios de impuestos ni con otras contribuciones, sin embargo están siempre contribuyendo en la generación de empleo, con los productos y/o servicios que satisfacen los deseos y las necesidades de los clientes.

En las últimas cuatro décadas las economías más desarrolladas pasaron de una estructura en donde se destacaba el sector de las industrias transformadoras tradicionales para un tipo de organización en donde predominan los emprendimientos de base tecnológica.

Los nuevos emprendimientos, fundamentalmente creados en forma de microempresa, se destacan en este contexto básicamente por: a) mayor flexibilidad en la implementación de las innovaciones; y b) reducción en la importancia de las economías de escala.

La persistencia de elevados niveles de desempleo y de tasas de crecimiento económico tiene llevado a las autoridades económicas en todo el mundo a apostar cada vez más por la figura del auto-empleo y en el emprendimiento como una forma viable de generar empleo y renta. La presencia de emprendedores – persona que se dedica a la creación de un nuevo emprendimiento, con el objetivo de crear, mantener y fidelizar clientes – en la economía es fundamental para que surjan las microempresas.

El hecho de presenciar en una determinada economía un considerable número de microempresas eso no quiere decir que estemos delante de una economía emprendedora, muchos individuos creen en la empresa como alternativa al desempleo (emprendimiento de necesidad), y no por detectar una oportunidad de satisfacer un deseo/necesidad que aún no está siendo atendida de forma correcta o que nadie aún tenga percibido (emprendimiento de oportunidad) (LEITE, 2012).

#### **4. Las fuerzas motrices de la economía**

Trataremos en este epígrafe sobre el tercer punto de este trabajo: las fuerzas motrices de las mudanzas económicas, las cuales denotamos seguidamente: en primer lugar, la expansión del comercio mundial, “leaste” globalización; en segundo lugar, las inversiones directas de los extranjeros; en tercer lugar, las innovaciones tecnológicas, siendo la más importante fuerza motriz es la innovación tecnológica; en cuarto lugar, la iniciativa empresarial o el emprendimiento y, finalmente, un ambiente propicio para que surjan y se desarrollen las empresas, asunto que es, en parte, responsabilidad de los gobiernos.

Aprovechar las oportunidades es la fuente del desarrollo humano. Por oportunidad de negocio se entiende un conjunto de circunstancias favorables asociadas a una idea de negocio que tenga clientes y mercado provisor. La función del emprendedor es detectar, identificar y crear



oportunidades y ponerlas en práctica. El emprendimiento puede, así, entenderse como la creación y la exploración de oportunidades que muchas veces se encuentran inexploradas.

El emprendimiento es una forma de pensar, actuar, percibir el mundo. El núcleo de la cuestión del proceso emprendedor es la identificación, la creación de oportunidades de negocio que envuelve una predisposición para correr riesgos calculados.

El desarrollo/aprovechamiento de nuevas ideas de negocio envuelve cuatro fuentes: la primera, la creatividad, es pensar en cosas, es la búsqueda de la oportunidad en la imaginación de los emprendedores, la innovación, que es hacer cosas nuevas, la segunda, el emprendimiento, esto es, el espíritu emprendedor, que organiza y combina factores de producción; la tercera, la agencia, se convierte en un agente de su propio desarrollo; y la cuarta, la asociabilidad, la capacidad de organizarse en todas las formas y niveles para alcanzar determinados objetivos.

## **5. El emprendimiento**

Es preciso apoyar, cuando alguien que al salir de la universidad establece una empresa, para que podamos presenciar la transformación de conocimiento en riquezas. Se hace necesario crear empresas, pues ellas son el fruto de los conocimientos acumulados y de experiencia durante el período de su formación universitaria, especialmente cuando es una microempresa, que muchas veces es la materialización de una visión.

Para crear una empresa, se tiene que buscar experiencias relevantes y acumular conocimientos para luego poder emprender su propia aventura. Detectar que el cúmulo de conocimiento es algo muy importante y tiene un impacto en las entidades educativas, a las cuales les corresponde asesorar o ayudar a su alumno a adquirirla.

El emprendedor no precisa solamente de conocimientos, debe desarrollar actitudes: la capacidad de seguir adelante, de no dejarse intimidar frente a los problemas, la persistencia, el liderazgo, la creatividad, la innovación y la capacidad de convencimiento.

