

EDITORIAL

El número 1 del año 2019 se compone de una Sección Especial dedicada a los *nuevos desarrollos en la investigación sobre emprendimiento*, que presenta 6 trabajos, cuya edición ha estado al cuidado de Francisco Liñán e Inmaculada Jaén, ambos profesores del Departamento de Economía Aplicada I, de la Universidad de Sevilla. Además, se publican dos artículos más en la tradicional sección de Tribuna. El número se cierra, como es habitual, con una reseña bibliográfica.

La editorial comienza con un estudio y valoración de los artículos de la sección especial a cargo de los editores invitados, continúa con la presentación de los artículos de la sección de Tribuna, para terminar con la presentación de la reseña bibliográfica. La temática del emprendimiento, sin duda de gran interés en la Academia, está alcanzando importantes cuotas de atención también en otros ámbitos de carácter profesional, tanto en los ámbitos público como privado. La esperanza del Consejo Editorial de la Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época es que con este número se contribuya al interesante debate que sobre el emprendimiento se está produciendo en la sociedad española y europea, de manera que permita arrojar más luz para la correcta implementación de acertadas políticas de estímulo que mejoren el bienestar de los ciudadanos.

SECCIÓN ESPECIAL

Nuevos desarrollos en investigación sobre emprendimiento

Francisco Liñán^{a,b}, Inmaculada Jaén^a

^a Universidad de Sevilla, Sevilla (Spain)

^b Anglia Ruskin University, Cambridge (UK)

INTRODUCCIÓN

El proceso emprendedor es un tema que atrae cada vez más la atención de investigadores de todo el mundo, tanto en el ámbito institucional como en el empresarial y académico (Comisión Europea, 2013; Gorgievski y Stephan, 2016). El emprendimiento contribuye a la generación de empleo y al desarrollo económico y social, por este motivo los gobiernos consideran importante impulsar las iniciativas emprendedoras.

Se ha prestado considerable atención en la literatura a la relación entre las condiciones económicas y el nivel de emprendimiento. Sin embargo, las condiciones económicas por sí solas no son suficientes para explicar la tasa de actividad emprendedora. Como respuesta, se ha propuesto el papel del contexto social y cultural para explicar las diferencias persistentes entre países y regiones (Fritsch y Storey, 2014).

Desde una perspectiva económica, se ha analizado qué tipo de empresas se crean y cuáles son las características sociodemográficas de las personas emprendedoras (GEM, 2018). Desde una perspectiva psicosocial, se ha estudiado cuáles son los antecedentes

que llevan a una persona a emprender. En esta línea, la psicología social tiene mucho que aportar al emprendimiento, tanto en las áreas de cognición social, actitudes e identidad, como en las áreas transversales de género y contexto (Gorgievski y Stephan, 2016; Omorede *et al.*, 2015).

El antecedente más estudiado de la conducta emprendedora en el proceso emprendedor, entendida como creación de una nueva empresa, es la intención emprendedora (Liñán y Fayolle, 2015). Se han propuesto diversos modelos para explicar la intención emprendedora (Krueger *et al.*, 2000). Además, existe una gran variedad de factores que pueden influir en esa intención (Liñán y Fayolle, 2015), como el contexto social, el entorno emprendedor (familia y amigos), y los factores individuales y culturales estudiados en el proceso emprendedor.

El contexto social que rodea al individuo influirá inevitablemente en los motivos, las cogniciones, las intenciones y las acciones de la persona (Blackburn y Kovalainen, 2009; Welter, 2011). Una línea de investigación recientemente floreciente considera la influencia del contexto en diferentes aspectos del proceso emprendedor (Cullen *et al.*, 2014; De Clercq *et al.*, 2014; Liñán *et al.*, 2016; Stephan *et al.*, 2015).

El objetivo de este número especial es recoger algunas contribuciones relevantes sobre el análisis del proceso emprendedor. Creemos que los artículos incluidos en el mismo reflejan algunos de los temas de actualidad en este ámbito de estudio. A continuación, pasamos a comentar estas aportaciones.

APORTACIONES AL ESTUDIO DEL PROCESO EMPRENDEDOR

Los seis artículos publicados en este número especial son fundamentalmente estudios empíricos, que arrojan luz sobre fenómenos concretos que resultan de relevancia. No obstante, también contamos con una aportación teórica que reflexiona de forma global sobre el proceso de emprendimiento.

