

Puerta Gómez, Joaquín; Aceituno Aceituno, Pedro; Burgos, María Concepción

Article

Educación para el emprendimiento : un enfoque orientado a incrementar las posibilidades de éxito y evitar el fracaso prematuro

Revista de marketing y publicidad

Provided in Cooperation with:

ZBW OAS

Reference: Puerta Gómez, Joaquín/Aceituno Aceituno, Pedro et. al. (2022). Educación para el emprendimiento : un enfoque orientado a incrementar las posibilidades de éxito y evitar el fracaso prematuro. In: Revista de marketing y publicidad (5), S. 67 - 94.
<https://revistas.cef.udima.es/index.php/marketing/article/download/1426/2412>.
doi:10.51302/marketing.2022.1426.

This Version is available at:

<http://hdl.handle.net/11159/631475>

Kontakt/Contact

ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft/Leibniz Information Centre for Economics
Düsternbrooker Weg 120
24105 Kiel (Germany)
E-Mail: [rights\[at\]zbw.eu](mailto:rights[at]zbw.eu)
<https://www.zbw.eu/>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Dieses Dokument darf zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen. Sofern für das Dokument eine Open-Content-Lizenz verwendet wurde, so gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der Lizenz gewährten Nutzungsrechte. Alle auf diesem Vorblatt angegebenen Informationen einschließlich der Rechteinformationen (z.B. Nennung einer Creative Commons Lizenz) wurden automatisch generiert und müssen durch Nutzer:innen vor einer Nachnutzung sorgfältig überprüft werden. Die Lizenzangaben stammen aus Publikationsmetadaten und können Fehler oder Ungenauigkeiten enthalten.

Terms of use:

This document may be saved and copied for your personal and scholarly purposes. You are not to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public. If the document is made available under a Creative Commons Licence you may exercise further usage rights as specified in the licence. All information provided on this publication cover sheet, including copyright details (e.g. indication of a Creative Commons license), was automatically generated and must be carefully reviewed by users prior to reuse. The license information is derived from publication metadata and may contain errors or inaccuracies.



<https://savearchive.zbw.eu/termsfuse>

Educación para el emprendimiento: un enfoque orientado a incrementar las posibilidades de éxito y evitar el fracaso prematuro

Joaquín Puerta Gómez (autor de contacto)

*Abogado. Doctorando en Derecho y Sociedad
por la Universidad a Distancia de Madrid, UDIMA (España)*
jpuerta@taimar.com | <https://orcid.org/0000-0001-7202-5459>

Pedro Aceituno Aceituno

*Profesor titular en Ciencias Económicas y Empresariales.
Universidad a Distancia de Madrid, UDIMA (España)*
pedro.aceituno@udima.es | <https://orcid.org/0000-0001-9034-8673>

María Concepción Burgos García

Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Alcalá (España)
concepcion.burgos@udima.es | <https://orcid.org/0000-0001-5420-2976>

Extracto

La baja tasa de actividad emprendedora en España contrasta con que nuestro país esté considerado como uno de los entornos más propicios para emprender y, todo ello, a pesar del esfuerzo llevado a cabo por los poderes públicos durante los últimos lustros por tratar de impulsar el emprendimiento. Ante esta situación y teniendo en cuenta el riesgo que entraña esta alternativa profesional, conviene plantearse si, antes de incentivar el emprendimiento, sería conveniente dotar a los nuevos emprendedores de las destrezas y habilidades necesarias para incrementar sus posibilidades de éxito y evitar el fracaso de los proyectos incipientes. Este artículo tiene por objeto descubrir los factores que resultan determinantes del éxito en los emprendedores y vincularlos con la educación, de manera que pueda actuarse sobre ellos desde este ámbito y así lograr un emprendimiento de calidad. Para ello, se ha llevado a cabo una revisión bibliográfica de la abundante literatura académica existente sobre la materia. Se partió de una preselección de 398 publicaciones de las que, tras un exhaustivo proceso de filtrado, se terminaron utilizando 82. Tras el análisis de estas fuentes, se concluyó que, para incrementar la tasa de emprendedores y lograr un emprendimiento de calidad, es necesario integrar en el sistema educativo las capacidades y los valores emprendedores desde temprana edad, elaborando una estrategia formativa orientada a dotar a los nuevos emprendedores de los factores que resulten determinantes para el éxito y eviten el fracaso prematuro.

Palabras clave: emprendimiento; éxito; fracaso; educación; emprendedor; formación de administradores; enseñanza de la economía.

Recibido: 07-03-2022 / Aceptado: 28-03-2022 / Publicado: 01-04-2022

Cómo citar: Puerta Gómez, J., Aceituno Aceituno, P. y Burgos García, M.^a C. (2022). Educación para el emprendimiento: un enfoque orientado a incrementar las posibilidades de éxito y evitar el fracaso prematuro. *Revista de Marketing y Publicidad*. CEF, 5, 67-94. <https://doi.org/10.51302/marketing.2022.1426>

Education for entrepreneurship: an approach oriented towards increasing the chances of success and avoiding premature failure

Joaquín Puerta Gómez (autor de contacto)

*Abogado. Doctorando en Derecho y Sociedad
por la Universidad a Distancia de Madrid, UDIMA (España)*
jpuerta@taimar.com | <https://orcid.org/0000-0001-7202-5459>

Pedro Aceituno Aceituno

*Profesor titular en Ciencias Económicas y Empresariales.
Universidad a Distancia de Madrid, UDIMA (España)*
pedro.aceituno@udima.es | <https://orcid.org/0000-0001-9034-8673>

María Concepción Burgos García

Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Alcalá (España)
concepcion.burgos@udima.es | <https://orcid.org/0000-0001-5420-2976>

Abstract

Despite the effort of the public authorities to foster entrepreneurship in the last decades, the low entrepreneurial activity rate in Spain contrasts with the fact that our country is considered as one of the most favourable environments to undertake. In this context and considering the risks that this career-path entails, it is necessary to ponder whether it would be convenient to provide future entrepreneurs with the skills required to increase their chances of success before actually encouraging them to undertake. The object of this article is to uncover the determining factors of entrepreneurial success, as well as to assess their correlation with education, in the aim of acting upon them and achieving quality entrepreneurship. For this purpose, a review of the existent scientific literature on the subject was performed. After a thorough filtration process, 82 publications out of a preselection of 398 were used. Having analysed these sources, we arrived at the conclusion that in order to fulfil the above-mentioned objectives, it is crucial to integrate the entrepreneurial aptitudes and values in the education system from an early age, developing a formative strategy oriented towards providing future entrepreneurs with the tools that will determine their success and prevent premature failure.

Keywords: entrepreneurship; success; education; entrepreneur; management training; teaching of economy.

Received: 07-03-2022 / Accepted: 28-03-2022 / Published: 01-04-2022

Citation: Puerta Gómez, J., Aceituno Aceituno, P. and Burgos García, M.^a C. (2022). Education for entrepreneurship: an approach oriented towards increasing the chances of success and avoiding premature failure. *Revista de Marketing y Publicidad. CEF*, 5, 67-94. <https://doi.org/10.51302/marketing.2022.1426>



Sumario

- 1. Introducción
 - 2. Metodología
 - 3. El éxito del emprendimiento
 - 4. Factores determinantes del éxito
 - 4.1. Factores intrínsecos de la persona
 - 4.2. Factores relacionados con la experiencia emprendedora
 - 4.3. Factores extrínsecos relacionados con el entorno
 - 5. La educación como factor determinante
 - 6. Conclusiones
- Referencias bibliográficas

1. Introducción

A lo largo de las últimas décadas, el emprendimiento se ha convertido en la piedra angular del desarrollo económico de buena parte de los países que conforman tanto las regiones más avanzadas como aquellas que se encuentran experimentando un destacado impulso. El fenómeno emprendedor constituye una verdadera fuente de crecimiento y riqueza allí donde arraiga, pues experimenta un impacto destacado, no solo en la economía, sino también en áreas tan diversas como el desarrollo tecnológico o la propia sociedad, entre otras.

La profundidad de su incidencia se hace patente en los ecosistemas en los que se implanta, ya que, mediante el impulso de la innovación se logra un desarrollo relevante de la competitividad, lo que contribuye de forma decisiva a la transformación económica y social del entorno en el que cohabita.

El proceso emprendedor requiere de un esfuerzo constante para hacer realidad ideas de negocio y conseguir trasladar al mercado bienes y servicios, que, en última instancia, decidirá entre aceptar la iniciativa o rechazarla y abocarla al fracaso.

El riesgo es una característica inherente al emprendimiento, no obstante, sería una locura que el emprendedor dejara el resultado de su proyecto al fruto del azar, y, por esa misma razón, cuenta con un conjunto de herramientas que, utilizadas de forma precisa y en el momento oportuno, le capacitan para incrementar las posibilidades de éxito y esquivar el fracaso.

Un emprendimiento que logra echar raíces y crecer es un emprendimiento de calidad, pues es el que verdaderamente contribuye al desarrollo económico y social del entorno en el que se desenvuelve. A esta conclusión también han llegado los responsables de buena parte de los Estados, lo que ha llevado a orientar las políticas de sus gobiernos hacia la creación de entornos propicios para el desarrollo de nuevas iniciativas empresariales.

Sin embargo, y pese al esfuerzo de los poderes públicos, la realidad de la Unión Europea y de nuestro país es bien distinta; así lo manifiestan diversos informes publicados por diferentes entidades e instituciones.

El Eurobarómetro dedicó su informe número 354 al emprendimiento, en el que concluía que el número de emprendedores en el marco de la Unión Europea es inferior al deseable. Al mismo tiempo sorprendía poniendo de manifiesto que menos de la mitad de los participantes en el estudio reconocían que en su etapa escolar se les hubiera estimulado a desarrollar

una actitud dirigida hacia la iniciativa empresarial, y tan solo el 28 % afirmaba que su educación colegial había incentivado su interés por el emprendimiento (Comisión Europea, 2012a).