Un emprendedor debe poder convencer a sus clientes de que su producto/servicio es bueno, poder convencer a su socio de la necesidad de tomar una decisión, poder convencer a sus trabajadores de la importancia de ciertas medidas, entre otros.

¿Y como se enseñan estas competencias que no son estrictamente conocimientos, en una universidad o escuela? En la actualidad, las instituciones educativas ya incluyen en sus planos de

estudio, actividades orientadas a obtener estas capacidades. Sin duda, hasta muchas de ellas se adquieren con la práctica, las clases facilitan su mejor aprovechamiento. (McCLELLAND,1961)

Señalar también la importancia de las redes. En el emprendimiento las redes de contacto tanto las comerciales como las personales desempeñan un papel importante. Identificamos los dos tipos de redes, las redes oficiales se denominan comerciales y las redes extraoficiales o informales se denominan personales.

Casi todos los emprendedores tienen recibido ayuda y consejos que son evaluados y asimilados y luego convertidos en un factor valioso de éxito.

El emprendedor busca personas capaces de poner en contacto con personas clave o de dar consejos e información relevante. Por ejemplo, en donde conseguir financiamiento para un determinado proyecto, cual es el proveedor de la tecnología punta para ser competitivo.

Es necesario comenzar desde temprano a establecer redes, porque las redes académicas, de conocimientos, se transforman después en empresariales. De ahí la importancia, nuevamente, de la experiencia previa, de conocer, por ejemplo, quien está a investigando el tema que interesa al emprendedor. Influencia en el proceso de crear una empresa o encuadre del emprendedor o de la emprendedora. En muchos casos, la familia de emprendedores genera más emprendedores; si el padre o madre es emprendedor, existen altas probabilidades de que el hijo también lo sea.

Sin embargo, ¿lo que lo pasa al individuo no es oriundo de una familia emprendedora? El emprendedor puede tener la posibilidad de conocer personas que provengan de familias emprendedoras y así observar e incorporar cualidades y valores relacionados al emprendimiento.

Vinculado al factor anterior esta la gran variable que es la cultura. No solamente recibimos la herencia familiar, genética, que es un factor decisivo, también asimilamos las ideas y los valores de la cultura del país en donde vivimos. En países en donde la cultura emprendedora sea inexistente, que durante décadas satanizaron a los emprendedores, considerándolos enemigos públicos número uno, en esa cultura no hay lugar para la innovación, para nuevas empresas ni para productos/servicios.

Las culturas en donde se sataniza el éxito, los emprendedores son considerados como los “bandidos de una película” y se rechaza todo lo que tenga vinculación con ellos, como las privatizaciones. Nos preguntamos, ¿A dónde se puede llegar con este tipo de cultura e ideología? Es parte de la cultura emprendedora reconocer los valores de éxito y de recompensa económica,

creemos que es algo legítimo sentirse orgulloso por los frutos de trabajo y de la capacidad personal.

La educación, que es la parte de la cultura, es también una variable fundamental. Existen países en donde se estimula la educación y el emprendimiento, y otros en donde se oferta una educación de empleado independiente, inculcan en las personas una mentalidad de empleado dependiente. Estas personas terminan los estudios con la expectativa de que alguien los contratará, muchos aún están a la espera de un empleador.

La universidad no se puede limitar a dar conocimientos y enviar a sus “formandos” al mercado, tiene que incluir el factor del emprendimiento en la formación, de modo que sus alumnos sean capaces de crear su propio puesto de trabajo. Y más, el emprendimiento debe ser desarrollado desde el primer momento de la formación educacional de todos los individuos.

Pocos tienen la oportunidad de aprender la realidad de las empresas, del emprendimiento. Algunos las conocen por necesidad, generalmente individuos de pocos recursos que precisan ayudar a sus padres en alguna actividad empresarial o en una actividad informal. Todavía esa enseñanza se puede hacer de forma organizada.

Países en donde la educación es emprendedora, y en ella las escuelas, las universidades desempeñan un papel importante como proveedoras de conocimiento más especializados, sobre todo para industrias y empresas de alta tecnología. Las escuelas de negocios emprendedoras conforman una ventaja competitiva sostenible para el desarrollo de las economías de los países en donde se encuentran las instaladas.