En primer lugar, el trabajo de Santos y Liguori titulado “Cómo y cuándo se relaciona la autoeficacia con las intenciones emprendedoras: el papel de las expectativas de resultados y las normas subjetivas” profundiza en la relación entre autoeficacia general e intención emprendedora. En concreto, tratan de explicar el mecanismo y las condiciones bajo las cuales se produce esa relación. Encuentran que las expectativas de resultados acerca del emprendimiento tienen un papel mediador en aquella relación. Es decir, la mayor autoeficacia se relaciona con mayores expectativas de resultados, las cuales, a su vez, se relacionan con una mayor intención de emprender. Sin embargo, esto sólo ocurre cuando la persona percibe normas favorables al emprendimiento a su alrededor. A partir de esos resultados se derivan algunas implicaciones relevantes, sobre todo en relación a la educación emprendedora y al diseño de medidas de apoyo.

El trabajo de Pérez Suárez y Sánchez, titulado “El impacto de la educación en la intención emprendedora de los estudiantes del Grado de Economía”, también analiza la formación de la intención emprendedora. En esta ocasión, sin embargo, el objetivo es conocer la incidencia de la educación emprendedora sobre el nivel de intención. Este trabajo utiliza una metodología cuasi-experimental para analizar la influencia de una asignatura obligatoria de educación emprendedora. Los resultados muestran cómo el efecto de esa formación es más complejo de lo que cabría pensar. En general, parecen desarrollarse las capacidades emprendedoras de los participantes, al tiempo que la

actitud hacia el emprendimiento se vuelve menos positiva. También se observa un efecto diferencial sobre los hombres y las mujeres.

El tercer trabajo se centra en el estudio del emprendimiento académico. Vega, Miranda, Chamorro y Pérez analizan la “Valoración y ordenación de los factores determinantes del emprendimiento académico en España según el género”. A pesar del interés que ha suscitado el emprendimiento académico desde hace años, todavía son muchas las incógnitas pendientes de resolver. En su trabajo, ellos se centran en las diferencias de género. A partir de un primer estudio cualitativo identificaron seis factores clave para explicar el emprendimiento académico. Posteriormente, mediante un análisis cuantitativo sobre una amplia muestra de académicos se procedió a estudiar la importancia relativa de cada uno de ellos. Los resultados obtenidos muestran diferencias de género en la valoración y jerarquía de esos seis factores mencionados. A partir de ellos, los autores derivan una serie de implicaciones prácticas para el fomento y la gestión de la creación de *spin-off*.

A continuación, Mets, Trabskaya y Raudsaar proponen un análisis sobre “El viaje emprendedor de la creación de empresas: reconfigurando el proceso y el espacio”. Plantean una reformulación del modelo dinámico de etapas del proceso emprendedor para crear un método novedoso centrado en la madurez del proyecto emprendedor tal y como es percibido por el propio protagonista del proyecto. En particular, destaca su visión de ese proceso como no lineal. El proyecto puede avanzar o retroceder, una evolución que puede parecer caótica o aleatoria desde el exterior. Este artículo contribuye a los enfoques existentes que facilitan una mejor comprensión del viaje emprendedor y los conceptos de proceso al examinar las interconexiones entre el proceso emprendedor, el viaje, la madurez de la empresa, el tiempo y el espacio.

La quinta aportación incluida en este número especial es la de Benítez-Aurioles, titulada “Emprendimiento en el mercado peer-to-peer de alojamientos turísticos”. Este trabajo se centra en el análisis de las oportunidades de emprendimiento que se han desarrollado gracias a la expansión de esta plataforma de alquiler de alojamientos. Además de las plataformas en sí mismas, se consideran otros dos ámbitos: el de los proveedores de servicios a los anfitriones; y el de los propios anfitriones que ofrecen su vivienda para el alquiler turístico. Sobre esa base, se discuten las posibles motivaciones para las entradas en alguno de esos mercados. La principal conclusión a la que llega es que los factores que explican el emprendimiento derivado del desarrollo de plataformas como Airbnb, son similares a los que sirven para explicar el emprendimiento en cualquier otro mercado.

Finalmente, el número especial concluye con el trabajo de Osorio, Saavedra y Martínez, denominado “El impacto institucional en el emprendimiento de México”. En este estudio, se parte de la base de que la actividad emprendedora se ve condicionada por diferentes aspectos relacionados con el funcionamiento institucional. En concreto, sus resultados muestran que, en los diferentes estados mexicanos analizados, la calidad de los servicios públicos y la accesibilidad de la administración condicionan, al menos en parte, la creación de nuevas empresas. Por el contrario, la percepción de inseguridad no resulta ser estadísticamente significativa. A partir de estos resultados, se reflexiona sobre sus posibles implicaciones.