No conforme con esta advertencia, cuatro años después la Comisión Europea volvió a reiterar su preocupación por las pocas personas que, en el ámbito de la Unión, muestran una mentalidad emprendedora y las capacidades necesarias para crear su propia empresa (Comisión Europea, 2016).

Pues bien, si nos circunscribimos al ámbito doméstico, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) pone de manifiesto que la tasa de actividad emprendedora en España se sitúa por debajo de la media de los países de la Unión Europea (Observatorio del Emprendimiento de España, 2021), lo que supone que la situación en nuestro país es más preocupante aún. Esta situación contrasta de manera significativa con la afirmación realizada por los expertos consultados en este informe, pues manifiestan que España se encuentra en el Top 10 de los países con mejores ecosistemas para emprender (Observatorio del Emprendimiento de España, 2020).

La búsqueda de las razones de tal incongruencia, así como de las bajas cifras de emprendedores en España, nos acerca al Libro Blanco de la Iniciativa Emprendedora, el cual, tras un vasto trabajo de campo, detectó que los tres factores clave que inciden en el fomento del emprendimiento son: la financiación de los proyectos, la cultura emprendedora y la formación en emprendimiento (Alemany *et al.*, 2011).

Centrándonos en el último factor de los señalados, conviene determinar el nivel de capacitación que tienen los jóvenes en las materias directamente relacionadas con el emprendimiento.

En este sentido, el Informe PISA, elaborado por la OCDE, decidió incluir a partir de 2014 la evaluación de la educación financiera de los adolescentes, resultando, en palabras de su propio secretario general, «altamente preocupante» (Martínez, 2015). El escaso nivel de conocimientos que los alumnos muestran en el área económico-financiera desde aquella fecha, situación que no se ha visto revertida (Instituto Nacional de Evaluación Educativa, 2014, 2017 y 2020), bien puede estar correlacionada con la percepción que poseen los jóvenes sobre el emprendimiento.

Si los conocimientos financieros entre los jóvenes no son los deseables, entre la población española en general no son mejores, pues en el estudio llevado a cabo por la Asociación de Usuarios de Bancos, Cajas y Seguros (ADICAE) se concluyó que el nivel de cultura financiera del consumidor español es muy bajo; tan solo entre las personas con estudios universitarios puede considerarse, simplemente, aceptable (ADICAE, 2013).

En sentido similar se pronuncian el Banco de España y la CNMV, pues califican los conocimientos de los españoles sobre conceptos económicos y financieros, capacidad de ahorro y tenencia de productos financieros con una puntuación de 6 sobre 10 (Bover Hidiroglu *et al.*, 2018; Ispuerto Maté *et al.*, 2021).

Si nos adentramos en el ámbito universitario, podremos descubrir que únicamente el 16 % de los alumnos afirma haber recibido formación relacionada con el emprendimiento en la universidad, y tan solo el 18 % reconoce haberla recibido en algún momento de su etapa escolar (Guerrero *et al.*, 2016). En el mismo estudio, los alumnos ponen de manifiesto su deseo de crear una empresa, pero perciben que no poseen los conocimientos necesarios para hacerlo.

Estos datos se asemejan a los que ofrece el proyecto GUESSS, un estudio en el que participan 267.000 estudiantes universitarios de 58 países, en el que España no sale bien parada, pues, según publica, el 62,3 % de los alumnos de nuestro país nunca han recibido formación específica en emprendimiento (Sieger *et al.*, 2019). Además, sitúa el clima emprendedor de la universidades españolas en el grupo de cola del ranking internacional (Sieger *et al.*, 2021).

Como conclusión, podemos relacionar la falta de formación en materias relacionadas con el emprendimiento con que la tasa de emprendedores en nuestro país sea inferior a lo deseable, por lo que, si verdaderamente pretendemos que la intención emprendedora de los jóvenes españoles se incremente, la orientación del sistema educativo en general y del universitario en particular debe dirigirse hacia el desarrollo de los factores y capacidades necesarias para emprender.

Y es precisamente en este punto donde este trabajo se centra, pues su pretensión no es otra que la de identificar los factores que influyen en incrementar las posibilidades de éxito y evitan el fracaso prematuro de las iniciativas empresariales puestas en marcha por los emprendedores.

Para alcanzar tal objetivo, el estudio aporta una revisión general de las investigaciones académicas realizadas hasta la fecha, que permiten profundizar en la comprensión del fenómeno emprendedor y de los factores intrínsecos y extrínsecos vinculados con el éxito y el fracaso.

Asimismo, se pretende vincular los mencionados factores con la formación que han de recibir las personas que, a la postre, pretendan poner en marcha una iniciativa empresarial con el itinerario formativo, de manera que pueda llegar a implantarse una verdadera y efectiva educación para el emprendimiento.

Para concluir, resulta pertinente traer a colación una de las recomendaciones que el proyecto GUESSS realiza a las universidades e instituciones públicas: «Tenga en cuenta que no es el número de estudiantes emprendedores lo que en última instancia es decisivo, sino el número de estudiantes emprendedores exitosos, que obviamente no es el mismo» (Sieger *et al.*, 2019).

2. Metodología

La metodología utilizada para alcanzar los objetivos propuestos fue la revisión de la literatura académica acerca del éxito y el fracaso relacionados con el emprendimiento. Asimismo, se han revisado también los trabajos publicados sobre educación y emprendimiento para establecer la conexión entre el objetivo inicial y la formación de los emprendedores.

Para llevar a cabo la búsqueda de la información se utilizaron los recursos y bases de datos que pone a disposición de la comunidad universitaria e investigadora la Biblioteca Hipatia de la UDIMA, entre los que destacaron: Web of Science, Summon, ProQuets, E-libro y el repositorio de la propia institución, UdiMundus.

Adicionalmente, se complementaron las búsquedas a través de Google Académico, pues permite encontrar documentos y datos de estos en varias fuentes al mismo tiempo.

Se han utilizado en esta fase exploratoria dos tipos de palabras clave, en primer lugar, términos extraídos del tesoro SKOS de la Unesco: «empresario», «empresa», «educación», «formación de administradores» y «enseñanza de la economía». En segundo lugar, se completó la búsqueda con los términos generales: «emprendimiento», «emprendedor», «éxito» y «fracaso». Finalmente, se combinaron por pares o tríos las palabras relacionadas utilizando el conector «y».

Entre libros, informes y artículos, se preseleccionaron un total de 398 documentos. Para su posterior filtrado, se utilizaron los siguientes criterios:

- En una primera fase, se seleccionaron los trabajos e informes que abordan directamente y de manera completa la materia objeto del estudio. Posteriormente, se descartaron los informes que no ofrecían datos cuantitativos relativos a España.
- En una segunda fase, se filtraron los documentos que tratan la materia de manera tangencial o aspectos concretos de la misma y se dio prioridad a los más recientes, descartando los más antiguos, con la excepción de aquellos que más influencia han tenido en la literatura posterior.

Para seleccionar finalmente las publicaciones se revisaron, en primer lugar, los títulos y resúmenes, con el fin de asegurar el grado de correlación con la materia de estudio. Hecha esta comprobación se revisó el documento completo, comenzando por las conclusiones. De esta manera se llegó a una selección final de 82 referencias. Finalmente, los documentos fueron clasificados por bloques temáticos con el fin de facilitar la estructuración del trabajo.

3. El éxito del emprendimiento

El emprendimiento no es un acto aislado, sino un camino que se recorre a través de distintos tramos. Se inicia por medio de una idea y transita por sucesivas fases hasta lograr la consolidación de la empresa. A lo largo de este camino, el emprendedor se encuentra con múltiples obstáculos, que deberá superar para llegar a la meta; en este caso hablaremos de éxito. De lo contrario, si los inconvenientes resultan insuperables, el recorrido se verá truncado y el proyecto finalizará en fracaso.

El éxito empresarial ha sido analizado a lo largo de la literatura desde distintos ángulos, y lo cierto es que, a día de hoy, no se ha alcanzado un consenso en lo referente a definir un concepto universal sobre su significado (Rivera Rodríguez, 2012).

Pese a ello, el concepto de éxito requiere, de forma necesaria, de la perdurabilidad de la empresa (Sallenave, 1995) y, a partir ella, de la consecución de determinados objetivos.

Diversos autores han hecho uso de diferentes indicadores para determinar el éxito empresarial. Algunos de ellos se han decantado por valores exclusivamente financieros, como la cifra de negocio y la rentabilidad de sus activos (Prats Salmurri, 2017; Sallenave, 1995); otros, a su vez, han preferido tomar referentes no financieros, como es el número de trabajadores y su evolución, como Gray, 2002; Mäki y Pulkkinen, 2000; Perren, 2000, citados en la revisión bibliográfica realizada por Sánchez García (2014).

El propio Sánchez García (2014) reconoce que utilizar exclusivamente el crecimiento del número de trabajadores como indicador del éxito resulta inconsistente, y se alinea con otros autores que se muestran partidarios de combinar indicadores financieros y no financieros (Haber y Reichel, 2005; Hiemstra *et al.*, 2006).

Sin embargo, el concepto de éxito empresarial puede ser distinto según el tipo de empresa que estemos analizando. De este modo, para un pequeño negocio el éxito puede venir determinado, simplemente, por encontrarse bien administrado, mientras que, para una empresa con vocación de crecimiento, el éxito contemplará, además de lo anterior, una buena capacidad para innovar y crear productos y servicios con gran potencial de mercado (Sorensen y Chang, 2006).

En definitiva, la elección de cada indicador para medir el éxito tiene sus ventajas e inconvenientes, tal y como sostienen McGee, Dowling y Megginson, 1995; Cepillo y Vanderwerf, 1992, citados en la revisión bibliográfica llevada a cabo por Haber y Reichel, (2005). Por tal motivo, este mismo autor se pronuncia a favor de combinar la utilización de valores financieros con medidas subjetivas, como la ventaja competitiva y la satisfacción del cliente, concluyendo que el uso de múltiples indicadores, tanto cuantitativos, como cualitativos, llevará a una comprensión más realista del nivel de desempeño de la empresa.