El factor siguiente del emprendimiento son los valores no monetarios, el intangible. Muchos se dedican a crear una empresa no solo por la rentabilidad que el negocio ofrece, como defendemos que el principal objetivo de un negocio es crear, mantener y fidelizar clientes, ese posicionamiento no es negativo, al contrario, es muy positivo, aunque esté fundamentado por distintas motivaciones.

El emprendedor se guía por la necesidad de auto-realización, ser su propio jefe, contribuir al desarrollo de la sociedad, el reconocimiento social, la independencia, entre otros. Todos estos valores deben estar presentes en la sociedad emprendedora. Una sociedad en la cual el ser independiente y ser emprendedor no es un valor explícito, no genera emprendedores. Lamentablemente existen ideologías que fomentan la pasividad.

Las personas prefieren un líder que les diga lo que tienen que hacer, piense por ellos y les evite preocupaciones. Si este es el valor universal en algún país, ¿qué es lo que se puede esperar de él? McCLELLAND, 1961)

La libertad de emprender no es una opción entre varias posibles, pero la fortaleza del ánimo para no ser determinado por fuerzas externas y la potencia interior para determinarse a sí mismo. La libertad para emprender es el ápice de la autonomía. Los emprendedores defienden libertad, determinar cuando es la hora de llegada, a la vez de emprender.

Hasta aquí tenemos tratado dos factores de índole personal que influyen en el emprendimiento, la experiencia, el background, la cultura, se hace necesario ahora que analicemos el ambiente macroeconómico. Se podría pensar que en nuestra investigación en este aspecto ocuparía el primer lugar como condicionante del desarrollo del emprendimiento, sin embargo no fue así.

No importa la dimensión de la economía, carente de recursos naturales o no, pero si ella dispone de un sistema al emprendimiento; tendrá una enorme probabilidad de alcanzar el mismo grado de desarrollo igual a cualquiera que se tenga dotada con las mejores condiciones.

Lo más destacable, en las economías en donde el espíritu emprendedor prevalece, es que su estructura industrial es democrática, con un gran número de microempresas, lo que incentiva el emprendimiento y genera más oportunidades. Estamos, pues, frente al ambiente económico, variables que están, por cierto, relacionadas con los factores anteriormente mencionados.

Tiene que haber una actividad industrial y empresarial pujante en el país que permita a los potenciales emprendedores adquirir la experiencia previa y hacer uso de las redes de contactos personales y comerciales. Evidentemente, todos los factores se retroalimentan. Si en un país no existe actividad empresarial ni industrial, ¿En donde se adquiere la experiencia? ¿En donde se realizan las prácticas pre profesionales?

Buscar puestos de trabajo para las prácticas de sus alumnos constituye una dificultad real para las universidades. Las grandes empresas grandes hace un tiempo que dejaron de recibir prácticas de estudiantes, y algunas universidades no aceptan como válidas las prácticas en microempresas por su informalidad, a pesar de que, según la investigación realizada, la experiencia en este tipo de empresas es más importante para el emprendimiento, que la adquirida en las grandes empresas.

La experiencia que se obtiene en una empresa es tan o más valiosa que los conocimientos adquiridos en una escuela o universidad, por lo que consideramos que la incubación de empresas es una forma inteligente de obtener una experiencia emprendedora.

Criterios como estos respaldan, por ejemplo, los Programas de Incubación de Empresas, paulatinamente implementados y cuyos resultados han sido muy buenos, como el ambiente de aprendizaje emprendedor, por lo que deben, en nuestra opinión, ser implementados en todas las universidades, de modo que los jóvenes puedan aprender a crear empresas y obtener experiencias y conocimientos.

## **6. La Innovación y la Contribución para Desarrollar el Espíritu Emprendedor**

La innovación es la base para desarrollar el espíritu emprendedor sobre tres ejes:

1. La creación de un ambiente propicio a colaboraciones estratégicas entre universidades, institutos de investigación y empresas;
2. Estímulo a la participación de Instituciones Científicas y Tecnológicas en el proceso de innovación; y
3. El incentivo a la innovación en la empresa.