Para concluir, podemos afirmar que las seis aportaciones incluidas en este número especial arrojan luz sobre el fenómeno emprendedor desde diferentes perspectivas. En conjunto, ofrecen una panorámica de los muy diversos enfoques que pueden adoptarse

en su estudio. Estos trabajos, al tiempo que contribuyen a mejorar nuestra comprensión del emprendimiento, también plantean nuevos interrogantes que pueden servir para el diseño de futuras investigaciones adicionales.

REFERENCIAS

- Blackburn, R., & Kovalainen, A. (2009). Researching small firms and entrepreneurship: Past, present and future. *International Journal of Management Reviews*, 11(2), 127–148.
- Comisión Europea (2013). *Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Plan de Acción sobre Emprendimiento 2020: Relanzar el espíritu emprendedor en Europa*, COM(2012) 795 final. (Bruselas, 9.1.2013). Recuperado de <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2012/ES/1-2012-795-ES-F1-1.Pdf>
- Cullen, J. B., Johnson, J. L., & Parboteeah, K. P. (2014). National Rates of Opportunity Entrepreneurship Activity: Insights From Institutional Anomie Theory. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(4), 775–806. <https://doi.org/10.1111/etap.12018>
- De Clercq, D., Lim, D. S. K., & Oh, C. H. (2014). Hierarchy and conservatism in the contributions of resources to entrepreneurial activity. *Small Business Economics*, 42(3), 507–522. <https://doi.org/10.1007/s11187-013-9515-7>
- Fritsch, M., & Storey, D. J. (2014). Entrepreneurship in a Regional Context: Historical Roots, Recent Developments and Future Challenges. *Regional Studies*, 48(6), 939–954. <https://doi.org/10.1080/00343404.2014.892574>
- GEM (2018). *GEM 2017 / 2018 Global Report*. Global Entrepreneurship Research Association (GERA), London Business School, UK. <https://www.gemconsortium.org/report/50012>
- Gorgievski, M., & Stephan, U. (2016). Advancing the psychology of entrepreneurship: A review of the psychological literature and an introduction. *Applied Psychology*, 65, 437–468. doi: 10.1111/apps.12073
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411–432. doi: 10.1016/S0883-9026(98)00033-0
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: Citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11, 907–933. doi: 10.1007/s11365-015-0356-5
- Liñán, F., Moriano, J. A., & Jaén, I. (2016). Individualism and entrepreneurship: Does the pattern depend on the social context? *International Small Business Journal*, 34(6), 760–776.
- Omoredede, A., Thorgren, S., & Wincent, J. (2015). Entrepreneurship psychology: A review. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11, 743–768. doi: 10.1007/s11365-014-0307-6
- Stephan, U., Uhlaner, L. M., & Stride, C. (2015). Institutions and social entrepreneurship: The role of institutional voids, institutional support, and

institutional configurations. *Journal of International Business Studies*, 46(3), 308–331.

Welter, F. (2011). Contextualizing Entrepreneurship - Conceptual Challenges and Ways Forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 165–184.

SECCIÓN TRIBUNA

El primero de los artículos de la sección, “Los nuevos procesos decisionales de empresas en contextos complejos”, está escrito por Hernán Cornejo, de la Universidad Nacional de Rosario, en él se describen las concepciones y modelos dominantes en los procesos de decisión organizativa. Con un análisis basado en la metodología cualitativa demuestra la influencia de las tramas culturales de la organización en el proceso decisorio, lo que puede ser útil para futuros emprendedores y directivos.

El segundo artículo, “Planteamiento de un modelo de evaluación de lean supply chain management”, es de Noelia García Buendía, alumna de doctorado de la Universidad de Jaén, y de los profesores José Moyano Fuentes y Juan Manuel Maqueira Marín. Abordan la problemática de la gestión de la cadena de suministro, cuestión clave hoy en día en la organización productiva de las empresas industriales, especialmente las que se encuentran insertadas en cadenas globales de producción. Desde una revisión sistemática de la literatura, clasifican los indicadores que cuentan con más consenso para la elaboración de un cuadro de mando integral. Sin duda, los resultados pueden ser útiles para directivos de empresas con una orientación estratégica global.

Finalmente, el número se cierra con la reseña bibliográfica que Ana María Ribera Pérez, profesora de la Universidad de Jaén, realiza del libro titulado “Economía para no dejarse engañar por los economistas”, de Juan Torres López, Catedrático de Economía de la Universidad de Sevilla, publicado por la Editorial Deusto en el año 2016.

Juan Carlos Rodríguez Cohard.

Editor de la Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época.