No obstante, para evaluar el éxito del emprendimiento, no podemos perder de vista al emprendedor, pues él es el centro sobre el que gira el proyecto y, por lo tanto, es necesario tener en cuenta sus objetivos personales; de este modo, el éxito vendrá definido por la consecución de los mismos. Vista así la cuestión, será necesario buscar medidas capaces de mostrar el resultado obtenido en relación con sus motivaciones para emprender y las metas buscadas.

Para reforzar esta postura, cabe citar a Walker y Brown, (2004), quienes descubrieron que, para evaluar el éxito en pequeñas empresas, era más importante tener en cuenta as-

pectos como la satisfacción personal, el logro, el orgullo del trabajo, la independencia o la flexibilidad laboral, que el volumen de negocio o la rentabilidad.

De forma semejante se posicionaron Reijonen y Komppula (2007) ya que, en sus investigaciones, los pequeños empresarios medían su éxito valorando la libertad, la independencia y la satisfacción laboral, así como el prestigio en el mercado y su comunidad. En definitiva, los objetivos de los emprendedores pueden ir, desde colmar un reto personal, hasta lograr un incremento sus ingresos o alcanzar una mayor independencia (Sorensen y Chang, 2006).

En consecuencia, para evaluar el éxito del emprendimiento, no se puede obviar la perspectiva del emprendedor. Esta situación desemboca en la necesidad de diferenciar el éxito externo o aparente de la empresa, del éxito percibido o interno otorgado por el propio emprendedor a través de su propia escala de valores (Sánchez García, 2014).

La percepción del éxito puede diferir según el perfil del emprendedor, incluso puede observarse desde una perspectiva de género, tal y como lo hicieron Sinde Cantorna *et al.* (2010) en su estudio sobre éxito empresarial y género, descubriendo diferencias entre las percepciones de éxito entre hombres y mujeres, ya que se ven condicionadas por las expectativas económicas, que en las emprendedoras son, por lo general, menos ambiciosas que las que muestran los hombres.

A modo de resumen, hemos podido apreciar que el éxito empresarial puede evaluarse desde una perspectiva externa a través de indicadores financieros, como los ingresos o la rentabilidad, o de aspectos no financieros, como el número de trabajadores. Otros autores, sin embargo, abogan por la observación de una combinación de valores objetivos, como los anteriores, y subjetivos, como su capacidad de innovación o el posicionamiento de sus productos en los mercados.

Sin embargo, para determinar el éxito del emprendimiento, no se puede dejar de lado la perspectiva del propio emprendedor, quien establece su escala de valoración en función de sus propios objetivos y motivaciones, lo que nos lleva a poner en valor la idea del éxito percibido.

4. Factores determinantes del éxito

Sea cual fuere el ángulo desde el que miremos y evaluemos el éxito empresarial, no va a ser alcanzado de manera inmediata, pues el verdadero éxito solo se consigue tras un largo camino en el que es necesario aceptar las dificultades que se presentan y superar los innumerables escollos a los que es necesario enfrentarse. Aun así, el emprendedor ha de entender que, aunque el esfuerzo dedicado sea máximo, el resultado no siempre será el deseado.

El éxito del emprendimiento ha de ser cultivado mucho antes de la puesta en marcha del proyecto empresarial, y, sabiendo que la garantía de alcanzarlo no existe, si pueden encontrarse o desarrollarse una serie de factores que incrementen las posibilidades de conseguirlo.

A lo largo de este capítulo plasmaremos aquellos factores que la literatura académica ha considerado como determinantes del éxito, y que disponer de ellos o cultivarlos y llevarlos a la práctica puede contribuir a que el esfuerzo del emprendedor sea más eficaz.

Comenzaremos con factores intrínsecos de la persona, entre ellos encontraremos rasgos psicológicos y habilidades o destrezas del emprendedor, que resultarán esenciales. Continuaremos con factores relacionados con la experiencia vivida por el individuo y que van a afectar de un modo u otro al resultado del emprendimiento. Finalizaremos con factores del entorno en el que se va a desarrollar el proyecto empresarial y que influirán de un modo decisivo en su desenlace.

4.1. Factores intrínsecos de la persona

Las características de la persona, aquellas que la definen como individuo, tienen una importancia esencial en el desempeño de sus funciones y en las decisiones que día a día ha de tomar.

Emprender implica organizar recursos para conducir el proyecto a la consecución de un objetivo. Uno de esos recursos, quizá el más importante, son las personas que, de un modo u otro, van a acompañar al emprendedor en su aventura. Ponerse al frente de estas personas, influir de un modo positivo en ellas y lograr obtener lo mejor de sus capacidades para alcanzar las metas de la empresa implica haber desarrollado una gran capacidad de liderazgo (Bonifaz Villar, 2019).

El liderazgo influye directamente sobre las conductas de los trabajadores y, orientado de un modo positivo, les conduce a que se sientan identificados con la empresa y a participar en su mejora, buscando nuevas oportunidades de negocio y formas innovadoras de resolver problemas (Edú Valsania *et al.*, 2016). Asimismo, un liderazgo auténtico refuerza el compromiso laboral de los trabajadores, lo que reduce la rotación de personal (Azanza *et al.*, 2015).

En este sentido Moriano *et al.* (2014) profundizan en el asunto discerniendo dos estilos de liderazgo: el liderazgo transformacional, en el que el líder trata de cambiar las expectativas, percepciones y motivaciones de sus seguidores, y el liderazgo transaccional, fundamentado en la estimulación a través de premios y castigos, llegando a establecer que el liderazgo transformacional resulta mucho más efectivo, ya que la motivación de los trabajadores tiene su origen en haber generado una idealización de la figura del líder.

Algunos autores se refieren al liderazgo en el sentido del carisma necesario para influir sobre clientes y colaboradores (Partida Puente *et al.*, 2012; Santamaría López y Carbajo Padilla, 2019), sin embargo, otros destacan su importancia en lo relacionado con seleccionar y atraer a las personas más adecuadas para acompañarle en el proyecto (García del Junco *et al.*, 2007; Lussier, 1995).

En definitiva, el liderazgo constituye un factor determinante esencial del éxito, pues canaliza el esfuerzo de las personas que rodean al emprendedor hacia la consecución de sus objetivos (Uribe Macías, 2017).

Uno de los factores de la personalidad más repetidos por los autores en la literatura académica es la autoconfianza. No en vano, en la recopilación bibliográfica llevada a cabo por Alcaraz Rodríguez (2004), en la que cita a más de 50 autores, que a su vez citan a más de 150 y sus correspondientes estudios, este factor se perfila en primer nivel de importancia. Resulta además destacable que los jóvenes españoles tienen una mayor probabilidad de emprender que el resto de la población, precisamente porque su nivel de autoconfianza es mayor, debido a que su miedo al fracaso es menor (Gómez-Araujo *et al.*, 2015).

Ahondando en el tema, disponer de una mentalidad decidida para afrontar problemas y adoptar acciones para afrontarlo sin miedo a fracasar en sus intentos constituye otra característica observada en el emprendedor de éxito (García Ramos *et al.*, 2010; Manzano García y Ayala Calvo, 2007).

El miedo al fracaso, ese temor a fallar en el intento, aumenta en sí mismo el riesgo de fracaso (Comisión Europea, 2003), pues puede llegar a obstaculizar el proceso de toma de decisiones y, de hecho, constituye uno de los principales impedimentos para emprender; así lo manifiesta el 64 % de la población española (Observatorio del Emprendimiento de España, 2021). Esta situación no es nueva, pues el Plan de Acción de la Agenda Europea para el Emprendimiento ya incluye, desde hace tiempo, el problema del efecto del fracaso sobre los individuos como uno de los asuntos esenciales a abordar para reducir las barreras de entrada de nuevos emprendedores (Comisión Europea, 2004).

Los factores intrínsecos vistos hasta el momento llevan a preparar al emprendedor a enfrentarse una y otra vez a los obstáculos que, como ya se ha mencionado, forman parte del camino del emprendimiento. Es por este motivo por el que casi todos los estudios relacionados con la materia hacen referencia a la resiliencia como elemento esencial de la personalidad del individuo para poder acercarse al éxito; de hecho, autores que han analizado características comunes de renombrados emprendedores observan que prácticamente todos ellos triunfaron tras experimentar importantes fracasos (Herrera, 2016).

Las iniciativas empresariales confrontan previsiones con realidad, y es en las diferencias que surgen entre las primeras y la segunda donde surgen situaciones imprevistas que obligan a redefinir planes y tomar decisiones aceleradas que provocan errores que traen sus consiguientes consecuencias. Es entonces cuando se hace necesaria la capacidad para sobreponerse, afrontar la adversidad y la frustración (Trías de Bes, 2007), tolerar la crisis de la derrota y reaccionar con energía para reiniciar la lucha (Toledo Nickels, 2005).

Esta forma de actuar frente al entorno no se adquiere de una vez para siempre, sino que ha de ser interiorizada, y esto se ha de ir forjando a lo largo de la vida (Manzano García y Ayala Calvo, 2007).

Adicionalmente, y relacionado con la resiliencia, se han llevado a cabo estudios con el objeto de comprender la percepción del fracaso en emprendedores que se vieron obligados a abandonar su iniciativa empresarial (Dupleix y D'Annunzio, 2018). La mayoría de los resultados de las investigaciones mostró que lo vieron como un aprendizaje, una oportunidad de crecimiento personal y la ocasión para aceptar sus propios errores y descubrir sus fortalezas y debilidades.

Hemos podido apreciar aspectos psicológicos del individuo como factores intrínsecos esenciales para lograr el éxito, sin embargo, más allá de este tipo de factores intrapersonales podemos encontrar habilidades o destrezas que le resultarán de gran utilidad en el desarrollo de su proyecto empresarial.