La innovación permite:

1. Establecer alianzas estratégicas para la cooperación entre las Instituciones Científicas y Tecnológicas;
2. Compartir la infraestructura y la incubación de empresas;
3. Autoriza la incubación de empresas en el espacio público y preve la posibilidad de compartir la infraestructura, equipamientos y recursos humanos, públicos y privados para el desarrollo tecnológico y la generación de procesos y productos;
4. Facilita la transferencia de tecnología;
5. Fomenta directamente al sector productivo;
6. Proporciona la construcción de la empresa estratégica innovadora;
7. Apoya a la creación de micro y pequeñas empresas;

Por lo tanto, tiene relación una actividad económica de cierto volumen y el dinamismo para que surja con el emprendimiento. De otra forma será muy difícil adquirir la experiencia necesaria y obtener ventajas de redes de contactos comerciales y personales.

Los ambientes más emprendedores son los que muestran más presencia de microempresas. Silicon Valley es conocido por su dinamismo tecnológico, la innovación en la informática, y su éxito en los servicios de información en general. En la década de los setenta ninguna empresa comenzó siendo grande, todas comenzaron como microempresas, por ejemplo, HP fue creada en un garage. Tampoco se crearon grandes empresas en actividades que pueden ser consideradas como tradicionales.

En el campo de las industrias de montaje de automóviles establecidas, por ejemplo, ya disputan el mercado cuatro grandes empresas, lo que puede surgir son microempresas proveedoras de las grandes empresas, las cuales pueden desarrollar innovaciones, como la aplicación de un nuevo metal o una nueva forma de organizar la fábrica.

Reiterando, en los lugares en donde tenemos la presencia de un mayor clima empresarial y mayor (presencia de microempresas), en nuestra revisión bibliográfica e investigación de campo tenemos apuntado una mayor manifestación del emprendimiento.

Conviene destacar una importante variable vinculada al emprendimiento es el financiamiento. La mayoría de las personas piensa que si no dispone de financiación no puede crear empresa. Esto es falso, pues muchos de los emprendedores que estudiamos no tuvieron financiación en sus inicios; la gran mayoría utilizó recursos propios, porque, efectivamente, un banco no da crédito a un emprendedor que lleve a sus agencias solamente con ideas o esbozos de producto o servicio, el cual piensa ofertar.

Muchos emprendedores consiguen recursos propios de familiares o de amigos, nuevamente nos orientamos a la importancia de las interrelaciones. Si no tiene cierto grado de desarrollo industrial y si la familia no tiene ciertos recursos, difícilmente se puede crear una microempresa con posibilidades de éxito.

Lo que se observa en gran medida en Brasil son las microempresas de sobrevivencia o de autoempleo, sin embargo no son estas las que abarcamos en nuestro estudio, si de las empresas con capacidad de crecimiento que requieren de cierto nivel de conocimiento basado en la experiencia y en las relaciones. El financiamiento, pues, está vinculado con las redes de contactos personales y comerciales. Los proveedores muchas veces los que proporcionan el crédito para iniciar esta actividad, porque tiene confianza en el emprendedor el cual puede demostrar alguna experiencia previa.

De ahí la importancia de un ambiente macroeconómico que propicie y proporcione más oportunidades. En la revisión bibliográfica se detectó que en los lugares en donde las actividades emprendedoras son apoyadas e incentivadas muestran mayor crecimiento y desarrollo, la generación de empresas y de empleo también fue mayor.

También cabe señalar que el papel del gobierno es el de generar ese ambiente macroeconómico dinámico, en donde haya mayores posibilidades de creación de empresas y de surgimiento de emprendedores exitosos. Las instituciones pueden influenciar a que se tomen en consideración determinadas prácticas en función de las presiones coercitivas, miméticas o normativas (SÁNCHEZ-FERNÁNDEZ, VARGAS y REMOALDO, 2014). Esto no quiere decir que en épocas de crisis o de recesión no surjan oportunidades, también pueden ser percibidas, creadas, tal como hemos visto en diferentes casos, sin embargo el tema recae en la creación de nuevas empresas, vía incubadora, y su impacto sobre la economía.

En la actualidad se percibe, entre los brasileros una cierta predisposición a culpar de todo al gobierno, al Estado, todavía esta no es la actitud más constructiva. Mejor sería pensar que ellos por si mismos pueden emprender y desarrollar, invertir, arriesgarse, buscar recursos, y solamente entonces solicitar un apoyo a un Estado socio, promotor. Este debe ser el papel del Estado, no el de padre protector que tiene que resolver todos los problemas del hijo.

