

UNA VISIÓN DEL EMPRENDIMIENTO DESDE ARQUETIPOS SISTÉMICOS*

A VIEW OF THE ENTERPRISE FROM SYSTEMIC ARCHETYPES

Alejandro Valencia Arias**
Martha Luz Benjumea Arias***

Recibido: 20/08/2013
Aceptado: 21/10/2013

Resumen

La mayoría de los modelos para comprender el proceso emprendedor se basan en visiones lineales y secuenciales, que no consideran la complejidad inherente a los sistemas sociales. Por lo anterior, este artículo propone una visión sistémica que considera las no linealidades, el dinamismo de los procesos y los ciclos de retroalimentación, por medio de la estructuración de arquetipos que permitan una mejor comprensión del proceso emprendedor.

Para la elaboración de los arquetipos se realizó una revisión de literatura científica relacionada con el tema. Dicha revisión permitió identificar variables y causalidades asociadas al proceso de creación de empresa que permitieron estructurar arquetipos para cada una de las situaciones problemáticas identificadas.

Finalmente, se concluye que una visión sistémica ofrece herramientas conceptuales y metodológicas para explicar el proceso de creación de empresas, mejorando el conocimiento de los sistemas empresariales y la efectividad en la toma de decisiones.

Palabras clave: arquetipos sistémicos, complejidad, emprendimiento, modelamiento, procesos dinámicos.

Abstract

The majority of the models to understand the entrepreneurial process are based on linear and sequential visions which don't consider the inherent complexity of social systems. Therefore, this article proposes a systemic approach that considers the nonlinear, dynamic processes and feedback loops, through the structuring of archetypes that allow a better understanding of the entrepreneurial process. For the development of archetypes was performed a literature review, from which were identified variables and causalities associated with the entrepreneurship process, which allowed structured archetypes for each of the identified problem situations.

Finally, it is concluded that a systemic view provides conceptual and methodological tools to explain the business creation process, improving knowledge of business systems and effectiveness in decision-making.

Key Words: archetypes systemic, entrepreneurship, complexity, modeling, dynamic processes

Introducción

El reconocimiento de la influencia del espíritu empresarial en el fomento del crecimiento económico ha llevado a una amplia promoción del emprendimiento (Thurik, Carree, Van Stel, y Audretsch, 2008), por lo que el estudio de la creación de empresas ha cobrado importancia como estrategia para combatir el desempleo y se ha posicionado como fórmula para la adquisición de recursos y la independencia económica de los individuos (Shane, 2009). Lo anterior ha ubicado el emprendimiento

en la agenda investigativa de diversas universidades, especialmente en temáticas como la identificación de los determinantes del espíritu empresarial y las formas de intervención pública para favorecer la creación empresarial (Thurik et al., 2008).

Dado lo anterior, se afirma que el emprendimiento puede contribuir al crecimiento económico actuando como un mecanismo que permea la sociedad mediante

* El presente artículo es resultado de la investigación "Evaluación de intenciones emprendedoras en los estudiantes del Instituto Tecnológico Metropolitano (ITM) con base en el modelo de intención emprendedora sistémico (MIES)", avalada por el Instituto Tecnológico Metropolitano y desarrollada por el grupo de investigación Ciencias Administrativas de la misma institución.

** Magíster en Ingeniería de Sistemas. Docente del Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín e integrante del grupo de Investigación Ciencias Administrativas. Correo electrónico: jhoanyvalencia@itm.edu.co, Colombia.

*** Magíster en Ingeniería Administrativa. Docente del Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín e integrante del grupo de investigación Ciencias Administrativas. Correo electrónico: marthabenjumea@itm.edu.co, Colombia

Alejandro Valencia Arias y Martha Luz Benjumea Arias

el reconocimiento de oportunidades y su posterior comercialización, sirviendo así como conducto para la difusión y mercantilización de los conocimientos (Acs y Szerb, 2007).