Una de las recopilaciones más extensas sobre la materia, la llevada a cabo por Alcaraz Rodríguez (2004), ya citada anteriormente, determinó que la capacidad creativa del emprendedor constituye un factor esencial de primer nivel en el desarrollo de la iniciativa empresarial. En este mismo sentido también se pronuncian diversos autores, uniendo la creatividad con la capacidad de innovación (Devece *et al.*, 2016; García del Junco *et al.*, 2007; Saboia Leitão y Martín Cruz, 2013).

Otra habilidad esencial, hasta el punto de que numerosos autores llegan a considerar que su carencia constituye una de las principales causas de fracaso empresarial, es la habilidad comercial del emprendedor (Alcaide, 2011; Dupleix y D'Annunzio, 2018), pues la inexperiencia en este campo o una deficiente gestión de las ventas pondrá en serias dificultades la viabilidad del proyecto (Alcaide, 2011).

Ligado a la habilidad comercial, otros autores hacen referencia al manejo de herramientas de marketing como uno de los aspectos fundamentales a tener en cuenta (CB Insights, 2019; Lussier, 1995; Schnarch Kirberg, 2014).

Del mismo modo, todo negocio requiere de conocimientos generales de gestión empresarial por parte de la persona que lo lidera (Alcaide, 2011; Partida Puente *et al.*, 2012). Este es otro de los factores destacados como de primer nivel (Alcaraz Rodríguez, 2004; García del Junco *et al.*, 2007).

Otros autores concretan la importancia de este factor en la capacidad de gestión de personal, pues, una inadecuada dirección de los recursos humanos de la empresa, conduce a una ineficiencia e insatisfacción del cliente (Partida Puente *et al.*, 2012). De este modo, aquellos emprendedores que son capaces de atraer y retener empleados de calidad tienen más posibilidades de éxito que los que no pueden hacerlo (Lussier, 1995); problema muy habitual en aquellos emprendedores que pretenden realizarlo todo por sí mismos y no delegar funciones (Alcaide, 2011).

Finalmente, cabe destacar la relevancia de la destreza en el uso de las herramientas tecnológicas en los emprendedores que buscan innovar, gestionar el conocimiento, desarro-

llarse y competir, lo que les puede permitir generar oportunidades de negocio y facilitarles alcanzar el éxito (Soriano *et al.*, 2015); no obstante, todavía el nivel de desarrollo tecnológico de las iniciativas empresariales que se ponen en funcionamiento no es el deseable (Observatorio del Emprendimiento de España, 2021).

4.2. Factores relacionados con la experiencia emprendedora

En el éxito del emprendedor no solo contribuyen los factores intrínsecos de su personalidad, a estos es necesario sumarle las circunstancias vividas, las experiencias acumuladas y sus motivaciones y deseos, pues, todo ello, también forma parte de su persona e influye en el desempeño de su labor emprendedora y, cómo no, en el resultado de sus proyectos.

Uno de los factores más destacados en este grupo, para muchos el más importante, es la experiencia profesional previa. Así lo consideran Parra Alvis *et al.* (2017), junto con el nivel de educación del individuo, y Messina y Hochsztain (2015), que destacan la experiencia previa esencial para anticipar el éxito, junto con el acceso a una financiación adecuada.

Santamaría López y Carbajo Padilla (2019) consideran la experiencia un factor más importante incluso que la formación académica, pues argumentan que, a medida que pasa el tiempo, los individuos se ven más influidos por los conocimientos y habilidades adquiridas, fruto del trabajo diario, mientras que los conocimientos académicos se van disipando.

Por su parte, Reuber y Fischer (1999) descubrieron que la experiencia previa del emprendedor impacta en el funcionamiento de la empresa de dos maneras. La primera, a través de la lógica dominante, filtrando la información recibida para aplicar exclusivamente la que resulta relevante, y la segunda, a través del desarrollo del conocimiento adquirido, que se traducirá en decisiones más eficientes que impactarán en el resultado del proyecto.

Sin embargo, no todos los autores aceptan sin reparos que la experiencia es un factor de éxito. Cardozo Crowe, (2010) lo matiza, especificando que su efectividad solo será positiva si aporta un conocimiento relevante en la estructura organizacional de la empresa, de lo contrario, podría llegar a tener un efecto negativo, pues podrían repetirse los errores del pasado.

Otros autores, sin negarlo, llegan a poner en duda la efectividad real de la experiencia previa en el éxito del emprendimiento, al hacer una distinción entre éxito objetivo y éxito percibido. De este modo, los emprendedores más experimentados muestran mayor nivel de éxito percibido que los menos expertos, sin embargo, midiendo el éxito en términos objetivos, no hay diferencias entre unos y otros, por lo que, afirman, no se puede vincular el nivel de éxito al grado de experiencia (Sánchez García, 2014).

Visto desde la perspectiva contraria, no son pocos los autores que consideran que la falta de experiencia es el origen o catalizador de muchos fracasos (Alcaide, 2011; Partida Puente *et al.*, 2012). Algunos de ellos concretan esta falta de experiencia en una falta de conocimiento en el sector en el que operan (Lussier, 1995; Pablos Heredero y Blanco Jiménez, 2013).

En cualquier caso, el Mapa del Emprendimiento en España, informe elaborado a partir del análisis de 1.720 *startups*, indica que la probabilidad de fracaso del emprendedor que ha puesto en marcha más de tres proyectos es mucho más baja, 16 %, que la de aquel que solo ha creado uno, 45 %, (Spain Startup-South Summit, 2019).

La habilidad para descubrir oportunidades empresariales depende del conjunto de conocimientos previos del individuo, de sus características cognitivas y de las relaciones sociales en las que se encuentre inmerso (Shane y Venkataraman, 2000). Esta capacidad, para unos autores, constituye la destreza más importante que posee un emprendedor con éxito (Albacete Sáez *et al.*, 2009), y para otros, una habilidad básica junto con su facultad innovadora (Devece *et al.*, 2016). En definitiva, la mayoría coinciden en estas afirmaciones, sin embargo, algunos de ellos lo matizan.

Los factores generadores del emprendimiento están constituidos por características esenciales del espíritu emprendedor imprescindibles a la hora de tomar la decisión de poner en marcha una iniciativa empresarial. Por el contrario, los factores potenciadores refuerzan y desarrollan este espíritu. En este último grupo de factores es en el que se encuentra la visión de negocio del emprendedor (García del Junco *et al.*, 2007), lo que significa que, para este autor, la habilidad para detectar oportunidades de negocio no es esencial para emprender, sin embargo, impulsa al emprendedor a lograr el éxito.

Esta idea se refuerza matizando que únicamente aquellos emprendedores que reconocen poseer visión de negocio van a ser los que desempeñarán decididamente las iniciativas empresariales que ponen en marcha, ya que fueron fruto de una selección previa de las ideas que realmente se vinculaban con expectativas de negocio reales y viables (García Ramos *et al.*, 2010).

Por otro lado, hay quien detalla que la importancia de la visión de negocio alcanza su máxima relevancia en periodos de crisis, pudiendo llegar a ser engañosa cuando el negocio se inicia en épocas de prosperidad o en el seno de entornos excesivamente favorables (Devece *et al.*, 2016).

Finalmente, cabe destacar que la percepción de oportunidades de negocio de los españoles se situó en cotas muy bajas y bastante lejos de la media europea (Observatorio del Emprendimiento de España, 2021). Teniendo en cuenta lo expuesto en relación con esta habilidad, España se coloca actualmente en una posición de debilidad a la hora de crear un entramado emprendedor sólido y de calidad en los términos expresados en la introducción de este artículo.

Con todo, resulta imprescindible distinguir idea de negocio de oportunidad de negocio. Únicamente la segunda responde a una necesidad verdaderamente identificada en el mercado que precisa de una solución contrastada, mientras que la idea de negocio no está necesariamente vinculada con esta necesidad, por lo que poner en marcha una empresa basada simplemente en una idea supone un error que aleja las posibilidades de éxito (Schnarch Kirberg, 2014).

Esta reflexión nos acerca al siguiente factor determinante: la capacidad de planificación, pues, sin un modelo de negocio no planificado o planificado de manera deficiente, va a tener pocas posibilidades de prosperar (Alcaide, 2011; Schnarch Kirberg, 2014), pues lleva a dimensionar inadecuadamente la empresa y, como consecuencia, a una insuficiente capitalización (CB Insights, 2019; Lussier, 1995).

La destreza planificadora del emprendedor le va a llevar, fundamentalmente, a minimizar el número de errores que cometer, así como a reducir la gravedad de los mismos. Así, evitará seleccionar y poner en el mercado productos o servicios excesivamente nuevos o demasiado viejos (Lussier, 1995) o tener problemas de comercialización provocados por un diseño inapropiado de la estrategia comercial (Dupleix y D'Annunzio, 2018).

Para cerrar este grupo de factores, no podemos dejar de hacer referencia al ambiente familiar en el que se ha desarrollado el individuo, pues la literatura académica lo cita en no pocas ocasiones como un aspecto de su experiencia vital que ejerce una gran influencia sobre el emprendimiento.

Las personas que han crecido en un entorno rodeados de modelos emprendedores se ven influidas de un modo positivo hacia el emprendimiento y desarrollan una mayor tendencia a la realización de una actividad empresarial (Farooq *et al.*, 2018; Moriano *et al.*, 2014; Morris, 1998).

Pero el ambiente familiar y el entorno social cercano del emprendedor no solo influye en la intención emprendedora, sino que tiene una conexión directa con el resultado del proyecto y sus posibilidades de tener éxito (Cardozo Crowe, 2010), no en vano Lussier (1995) lo incluyó en su modelo predictivo como uno de los factores que anticipan el éxito.