Lamentablemente, muchas personas reclaman el paternalismo, entretanto algunos partidos y movimientos políticos lo realizan y lo aprecian, con lo cual contribuyen poco al desarrollo del país.

Es preciso luchar por un cambio cultural, mudar nuestras ideas y valores, también nuestras instituciones, y orientar todos nuestros esfuerzos para desarrollar el emprendimiento, que es la principal fuerza motriz del crecimiento y del desarrollo.

## **7. Discusión y conclusiones.**

Tenemos llegado a algunas conclusiones que podemos resumir en este decálogo:

1. El emprendedor como factor fundamental del Desarrollo Sostenible de cualquier economía (Disminución de la influencia del Estado y de las grandes empresas).
2. El ser emprendedor como una actitud frente a la vida aplicable a todas las profesiones.

3. La acción de emprender aplicable a los diferentes ámbitos del ser humano: social, económico, político, cultura, artístico, etc. (SCHUMPETER, 1988).
4. Los emprendedores y sus emprendimientos como creadores de valor y como la forma más genuína de combatir la pobreza.
5. La convicción de que se aprende a ser emprendedor.
6. La necesidad de diseminar el espíritu emprendedor en los educadores como socios activos del aprendizaje.
7. La necesidad de incluir programas emprendedores en todos los niveles educativos.
8. La metodología para aprender a enseñar a emprender debe ser en sí mismo emprendedora.
9. Reconocimiento a la diversidad. Diversidad de culturas, de personas (educadores y educandos) y de métodos para enseñar a emprender.
10. Incorporación de las mejores prácticas ya existentes en el campo del emprendimiento.

La educación emprendedora abre las puertas. Permite a las personas desarrollar su máximo potencial, y al hacer esto, beneficia a la sociedad como conjunto. La escuela tiene una tendencia tradicional a centrarse en lo académico y enseñar materias tradicionales como matemáticas, ciencias y literatura. El programa de educación emprendedora se apoya en un enfoque complementario. Una educación completa necesita preparar a los jóvenes para el mundo del trabajo en que vivirán durante y después de sus estudios.

Los estudiantes desde preescolar hasta la educación media realizan una serie de programas desarrollados para incrementar el entendimiento del mundo económico que les rodea. Aprender haciendo con los estudiantes interesados es asegurar que ellos mismos aprendan. No se puede aprender a ser emprendedor tan sólo leyendo un libro.

La promoción del emprendedorismo envuelve un cambio cultural basado en la premisa de que las personas pueden mejorar su calidad de vida y de otros, tomando para si mismos la tarea de dirigir y definir su propio destino y construyendo los suyos propios, que impacta de dos maneras: a) mejorando competencias como el liderazgo y habilidades de comunicación; y b) a través de un incremento de la satisfacción personal, mayor autoestima y motivación.

El espíritu de nuestra época es el de la globalización, centrado en el emprendimiento. Las personas tienen dudas, vacilan mucho a la hora de abandonar sus miedos de emprender. Si el



miedo controla nuestro comportamiento, no tenemos alternativas. No somos capaces de actuar porque tenemos miedo y queremos quedar libres de esa responsabilidad. El miedo es atrayente. Paralizante. Pero el coste de no emprender es bastante elevado.

Tememos por las personas que son incapaces de emprender, pasan muchos años de sus vidas preocupadas por su futuro sin tomar la decisión fundamental: tener o no tener un comportamiento emprendedor.

Los individuos a veces no son conscientes del miedo de emprender que llevan dentro de sí mismos, le dan importancia lo que “ven sus ojos”, diciendo que quedarán sin los recursos invertidos, que la economía va empeorar, que debemos postergar nuestros proyectos de cambio.

El mundo no es perfecto, siempre tenemos inestabilidades. Los problemas, las dificultades siempre van a existir. Sin embargo no es verdad que el futuro será peor que el pasado. Existen miedos reales y miedos falsos. Cuando hay gran desigualdad en el mundo se produce inestabilidad. Una apuesta firme en el emprendimiento puede cambiar esa perspectiva, a medio y largo plazo.

Hay buenas evidencias de que el emprendimiento, una forma democrática de distribución de riquezas acumulada por los emprendedores, se fundamenta en cualquier persona independiente de sexo, raza, religión y edad. La disputa tiene mucho más que ver con las relaciones entre los miedos de emprender de lo que se admite.