Por otro lado, Townsend, Busenitz y Arthurs (2010) afirman que un acercamiento desde los modelos de decisión racional para facilitar la comprensión del proceso de creación de empresas debe basarse en cuatro dimensiones distintas. Estas dimensiones son: (i) alternativas (¿Qué acciones son posibles?), (ii) las expectativas (¿Cómo se vislumbran en el futuro?, ¿cuáles son las posibles consecuencias en el caso en que se elija una determinada alternativa?), (iii) preferencias (¿Cómo valorar cada una de las posibles decisiones dependiendo de las consecuencias asociadas con estas?) y (iv) la regla de decisión (¿Cuáles son los criterios para incluir o rechazar una alternativa?).

Sin embargo, el análisis del emprendimiento no toma en cuenta las anteriores dimensiones, sino que se centra en actividades específicas y contingencias lineales (Kickul, Gundry, Barbosa, y Whitanack, 2009). Esto representa un vacío para el análisis en el campo del emprendimiento, debido a que la problemática alrededor del estudio del proceso de creación de nuevas empresas se centra en la falta de resultados consistentes sobre los tipos y secuencias de actividades específicas que conducen al proceso de creación empresarial, lo cual puede deberse a que dichas características no deben ser analizadas desde perspectivas lineales, ya que implican un contexto caracterizado por fluctuaciones, no linealidad e inestabilidad (Schindehutte y Morris, 2009). Por lo tanto, se propone analizar el emprendimiento desde un enfoque alternativo basado en la ciencia de la complejidad que plantea que el proceso de surgimiento de una empresa va más ligado a actividades interdependientes no lineales, permitiendo así un examen de los mecanismos generadores del espíritu empresarial desde un enfoque sistémico.

Además, este artículo se enfoca en esta problemática debido a que, al igual que los procesos dinámicos son fundamentales para una rica comprensión de la iniciativa empresarial, los métodos de investigación que pueden capturar y analizar estas dinámicas se han convertido en una piedra angular para el avance de la investigación empresarial (Aldrich y Martinez, 2001). Por esta razón, los investigadores están siendo llamados a utilizar técnicas que pueden captar las sutilezas de los procesos dinámicos y sus eventos (Lichtenstein, Dooley, y Lumpkin, 2006).

106

En este sentido, la problemática se centra en la falta de resultados consistentes sobre

los tipos y secuencias de actividades específicas que conducen al proceso de creación empresarial. Esta falta de resultados puede originarse en el hecho de que dichas características y problemáticas no pueden ser analizadas desde perspectivas lineales, sino como fenómenos no lineales y complejos que presentan múltiples interdependencias entre sus variables. Por consiguiente, la contribución del artículo se basa en la aproximación al emprendimiento desde una perspectiva dinámica que permite una mejor comprensión de la complejidad del proceso emprendedor y se convierte en una herramienta que proyecta los arquetipos sistémicos como mecanismo de ilustración y aprendizaje alrededor del emprendimiento; mejorando así su comprensión y convirtiéndose a su vez en un elemento de formulación de estrategias y políticas adecuadas para fortalecer la eficiencia de los procesos de emprendimiento.

Pertinencia de la aplicación de arquetipos al emprendimiento

Debido al incremento de la complejidad, cada vez se hace más evidente la necesidad de especializar los conocimientos y enfoques. Así, grandes y complejos problemas se separan en partes más pequeñas para tratarlos e investigarlos. Esto hace que se estén dejando de lado los sistemas como un todo, sin tener en cuenta que una acción por pequeña que sea, puede afectar otros elementos de forma contraintuitiva. De esta manera, se trata de dar soluciones a problemas de forma tan específica que no se tiene en cuenta que esas “soluciones” pueden causar problemas aún mayores a corto o largo plazo (Adam, 2004).

Por otro lado, diferentes estudios han encontrado que las personas tienen enormes deficiencias en la resolución de problemas complejos (Adam, 2004). Deficiencias que no se relacionan con las capacidades individuales de cada uno, sino por la naturaleza propia del ser humano (Serman, 2000). A pesar de esto, existe una tendencia a ignorar o negar la complejidad de las situaciones, y a reducir sistemas complejos que tienen relaciones causa-efecto. Esto conduce a intentos lineales de soluciones para los problemas complejos. En dichas soluciones los efectos secundarios pasan desapercibidos y las posibles consecuencias no se comprueban antes de actuar (Adam, 2004). De esta manera, una secuencia de decisiones no acertadas produce comportamientos no deseados (Serman, 2000).