Contar con el apoyo familiar, no solo desde el punto de vista moral, sino económico, supone situarse en la línea de salida en una posición de ventaja a la hora de afrontar el reto de emprender (Messina y Hochsztain, 2015), y teniendo en cuenta que, en la mayoría de los casos, el entorno familiar ha posibilitado al emprendedor español, de un modo directo o indirecto, financiar su proyecto empresarial (Centro de Iniciativas Emprendedoras, CIADE, 2018; Observatorio del Emprendimiento de España, 2020), se puede afirmar que el ambiente familiar y social cercano en el que crece y se encuentra el emprendedor resulta determinante a la hora de generar vocaciones emprendedoras con posibilidades de éxito.

4.3. Factores extrínsecos relacionados con el entorno

Poner en marcha y liderar un proyecto empresarial precisa de unas habilidades y destrezas sobre gestión, así como de conocimientos específicos acerca del sector y la actividad concreta que se desarrolla (Partida Puente *et al.*, 2012).

En este sentido, ni todos los emprendedores están suficientemente capacitados, ni disponen de profundos conocimientos de todas las materias que intervienen en el proceso. Por este motivo, la orientación profesional juega un papel esencial en las fases iniciales del emprendimiento, desde la definición de los propios motivos que conducen a emprender (Palomares Montero *et al.*, 2019), hasta la detección de los factores clave del negocio y la implantación de procesos y controles que eviten o minoren errores que pudieran resultar fatales (Partida Puente *et al.*, 2012).

El apoyo del tutor alcanza más allá de aportar o complementar conocimientos, se extiende también al apoyo socioemocional y al desarrollo de la madurez empresarial (Nabi *et al.*, 2019). La figura del *bussines angel* se ha extendido durante la última década en el universo emprendedor, convirtiéndose en una figura destacada, pues además de aportar capital a proyectos incipientes, apoya a los emprendedores con su experiencia y contactos, ayudando al desarrollo de las empresas en las que invierte y solucionando, al menos en parte, el déficit de conocimiento que padecen los equipos promotores de muchos de estos proyectos (Hoyos Iruarrizaga y Saiz Santos, 2014).

Se puede concluir, entonces, que las empresas que cuentan con asesores profesionales tienen más posibilidades éxito que las que no lo hacen (Lussier, 1995), y, si el emprendedor no está suficientemente capacitado, será imprescindible contratar estos servicios (Partida Puente *et al.*, 2012). No obstante, hay autores que echan de menos estudios e investigaciones que avancen en la necesidad de realizar una tutorización integral más allá de la que venían realizando, centrada en el proyecto empresarial y su viabilidad económica (Palomares Montero *et al.*, 2019).

El acceso a la financiación constituye también uno de los factores clave que va a resultar determinante en el resultado del emprendimiento (Messina y Hochsztain, 2015). Este aspecto lo podemos mirar desde dos puntos de vista: el primero son las posibilidades que ofrece el entorno para poder acceder a fuentes de financiación adecuadas, sin las cuales resulta muy complicado que los proyectos empresariales lleguen a consolidarse (Chowdhury *et al.*, 2015), y el segundo es la capacidad del emprendedor para dimensionar desde un inicio la estructura financiera del negocio, pues las empresas que empiezan con un capital adecuado tienen más posibilidades de sobrevivir que las que comienzan poco a poco a capitalizarse (Lussier, 1995).

Si bien es importante mirar el acceso a la financiación como factor de éxito, más importante aún es prestarle atención como causa de fracaso, pues no son pocos los autores que lo mencionan como causa presente en buena parte de los abandonos empresariales (Alcaide, 2011; Headd, 2003; Partida Puente *et al.*, 2012), entre otros.

La actividad emprendedora se ve afectada por una serie de factores que la pueden fortalecer o retraer según las condiciones reinantes en el ecosistema en el que se desarrolla (Observatorio del Emprendimiento de España, 2020). El entorno del emprendedor está conformado por un conjunto de personas y organizaciones de muy diversa índole donde las Administraciones públicas ocupan un lugar preeminente.

Las políticas de emprendimiento tienen por objetivo crear un ambiente favorable para la promoción de nuevas iniciativas empresariales (Toca Torres, 2010), pues no cabe duda de que el apoyo al emprendimiento desde las instituciones públicas tiene un efecto decisivo para impulsar, convertir en realidad y consolidar ideas de negocio.

Las diferencias de los proyectos empresariales nacidos en los países desarrollados y en los países en vías de desarrollo por causa directa del apoyo prestado a través de los programas gubernamentales dirigidos a la promoción del emprendimiento se hacen palpables (Chowdhury *et al.*, 2019). Estos autores citados, tras llevar a cabo un estudio en 70 países durante 10 años, llegaron a la conclusión de que cuando las ayudas se materializan en disponibilidad de deuda y capital riesgo, una adecuada regulación y difusión del conocimiento afectan directamente, no solo a la cantidad de iniciativas empresariales puestas en marcha, sino a la calidad de las mismas.

En línea con esta corriente de pensamiento, Fuentelsaz y González (2015) sostienen que las ayudas públicas consistentes en garantizar la seguridad jurídica, reducir las barreras de entrada, fomentar la competencia y erradicar la corrupción elevaran las posibilidades de éxito de las iniciativas empresariales. Del mismo modo, la dotación de herramientas empresariales por parte de las instituciones públicas, como una mayor disponibilidad de crédito y el acceso a nuevas tecnologías, constituyen instrumentos muy efectivos para desarrollar el potencial emprendedor, especialmente entre los grupos poblacionales con menos posibilidades (Merino y Vargas Chanes, 2011).

Sin embargo, no todos los autores se suman a esta línea de pensamiento; todo un clásico, Morris (1998), expone argumentos en contra de la interferencia de los poderes públicos en la actividad empresarial, fundamentándose en la afirmación de que los gobiernos suponen un lastre a dicha iniciativa, pues, en esencia, son fundamentalmente antiempresariales. Otros autores, por su parte, condicionan los efectos positivos de las ayudas públicas a la actividad empresarial, a que el emprendimiento responda al aprovechamiento de verdaderas oportunidades de negocio, rechazando la existencia de tales efectos positivos a largo plazo cuando se trata de emprendimiento basado en la necesidad (Aparicio *et al.*, 2016).

Estos y otros problemas, como la cantidad y complejidad de los trámites burocráticos que obstaculizan la puesta en marcha de los proyectos, el elevado número de impuestos existente y la dificultad para acceder a fuentes de financiación, abren un debate sobre la eficacia de las políticas públicas para el estímulo del espíritu emprendedor (Observatorio del Emprendimiento de España, 2020).

5. La educación como factor determinante

Hasta ahora hemos visto factores psicológicos de la persona que son determinantes en el resultado de los proyectos de emprendimiento. También hemos podido observar que determinadas destrezas y habilidades del individuo influyen positivamente en el éxito de las iniciativas empresariales. Asimismo, experiencias, motivaciones y circunstancias ambientales donde se desenvuelve el emprendedor y el lugar en el que se desarrolla su proyecto también afectan al desenlace de su aventura emprendedora.

Sin embargo, el factor que probablemente sea el más determinante en el éxito del emprendimiento y, sobre todo, que evite el fracaso prematuro, sea la educación del emprendedor, pues este factor es, en buena parte, el responsable de infundir en la persona la mayor parte de los factores que hemos analizado.

La educación de las personas y la formación del emprendedor responde a un proceso individual y continuo que se extiende a lo largo de toda su vida (Alcaide, 2011), y no solo capacitan al individuo en materias específicas relacionadas con la gestión empresarial, sino que impregnan a la persona de autoconfianza y reducen su miedo al fracaso entre otros valores (Hebles *et al.*, 2019).

Visto desde el lado opuesto, la falta de capacitación se constituye como una de las principales causas del fracaso empresarial (Partida Puente *et al.*, 2012), pudiendo llegar a afirmarse que las personas sin educación superior tienen más posibilidades de fracasar que las personas con formación universitaria (Lussier, 1995), y, concretamente, la formación financiera se constituye como un factor favorecedor del éxito (Prats Salmurri, 2017), aunque no lo garantiza.

Sin embargo, cualquier estrategia educativa que pretenda implantarse debe comenzar por definir la educación en emprendimiento. En este sentido, Grivokostopoulou *et al.* (2019) lo hacen como «el proceso de equipar a los estudiantes con una capacidad mejorada para generar ideas y habilidades para hacerlas realidad». Lo que se pretende entonces será dotar a los estudiantes de las cualidades necesarias para crear e iniciar una nueva empresa. Por su parte, Hernández Belaval (2020) define la educación en emprendimiento como «la acción de enseñar destrezas y conocimientos que influyen las características personales del estudiante y su intención emprendedora».

Observamos en sus definiciones que la educación en emprendimiento se trata de un proceso de transformación de la persona que no solo la capacita para llevar a cabo una función determinada, sino que la orienta a la acción más allá del ámbito puramente empresarial, logrando desarrollar destrezas que le permitan enfrentarse a las circunstancias que surgen en la vida (Gómez Núñez *et al.*, 2017) y que, a su vez, le dispongan a emprender.

La educación temprana supone un elemento esencial en el fomento y desarrollo del emprendimiento, pues es capaz de lograr una transformación no solo del individuo, sino tam-

bién de la cultura. En el análisis bibliométrico llevado a cabo por Palomares Montero *et al.* (2019) observaron que son muy pocas las revistas del área educativa las que han publicado artículos científicos sobre la materia, mientras que sí lo han hecho las revistas propias del área de la gestión y la economía.

Implantar una educación en emprendimiento desde la escuela se fundamenta en que las cualidades emprendedoras no se encuentran igualmente desarrolladas en todos los individuos, estas deben ser enseñadas (Toca Torres, 2010). Además, determinadas habilidades o destrezas pueden ser adquiridas en un plazo de tiempo relativamente breve, sin embargo, otras características requieren un aprendizaje a lo largo de mucho tiempo (García del Junco *et al.*, 2007).