Esto quiere decir, en verdad, apostar en la valoración de la autoestima, pues ella es capaz de construir una cultura emprendedora que se proyecta externamente al emprendedor en busca del éxito. Precisamos recuperar la autoestima de los emprendedores brasileños, en donde podemos destacar las realizaciones de la *Gerdau*, fruto del desempeño de emprendedores de visión orientada al futuro.

Es el género humano puesto aquí a favor de una causa noble: crear y distribuir riquezas. Se hace necesario que percibamos esto: entender que el emprendimiento es el fondo de todas las conquistas de la humanidad, que precisa ser estimulado e incentivado.

Debemos todos tener esa conciencia del papel del espíritu emprendedor en el desarrollo de la humanidad. Cualquier estudioso del emprendimiento, de filosofía y historia podrá observar que lo que hace que la civilización avance es el hecho de la actuación de los emprendedores, en sus correspondientes épocas, buscar siempre estar en la vanguardia de sus eras, por cuenta de sus

ilimitadas capacidades de soñar. Soñaban en ser cada vez más emprendedores con el firme propósito de transformar el mundo en una perspectiva de elevada responsabilidad.

Esa postura de los emprendedores revela un posicionamiento social muy fuerte. Ni todos los emprendedores tienen esa postura. Muchos fracasan. Es un proceso similar al de la fecundación. Todos buscan el óvulo, pero solo el más competente consigue fecundarlo. Entonces, en el emprendimiento, como en cualquier actividad humana, la suerte es favorable a la mente preparada.

Porque las ideas son los escalones que los emprendedores van subiendo, y lo que importa es que su preparación sea adecuada para enfrentarse con éxito a los desafíos que el siglo XXI les reserva. El emprendimiento es un hecho de sueños y también de mucha sangre, sudor, sacrificio y lágrimas. Es preciso propagar el espíritu emprendedor entre los jóvenes para lo que está a llegar. Es transformar ese espíritu en consciencia emprendedora capaz de modificar, transformar el mundo.

Es difícil para nosotros, de más de veinte siglos, imaginar lo que sería de la humanidad sin los emprendedores. No es fácil pensar en una organización social sin que tengamos como alicientes el cimiento el fenómeno del emprendimiento.

El mínimo de tiempo que dedicásemos a esta cuestión, y si nuestro raciocinio fuese mínimamente agudo, nos llevaría a la conclusión de que todo – vida comunitaria, jerarquías de poder, valores sociales, morales y culturales – se organizaría de forma absolutamente distinta, si el ser humano no estuviese realmente orientado a la iniciativa empresarial. Por milenios y milenios toda la experiencia y conocimiento fueron transmitidos con éxito cuando tenía en su centro una perspectiva emprendedora.

El descendiente más antiguo del hombre, el “Homo sapiens”, habitó en la tierra hace ya cuarenta mil años. El documento escrito más antiguo de que tenemos noticia es de solamente cinco mil años atrás. Fueron los sumerios, habitantes de Mesopotamia, región en donde hoy se localizan Iraq y parte de Siria, los inventores del primer sistema de escritura: la escritura cuneiforme.

Expusimos los comentarios de los principios del emprendedorismo – pasión, perseverancia, paciencia, producencia y práctica. Los egipcios inventaron su sistema más o menos 3000 mil años antes de Cristo, los chinos 1500 años antes de Cristo, los mayas 50 años después de Cristo y los aztecas 1400 después de Cristo. Ciertamente todas estas formas de

escribir fueron fundamentales para registrar la gran cantidad de tentativas de avances, contratiempos y saltos en las prácticas del emprendimiento vividas por la humanidad.

De las experiencias acumuladas de modo precario, pues lo que esos pueblos ancestrales tanteaban crear era justamente la manera de registrar perennemente el conocimiento, fuente de todas las riquezas del ser humano antes, hoy, mañana y siempre.

El invento de la escritura representó la gran revolución de la comunicación como instrumento fundamental en la gestión de un emprendimiento. Retomando, entonces el mundo antes del cambio radical que representó la escrita, de la comunicación, principalmente después de surgir Internet, para la difusión del espíritu emprendedor.

Con la invención de la escritura, cambia la propia organización del pensamiento emprendedor. Todo aquello que era importante para el trabajo de memorización pierde importancia: comenzando por la propia memoria.