Las propias autoridades de la Unión Europea señalan la necesidad de desarrollar materias transversales en el currículo educativo con el fin de generar competencias que no solo ayudan a desarrollar una actitud empresarial, sino también a mejorar la empleabilidad de los jóvenes (Comisión Europea, 2012b), pues es necesario recordar que los valores emprendedores pueden desarrollarse desde temprana edad (Sánchez García *et al.*, 2017), por lo que es recomendable que comiencen desde que el niño comienza a educarse.

La educación se convierte, por lo tanto, en un elemento clave para desarrollar en la juventud las actitudes y habilidades que precisa el emprendedor (Bernal Guerrero y Cárdenas Gutiérrez, 2017), hasta el punto de considerar que «todos los jóvenes deben vivir una experiencia de emprendimiento práctica como mínimo antes de abandonar la enseñanza obligatoria» (Comisión Europea, 2012b).

Núñez Ladeveze y Núñez Canal (2016) sugirieron que hay tres enfoques posibles que se complementan en la educación emprendedora: el economista, que enseña sobre la creación de empresas; el psicológico, que busca características personales y procesos cognitivos; y el educativo, destinado a adaptar la educación de valores y destrezas.

Sin embargo, resulta de suma importancia diseñar adecuadamente los métodos pedagógicos a aplicar, contrastándolos con resultados específicos y estableciendo nuevos indicadores de su impacto y transcendencia (Nabi *et al.*, 2017), pues la educación emprendedora todavía se centra principalmente en medidas de resultados subjetivas y cortoplacistas.

Conviene resaltar que la figura del profesor es clave para lograr una cultura emprendedora en el sistema educativo (Bernal Guerrero y Cárdenas Gutiérrez, 2017), pues los educadores se constituyen como socios activos del aprendizaje y vehículo necesario para diseminar el espíritu emprendedor (Leite *et al.*, 2015), de ahí la importancia que supone para el maestro contar con una adecuada competencia en materia de emprendimiento (Arruti Gómez, 2016).

Se requiere, por lo tanto, seguir incentivando desde el sector educativo un cambio de actitud en cuanto al emprendimiento para lograr incrementar los emprendedores con posibilidades de éxito (Park y Masi, 2015), y conseguir un emprendimiento de calidad.

6. Conclusiones

En el desarrollo económico y social de los países, el emprendimiento ha cobrado un papel protagonista durante las últimas décadas, pues supone una fuente de crecimiento e innovación allá donde se establece. Este fenómeno no supone un proceso aislado, sino que se trata de un proceso que requiere de un gran esfuerzo, asumiendo, a su vez, un riesgo para quien se aventura a iniciarlo.

Culminar este proceso con éxito, lograr consolidar la empresa y hacerla crecer conlleva una importante contribución al entorno donde se desenvuelve, de ahí que los distintos gobiernos hayan desarrollado políticas dirigidas a impulsar el emprendimiento.

Sin embargo, este esfuerzo no ha traído los resultados esperados y los estudios e informes elaborados por distintas instituciones, tanto públicas como privadas, ponen de manifiesto que la situación no ha mejorado, señalando que la tasa de emprendimiento continúa en niveles inferiores a la deseada, el interés de la población por poner en marcha un negocio sigue en cotas bajas, los negocios creados no logran crecer y, lo más preocupante, los conocimientos y la capacitación de la población en general y de los estudiantes en particular en las materias relacionadas con el proceso emprendedor son escasos, lo que supone una barrera de entrada para nuevos emprendedores. En definitiva, pese a los esfuerzos gubernamentales, nos encontramos con personas poco preparadas, que no se interesan por el emprendimiento, lo que contrasta con el hecho de que nos encontremos en uno de los países con mejores ecosistemas para emprender (Observatorio del Emprendimiento de España, 2020).

El problema planteado tiene una complejidad adicional, pues no se trata tanto de lograr un mayor número de emprendedores, sino de emprendedores exitosos (Sieger *et al.*, 2019), ya que solo estos últimos son los que pueden traer el ansiado desarrollo económico y social del país o región.

El concepto de éxito emprendedor puede venir determinado por indicadores objetivos extraídos de la empresa iniciada: volumen de negocio, beneficio, rentabilidad, número de trabajadores y crecimiento de la plantilla. Sin embargo, para medir el éxito no podemos dejar de lado la perspectiva del emprendedor (Sánchez García, 2014), debemos atender a las motivaciones que le llevaron a poner en marcha su proyecto y, por lo tanto, a la consecución de sus propias metas.

Para lograr este éxito y eludir el fracaso que supondría tener que abandonar el negocio por causas no deseadas, el emprendedor cuenta con distintas herramientas que, utilizadas hábilmente, incrementarán las posibilidades de alcanzar las metas propuestas. En la revisión bibliográfica realizada se identifican los factores más repetidos y destacados en la literatura académica. Estos factores podemos dividirlos en tres grupos:

- Factores intrínsecos de la persona, donde los aspectos psicológicos ocupan un lugar preeminente, como resiliencia, autoconfianza, superación del miedo al fracaso o capacidad de liderazgo. Posteriormente, encontramos destrezas esenciales, como la creatividad orientada a la innovación, habilidades comerciales o capacidad de gestión empresarial.
- Factores relacionados con la experiencia emprendedora, entre los que destacan el haber dirigido previamente proyectos, bien por cuenta propia, bien por cuenta ajena, la capacidad para detectar oportunidades de negocio, tener un motivo sólido para emprender lejos de hacerlo por necesidad, al no encontrar otras alternativas profesionales, disponer de capacidad para planificar o, finalmente, haber crecido en un ambiente familiar y contar con referentes emprendedores.
- Factores extrínsecos relacionados con el entorno en el que se desenvuelve el proyecto, tales como contar con el apoyo de un tutor que haya pasado previamente por el proceso emprendedor o poder disponer de asesores profesionales, tener acceso a una financiación adecuada a la dimensión del negocio o poder contar con ayudas y subvenciones por parte de las Administraciones públicas.

Sin embargo, no puede faltar en el análisis bibliográfico realizado un factor mencionado por la práctica totalidad de los autores revisados; se trata de la formación del emprendedor, pues más allá de constituir un elemento que contribuye al éxito, la falta de capacitación se constituye como una de las principales causas de fracaso empresarial (Partida Puente *et al.*, 2012).

Por lo tanto, si se pretende tomar como objetivo incrementar el número de emprendedores en nuestro país capaces de generar un emprendimiento de calidad, deberá diseñarse una estrategia orientada a desarrollar en las personas y facilitar en el entorno los factores que influyen en el éxito y les alejan del fracaso empresarial.

Para todo ello, implantar en el sistema educativo desde temprana edad el desarrollo de las capacidades y valores emprendedores supone un elemento esencial, pues la educación en emprendimiento se trata de un proceso transformador de la persona y de la cultura del entorno que requiere de un largo periodo de tiempo (García del Junco *et al.*, 2007).

Habiendo logrado los objetivos planteados en este trabajo, se propone continuar la línea de investigación hacia el diseño de los métodos pedagógicos más adecuados (Nabi *et al.*, 2017), incluyendo sistemas de control, con el fin de conocer de forma sistemática el grado de consecución de las metas planteadas.

Para finalizar, no podemos dejar de hacer referencia a la figura del profesor, pieza clave del sistema educativo (Bernal Guerrero y Cárdenas Gutiérrez, 2017), pues solo con un profesorado formado y comprometido con el emprendimiento se logrará plantar la semilla de espíritu emprendedor sobre el que asiente la cultura emprendedora tan deseada.

Referencias bibliográficas

- Albacete Sáez, C. A., Ruiz Arroyo, M., Bojica, A. M. y Fuentes, M. M. (2009). ¿Cómo identifican las oportunidades de negocio los emprendedores? Una aproximación descriptiva al caso andaluz. *Gestión Joven*, 3 http://econpapers.repec.org/article/gesarticl/2008-10_3a11-23.htm
- Alcaide, J. C. (2011). *Marketing (y alguna otra cosa) para emprendedores*. [Resumen de conferencia MDS de 3 de marzo de 2011]. https://es.slideshare.net/marketingdeservicios/marketing-para-emprender?from_action=save
- Alcaraz Rodríguez, R. E. (2004). Efectividad del curso de emprendedores, en el desarrollo del perfil emprendedor del alumno. *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/263925779_Efectividad_del_Curso_de_Emprendedores_en_el_desarrollo_del_perfil_emprendedor_del_alumno
- Aleman, L., Álvarez, C., Planellas, M. y Urbano, D. (2011). *Libro blanco de la iniciativa emprendedora en España*. Fundación Príncipe de Girona - ESADE.
- Aparicio, S., Urbano, D. y Audretsch, D. (2016). Institutional factors, opportunity entrepreneurship and economic growth: Panel data evidence. *Technological Forecasting and Social Change*, 102, 45-61. <http://dx.doi.org/10.1016/j.techfore.2015.04.006>
- Arruti Gómez, M. A. (2016). El desarrollo del perfil del «teacherpreneur» o profesor-emprendedor en el currículum del grado de Educación Primaria: ¿un concepto de moda o una realidad? *Contextos Educativos: Revista de Educación*, 19, 177-194. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/oiart?codigo=5329057>
- ADICAE (Asociación de Usuario de Bancos, Cajas y Seguros). (2013). *Nivel de educación financiera de la población española 2013*. Instituto Nacional de Consumo.
- Azanza, G., Moriano, J. A., Molero, F. y Lévy Mangin, J. (2015). The effects of authentic leadership on turnover intention. *Leadership and Organization Development Journal*, 36(8), 955-971. <http://dx.doi.org/10.1108/LODJ-03-2014-0056>
- Bernal Guerrero, A. y Cárdenas Gutiérrez, A. R. (2017). Evaluación del potencial emprendedor en escolares. Una investigación longitudinal 1. *Educación XX1*, 20, 73-94. <http://dx.doi.org/10.5944/educXX1.14162>
- Bonifaz Villar, C. J. (2019). *Liderazgo empresarial*. Red Tercer Milenio.
- Bover Hidiroglu, O., Hospido Quintana, L. y Villanueva López, E. (2018). *Encuesta de competencias financieras 2016*. Banco de España. <https://repositorio.bde.es/bits-tream/123456789/9101/1/ECF2016.pdf>
- Cardozo Crowe, A. P. (2010). *La motivación para emprender. Evolución del modelo de rol en emprendedores argentinos*. [Tesis doctoral]. Universidad Nacional de Educación a Distancia. <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=tesisuned:CiencEcoEmp-ApcardozoydsID=Documento.pdf>
- CB Insights. (2019). The top 20 reasons startups fail. <https://www.cbinsights.com/research/startup-failure-reasons-top/>
- Centro de Iniciativas Emprendedoras, CIADE. (2018). *Actividad emprendedora en la Comunidad de Madrid. Global Entrepreneurship Monitor 2018*. Deusto Business School. <https://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2019/07/Informe-GEM-Comunidad-Madrid-2018.pdf>
- Chowdhury, F., Audretsch, D. B. y Belitski, M. (2015). Does corruption matter for international entrepreneurship? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 959-980. <http://dx.doi.org/10.1007/s11365-015-0372-5>

- Comisión Europea. (2003). *Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre el tema «Libro verde - El espíritu empresarial en Europa»*. (No. 2004/C 10/14). Comité Económico y Social Europeo. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52003AE1173&qid=1616604768610&from=ES>
- Comisión Europea. (2004). *Plan de acción: El programa europeo en favor del espíritu empresarial*. (No. COM/2004/0070 final). Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52004DC0070&qid=1616604768610>
- Comisión Europea. (2012a). *Flash Eurobarometer 354 (Entrepreneurship in the EU and beyond)*. (No. jun-ago 2012). Dirección General de Empresa e Industria. https://data.europa.eu/data/datasets/s1024_354?locale=en
- Comisión Europea. (2012b). *Un nuevo concepto de educación: Invertir en las competencias para lograr mejores resultados socioeconómicos*. (No. COM(2012) 669 final). Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:52012DC0669>
- Comisión Europea. (2016). *Una nueva agenda de capacidades para Europa. Trabajar juntos para reforzar el capital humano, la empleabilidad y la competitividad*. (No. COM(2016) 381 final). Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A52016DC0381>
- Devece, C., Peris-Ortiz, M. y Rueda-Armengot, C. (2016). Entrepreneurship during economic crisis: Success factors and paths to failure. *Journal of Business Research*, 69, 5366. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/entrepreneurship-during-economic-crisis-success/docview/1822371468/se-2?accountid=139267>
- Dupleix, M. D. y D'Annunzio, C. (2018). El éxito del fracaso: Casos de discontinuidad de iniciativas empresariales jóvenes en el sector de software y servicios informáticos. *Estudios Gerenciales*, 34, 262-278. <http://dx.doi.org/10.18046/j.estger.2018.148.2646>
- Edú Valsania, S., Moriano, J. A. y Molero, F. (2016). Authentic leadership and intrapreneurial behavior: Cross-level analysis of the mediator effect of organizational identification and empowerment. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(1), 131-152. <http://dx.doi.org/10.1007/s11365-014-0333-4>
- Farooq, M. S., Salam, M., ur Rehman, S., Fayolle, A., Jaafar, N. y Ayupp, K. (2018). Impact of support from social network on entrepreneurial intention of fresh business graduates: A structural equation modelling approach. *Education y Training*, 60(4), 335-353. <http://dx.doi.org/10.1108/ET-06-2017-0092>
- Fuentelsaz, L. y González, C. (2015). El fracaso emprendedor a través de las instituciones y la calidad del emprendimiento. *Universia Business Review*, 47, 64-81. <https://www.proquest.com/docview/1718276981?accountid=139267>
- García del Junco, J., Álvarez Martínez, P. y Reyna Zaballa, R. (2007). Características del emprendedor de éxito en la creación de PYMES españolas. 25. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/caracteristicas-del-emprendedor-de-exito-en-la/docview/1961822170/se-2?accountid=139267>

- García Ramos, C., Martínez Campillo, A. y Fernández Gago, R. (2010). Características del emprendedor influyentes en el proceso de creación empresarial y en el éxito esperado. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 19. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/características-del-emprendedor-influyentes-en-el/docview/859874543/se-2?accountid=139267>
- Gómez Núñez, L., Llanos Martínez, M., Hernández Rico, T., Mejía Rodríguez, D., Heilbron López, J., Martín Gallego, J., ... Senior Roca, D. (2017). Competencias emprendedoras en básica primaria: Hacia una educación para el emprendimiento. *Pensamiento y Gestión*, 43, 150-188. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762017000200150
- Gómez-Araujo, E., Lafuente, E., Vaillant, Y. y Gómez Núñez, L. M. (2015). El impacto diferenciado de la autoconfianza, los modelos de referencia y el miedo al fracaso sobre los jóvenes emprendedores. *Innovar*, 25(57), 157-174. <https://www.jstor.org/stable/43786394>
- Grivokostopoulou, F., Kovas, K. y Perikos, I. (2019). Examining the impact of a gamified entrepreneurship education framework in higher education. *Sustainability*, 11(20). <http://dx.doi.org/10.3390/su11205623>
- Guerrero, M., Urbano, D., Ramos, A. R., Ruiz-Navarro, J., Neira, I. y Fernández-Laviada, A. (2016). *Perfil emprendedor del estudiante universitario. Observatorio de Emprendimiento Universitario en España* (2015-2016 ed.). Crue Universidades Españolas-RedEmprendia-CISE. <https://www.cise.es/tercio-los-universitarios-espanoles-se-propone-emprender-los-proximos-tres-anos/>
- Haber, S. y Reichel, A. (2005). Identifying performance measures of small ventures-the case of the tourism industry. *Journal of Small Business Management*, 43(3), 257-286. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/identifying-performance-measures-small-ventures/docview/221009947/se-2?accountid=139267>
- Headd, B. (2003). Redefining business success: Distinguishing between closure and failure. *Small Business Economics*, 21(1), 51-61. <https://www.proquest.com/docview/220946575?accountid=139267>
- Hebles, M., Llanos-Contreras, O. y Yániz-Álvarez-de-Eulate, C. (2019). Evolución percibida de la competencia para emprender a partir de la implementación de un programa de formación de competencias en emprendimiento e innovación. *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 30(1), 9-26. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/evolucion-percibida-de-la-competencia-para/docview/2225754174/se-2>
- Hernández Belaval, A. (2020). *Gestión emprendedora de líderes educativos en educación superior, e influencia de su trasfondo en la gestión*. Universidad de Puerto Rico. <https://www.proquest.com/docview/2414776549?accountid=139267>
- Herrera, Á. M. (2016). El fracaso y el sufrimiento necesarios para el éxito. *Reflexiones de un emprendedor para que tu proyecto funcione*. Bubok Publishing. <https://elibro.net/es/ereader/udima/51342>
- Hiemstra, A. M., Van der Kooy, K. G. y Frese, M. (2006). Entrepreneurship in the street food sector of Vietnam - Assessment of psychological success and failure factors. *Journal of Small Business Management*, 44(3), 474-481. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2006.00183.x>
- Hoyos Iruarrizaga, J. y Saiz Santos, M. (2014). *Los business angels en España: presencia, perfil y principales características*. ESIC. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/udima-ebooks/detail.action?docID=5885760>

- Instituto Nacional de Evaluación Educativa. (2014). *PISA 2012 competencia financiera. informe español*. Subdirección General de Documentación y Publicaciones. <https://www.educacionyfp.gob.es/inee/evaluaciones-internacionales/pisa/pisa-2012.html>
- Instituto Nacional de Evaluación Educativa. (2017). *PISA 2015. Programa para la evaluación internacional de los alumnos. Competencia financiera informe español*. Secretaría de Estado de Educación Dirección General de Evaluación y Cooperación Territorial. <https://www.educacionyfp.gob.es/dctm/inee/pisa2015-competencia-financiera-inf-espanol.pdf?documentId=0901e72b825a92bd>
- Instituto Nacional de Evaluación Educativa. (2020). *PISA 2018 competencia financiera informe español*. Secretaría de Estado de Educación Dirección General de Evaluación y Cooperación Territorial. <https://sede.educacion.gob.es/publiventa/pisa-2018-competencia-financiera-informe-espanol/organizacion-y-gestion-educativa/23973>
- Ispuerto Maté, A., Martínez García, I. y Ruiz Suárez, G. (2021). *Educación financiera y decisiones de ahorro e inversión: Un análisis de la encuesta de competencias financieras (ECF)*. (No. 75). Comisión Nacional del Mercado de Valores. https://www.cnmv.es/Doc-Portal/Publicaciones/MONOGRAFIAS/Encuesta_de_comp_financ_ES.pdf
- Leite, E., Correia, E. B. y Sánchez-Fernández, M. D. (2015). El espíritu emprendedor: Condicionantes para la innovación. *Holos*, 31(5), 278-291. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/el-espiritu-emprendedor-condicionantes-para-la/docview/1725004764/se-2>
- Lussier, R. N. (1995). A nonfinancial business success versus failure prediction model. *Journal of Small Business Management*, 33(1). <https://www.proquest.com/scholarly-journals/nonfinancial-business-success-versus-failure/docview/221008471/se-2?accountid=139267>
- Manzano García, G. y Ayala Calvo, J. C. (2007). ¿Puede la psicología positiva ayudar a comprender el comportamiento del emprendedor? *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2233337>
- Martínez, J. M. D. (2015). El Informe PISA y la educación financiera: la primera hornada. *Extoikos*, 17, 43-45. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5555395>
- Merino, M. y Vargas Chanes, D. (2011). Evaluación comparativa del potencial emprendedor de Latinoamérica: una perspectiva multinivel. *Revista Latinoamericana de Administración*, 46, 38-54. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=71617238004>
- Messina, M. y Hochsztain, E. (2015). Factores de éxito de un emprendimiento: Un estudio exploratorio con base en técnicas de data mining. *Tec Empresarial*, 9(1), 30-40. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5053601>
- Moriano, J. A., Molero, F., Topa, G. y Lévy Mangin, J. (2014). The influence of transformational leadership and organizational identification on intrapreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(1), 103-119. <http://dx.doi.org/10.1007/s11365-011-0196-x>
- Morris, M. H. (1998). *Entrepreneurial intensity: Sustainable advantages for individuals, organizations, and societies*. Quórum Books.
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N. y Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning and Education*, 16(1), 1-15.