Cuando Gutenberg, un verdadero emprendedor de su época, inventa la imprenta, en 1454, presenciamos una verdadera revolución emprendedora que realmente transforma el mundo de forma radical. Una vez más un emprendedor modifica el mundo con su iniciativa y actitud emprendedoras.

El libro impreso transformó al emprendedor, y las relaciones entre los emprendedores modificaron el mundo y la visión sobre el mundo. Y se cambió, o se amplió, la función del emprendimiento. Se alteró, así, para siempre los destinos de la humanidad con la posibilidad de que el emprendedor se comunicase a través de la imprenta.

El emprendedor, a lo largo del período del libro impreso, pasa de ser un educador, difusor en primer lugar de las posibilidades de emprender, ahora el es antes un artista, un creador de riquezas a partir de su capacidad de diseminar los conocimientos por la economía de la época.

El mundo gira entorno a los emprendedores. Sin embargo la palabra, el conocimiento, hasta la creación por Samuel Morse, otro emprendedor, inventó el telégrafo, aún estaba en su estado inicial, era muy lento. La velocidad del mensaje y del espíritu emprendedor, hasta Samuel Morse, aún era una velocidad muy pausada. La innovación del telégrafo, permitió por primera vez en la historia del hombre que las propuestas emprendedoras pudieran viajar más deprisa que el mensajero (un cambio en la economía que iría afectar para siempre al empleo de los mensajeros). Antes existía una relación estrecha entre los caminos y las palabras escritas.

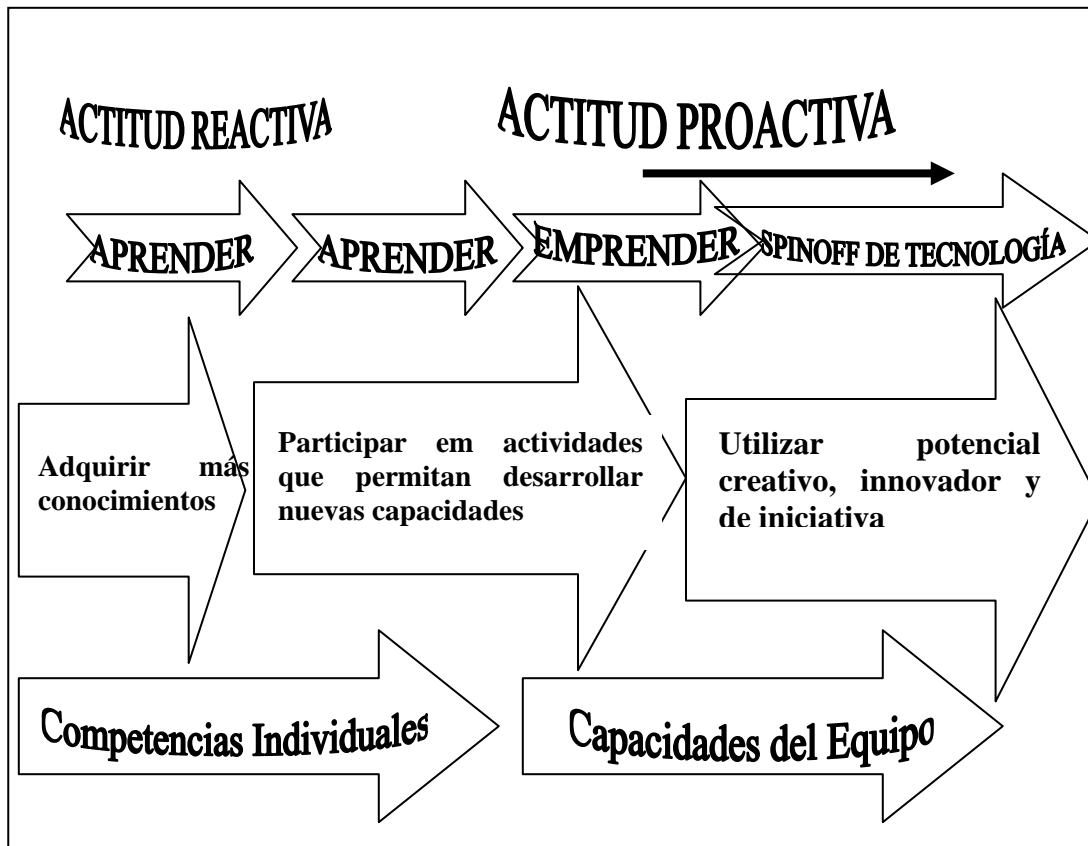
Con el telégrafo, la información se separó de materias sólidas como la piedra y el papiro, del mismo modo en que el dinero (una de las formas de recompensa del emprendedor por su prestación de servicios) anteriormente se tenía separado de las pieles, de las barras de metal fundido y de los metales para convertirse en papel.