- ning y Education, 16(2). <https://www.proquest.com/scholarly-journals/impact-entrepreneurship-education-higher/docview/1973971771/se-2>
- Nabi, G., Walmsley, A. y Akhtar, I. (2019). Mentoring functions and entrepreneur development in the early years of university. *Studies in Higher Education*, 46(6), 1-16. <https://doi.org/10.1080/03075079.2019.1665009>
- Núñez Ladeveze, L. y Núñez Canal, M. (2016). Noción de emprendimiento para una formación escolar en competencia emprendedora. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, 1069-1089. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5692947>
- Observatorio del Emprendimiento de España. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor, informe GEM España 2019-2020*. Universidad de Cantabria. <https://www.gem-spain.com/informes-nacionales/>
- Observatorio del Emprendimiento de España. (2021). *Global Entrepreneurship Monitor, informe GEM España 2019-2020*. Universidad de Cantabria. <https://www.gem-spain.com/informes-nacionales/>
- Pablos Heredero, C. d. y Blanco Jiménez, F. J. (2013). *Los cien errores del emprendimiento*. ESIC. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/udima-ebooks/detail.action?docID=5885843>
- Palomares Montero, D., Chisvert Tarazona, M. J. y Suárez Ortega, M. (2019). Formación y orientación para el emprendimiento. Lo que dicen la bibliometría y los emprendedores noveles. *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, 30(1), 131-149. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/formación-y-orientación-para-el-emprendimiento-lo/docview/2225754886/se-2>
- Park, S. I. S. y Masi, S. D. (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores iberoamericanos. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, 11(2), 291-314. <http://revistacientifica.uaa.edu.py/index.php/riics/article/view/271>
- Parra Alvis, M., Rubio Guerrero, G. y López Posada, L. M. (2017). Factores distintivos de emprendimiento que propiciaron el éxito. *Pensamiento y Gestión*, 43. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/factores-distintivos-de-emprendimiento-que/docview/1984566530/se-2?accountid=139267>
- Partida Puente, A., Carrera Sánchez, M. M. y Villarreal, L. A. (2012). Análisis de las motivaciones, factores de éxito y obstáculos al espíritu empresarial. *Innovaciones de Negocios*, 18(9), 207-231. <https://doaj.org/article/97c340d772fc484d9e019c52dc3125a0>
- Prats Salmurri, F. (2017). *Nivel de formación financiera de los directivos de las pymes catalanas y su éxito empresarial en el decenio (2006-2015)*. [Tesis doctoral]. Universitat Abat Oliba. https://www.openaire.eu/search/publication?articleId=od_____296::0721dcf942da9ab1a5af97d4e36090b5
- Reijonen, H. y Komppula, R. (2007). Perception of success and its effect on small firm performance. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14(4), 689-701. <http://dx.doi.org/10.1108/14626000710832776>
- Reuber, A. R. y Fischer, E. (1999). Understanding the consequences of founders' experience. *Journal of Small Business Management*, 37(2), 30-45. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/understanding-consequences-founders-experience/docview/220990652/se-2?accountid=139267>
- Rivera Rodríguez, H. A. (2012). Perdurabilidad empresarial: concepto, estudios, hallazgos. *Cuadernos de Administración*, 28(47), 103-113. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5006534>

- Saboia Leitão, F. A. y Martín Cruz, N. (2013). Los rasgos psicológicos del emprendedor y la continuidad del proyecto empresarial: Un estudio empírico de los emprendedores brasileños. *REAd-Revista Eletrônica de Administração*, 12(2). <https://www.seer.ufrgs.br/read/article/view/40569>
- Sallenave, J. P. (1995). *Gerencia integral*. Editorial.
- Sánchez García, J. C. (2014). Habilidades cognitivas y éxito empresarial. *Universitas Psychologica*, 13(1). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.UPSY13-1.cses>
- Sánchez García, J. C., Ward, A., Hernández, B. y Florez, J. L. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte. *Propósitos y Representaciones*, 5(2), 401-437. <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2017.v5n2.190>
- Santamaría López, E. y Carbajo Padilla, D. (2019). Emergencias de la crisis: figuras antiheroicas del emprendimiento juvenil en España. *Política y Sociedad*, 56(1), 191-211. <http://dx.doi.org/10.5209/poso.60030>
- Schnarch Kirberg, A. (2014). Etapas del proceso emprendedor. *Emprendimiento exitoso: cómo mejorar su proceso y gestión*. Ecoe Ediciones.
- Shane, S. y Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226. <https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611>
- Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, T. y Braun, I. (2019). *Global student entrepreneurship 2018: Insights from 54 countries*. KMU-HSG/IMU. <https://www.guesssurvey.org/publications/publications/international-reports.html>
- Sieger, P., Raemy, L., Zellweger, T., Fueglistaller, U. y Hatak, I. (2021). *Global student entrepreneurship 2018: Insights from 58 countries*. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU. <https://www.guesssurvey.org/publications/publications/international-reports.html>
- Sinde Cantorna, A. I., Diéguez Castrillón, M. I. y Gueimonde Canto, A. (2010). Éxito empresarial y género en turismo rural. *Encontros Científicos - Tourism y Management Studies*, 6, 82-93. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3887980>
- Sorensen, J. y Chang, P. (2006). Determinants of successful entrepreneurship: A review of the recent literature. *SSRN 1244663*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1244663>
- Soriano, D. R., Mas-Tur, A. y Roig-Tierno, N. (2015). New ICTs in entrepreneurship: Which component of intellectual capital should we be promoting? *European Conference on Intangibles and Intellectual Capital*, 298-304. <https://www.proquest.com/conference-papers-proceedings/new-icts-entrepreneurship-which-component/docview/1781209972/se-2?accountid=139267>
- Spain Startup-South Summit. (2019). Mapa del emprendimiento en España. [Resumen del congreso celebrado en Madrid del 2 al 4 de octubre de 2019]. <https://southsummit.co/es/publicaciones/>
- Toca Torres, C. (2010). Consideraciones para la formación en emprendimiento: explorando nuevos ámbitos y posibilidades. *Estudios Gerenciales*, 26(117), 41-60. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/consideraciones-para-la-formación-en/docview/848865392/se-2>
- Toledo Nickels, U. (2005). *Ejercicio de construcción de un ideal-tipo de la vida social. El caso del emprendedor*. Red Cinta de Moebio. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/udima-ebooks/detail.action?docID=3171459>
- Trías de Bes, F. (2007). *El libro negro del emprendedor*. Empresa Activa.

Uribe Macías, M. E. (2017). El emprendimiento: algunas reflexiones desde un enfoque de revisión. *Clio América*, 11(22). <http://dx.doi.org/10.21676/23897848.2443>

Walker, E. y Brown, A. (2004). What success factors are important to small business owners? *International Small Business Journal*, 22(6), 577-594. <http://dx.doi.org/10.1177/0266242604047411>

Joaquín Puerta Gómez. Abogado, asesor de empresas, ha acompañado a numerosos emprendedores a crear y hacer crecer sus proyectos empresariales. Con vocación docente, desde 1998 imparte clases en los programas máster de varias escuelas de negocios y escuelas universitarias. Su interés por el emprendimiento le ha llevado a iniciar un trabajo de investigación sobre los factores de éxito y fracaso de los emprendedores y su vinculación con la formación universitaria. <https://orcid.org/0000-0001-7202-5459>

Pedro Aceituno Aceituno. Profesor titular en Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad a Distancia de Madrid, UDIMA desde 2008. Autor de publicaciones en revistas y congresos internacionales. Ha dirigido varios proyectos y contratos de investigación. En la actualidad es investigador principal del proyecto InnovaCEF de movilidad científica española y director del Grado en Marketing de la UDIMA. En 2003 se doctoró en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Nacional de Educación a Distancia, UNED. <http://orcid.org/0000-0001-9034-8673>

María Concepción Burgos García. Profesora de Contabilidad Financiera y de Sociedades de la Universidad a Distancia de Madrid, UDIMA desde 2008. Autora de publicaciones en revistas y congresos internacionales. Anteriormente (1990-2013) fue profesora de Contabilidad y Finanzas en el CEF.- Centro de Estudios Financieros en la preparación de oposiciones al Cuerpo Superior de Inspectores de Finanzas del Estado y en diferentes másteres. En la actualidad es rectora de la UDIMA. En 2013 se doctoró en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Alcalá. <https://orcid.org/0000-0001-5420-2976>

Contribución de autores. *J. Puerta:* Ha contribuido a la concepción y el diseño del trabajo de investigación, el examen y filtrado de los resultados de la revisión bibliográfica, la aplicación de la metodología, la redacción y la aprobación de la versión final del artículo. *P. Aceituno:* Ha contribuido a la concepción y el diseño del trabajo de investigación, el análisis e interpretación de los resultados obtenidos de la revisión bibliográfica, la aplicación de la metodología, la supervisión y la aprobación de la versión final del artículo. *M. C. Burgos:* Ha contribuido al análisis e interpretación de los resultados obtenidos de la revisión bibliográfica, la aplicación de la metodología, la supervisión y la aprobación de la versión final del artículo.