El telégrafo inaugura la tercera revolución del emprendimiento y el camino para la velocidad de la información hoy en día, basta recordar rápidamente el impacto en el mundo de los negocios del e-mail y de las teleconferencias. Con la información a circular en tiempo real independientemente del local de su producción, no existe más local, ni hora para hacer negocios.

Pero la humanidad varias veces ya se encontró en grandes encrucijadas decisivas. En el momento que estamos a vivir hoy en día es una de ellas. Vivimos en un momento de transición de un mundo en donde la figura del empleo se encuentra rápidamente en extinción. Lo que cambia entre una encrucijada y otra es el poder de la destrucción creativa *shumpeteriana*, la capacidad de innovación de los emprendedores que aumenta siempre de forma cada vez más acelerada.

Vivimos tiempos turbulentos con las entradas y salidas de empresas en la economía en un ritmo bastante acelerado. Por lo que, el nivel de turbulencia es ponderado por el número de empresas que nacen, más del que las que mueren, de forma que se obtiene la renovación empresarial, una medida de grado de dinámica del emprendimiento, siendo la capacidad de emprender de una sociedad determinante para que el tejido económico se renueve constantemente como un todo, como podemos observar en la figura 3.

**Figura 3: Emprendimiento y Actitud**



Fuente: Leite (2006)

El conocimiento y la experiencia de hacer negocios se encuentran propagados por las web sites de Internet. La profusión y la divulgación del conocimiento son fundamentales para el éxito del emprendimiento. Las experiencias emprendedoras vencedoras, cuando están bien divulgadas, pueden iluminar los pasos de quienes desean ser también emprendedores.

El pasado de la empresa puede haber sido más glorioso, nunca revivido por ninguna otra empresa. Lo que preocupa ahora es como resistir a una era en la cual la capacidad de innovación está fuera de las puertas de la empresa y pueden entrar en las manos de los competidores.

Longevidad no significa nada en el mundo de la tecnología. Es preciso estar siempre en busca de nuevos caminos, exprimir la ruta de la innovación para siempre ser vanguardistas. Es preciso reinventar la empresa en todo momento (SCHUMPETER, 1984).

## Referencias

CORREIA, Ericê B. **Inovação e Periferia. Qual a relação com o desenvolvimento local?** Recife, Editora da Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, 2012. 208 páginas.

DRUCKER, Peter F. **Innovation and Entrepreneurship: Practices and Principles.** New York: Harper & Row, 1985.

LEITE, Emanuel Ferreira, Empreendedorismo, **Inovação, Incubação de Empresas e a Lei de Inovação.** Recife: Edições Bagaço, 2006, 400 páginas

LEITE, Emanuel Ferreira. **O Fenômeno do Empreendedorismo.** São Paulo: Editora Saraiva, 2012. 362 páginas.

MCCLELLAND, David C. *The Achieving Society.* New York: D. Van Nostrand Company, 1961. p. 205-258.

MORGAN, G. **A Morte Exagerada da Geografia.** Londres, 2000.

SÁNCHEZ-FERNÁNDEZ, María Dolores, VARGAS SÁNCHEZ, Alfonso y REMOALDO, Paula. Institutional context and hotel social responsibility. **Kybernetes**, 2014, 43, p. 413-426.

SÁ, Alcindo de. Tese de Doutorado. São Paulo, FFLCH - USP, 1998.

SANTOS, Milton. **Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico-informacional.** São Paulo : Hucitec, 1994.

\_\_\_\_\_. **A Natureza do Espaço. Técnica e Tempo. Razão e Emoção.** São Paulo: Nobel, 1996.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Capitalismo, Socialismo e Democracia.** Tradução Carla Santos. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1984. p. 98-211.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico.** Tradução de Maria Sílvia Possas. São Paulo: Nova Cultura, 1988.