De acuerdo con lo anterior, existe una fuerte necesidad de aprender habilidades para el correcto tratamiento de los sistemas complejos y dinámicos. Es entonces el campo del pensamiento sistémico, por medio de los arquetipos,

el más apropiado para entender las relaciones causales de los sistemas con las características mencionadas, teniendo en cuenta no linealidades, retroalimentaciones, y una visión global de las situaciones particulares, ya que los arquetipos capturan la esencia de “pensar” en el pensamiento sistémico (Wolstenholme, 2004).

El origen de los arquetipos sistémicos ha sido objeto de estudio de la dinámica de sistemas desde sus primeros días y las estructuras genéricas a menudo se han utilizado para describir puntos de vista en cuanto a la estructura del sistema y sus comportamientos a través del tiempo. Las investigaciones más recientes en el campo de la Dinámica de Sistemas se han centrado en el perfeccionamiento de la clasificación de las estructuras genéricas. Los arquetipos sistémicos actualmente clasificados pueden ser vistos como una síntesis de modelado tanto cualitativa como cuantitativa que pueden ser utilizados para ayudar a generar la comprensión de los nuevos dominios de aplicación. Esta cualidad los hace un mecanismo isomorfo muy poderoso para acelerar el aprendizaje en un mundo cada vez más turbulento (Wolstenholme, 2003).

Dado lo anterior, se observa que los arquetipos son útiles para hacerse una idea de la “naturaleza” de un problema subyacente y de la estructura base o fundamento sobre la que un modelo puede seguir desarrollándose y construyéndose; contribuyendo a entender las organizaciones y su entorno, y a la comprensión de problemas con mayor eficacia (Braun, 2002). Además, pueden ayudar con la generación de hipótesis dinámicas, y son útiles en todo el proceso de modelado, permitiendo guiar el pensamiento de alto nivel; como una forma de comunicar ideas sistémicas (Wolstenholme, 2004).

Metodología

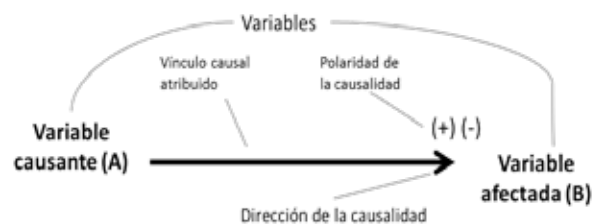
Para comprender los sistemas complejos y dinámicos se hace necesario contar con herramientas adecuadas de análisis; lo anterior, debido a que existen tantos modelos mentales para entender los sistemas, como individuos; lo que dificulta la toma de decisiones. Atendiendo a dicha necesidad, Schwaninger (2003) propone la utilización de los arquetipos sistémicos como herramientas conceptuales que permiten fundamentar la comprensión de las variables esenciales y sus interrelaciones, por lo que se adoptará este enfoque metodológico con el fin de analizar algunos de los principales comportamientos que surgen en los procesos de creación de empresas y plantear posibles soluciones a los problemas genéricos asociados a cada arquetipo.

Para el planteamiento de los resultados fueron utilizados los siguientes arquetipos: (i) soluciones que fallan, (ii)

desplazamiento de carga y (iii) escalada. A partir de estos se analizan los hallazgos investigativos planteados por diversos autores alrededor de las dinámicas de emprendimiento y se proponen marcos de solución para afrontar las situaciones problemáticas implicadas en cada arquetipo. Además, con el fin de contextualizar la estructura de cada arquetipo se plantea una breve explicación de los elementos que lo componen y se asocia en cada figura el comportamiento genérico, comparándolo con el respectivo comportamiento asociado a las dinámicas del emprendimiento.

Por último, se debe considerar que la representación gráfica de los arquetipos se realiza a partir de diagramas de ciclos causales o de influencia, llamados así porque cada conexión muestra una relación causal específica de tal forma que una flecha que va desde A hacia B indica que A causa un efecto sobre B. Además, se debe considerar la polaridad de la flecha. Dicha polaridad puede ser positiva o negativa. Cuando esta es positiva (+) refleja que un cambio en la variable A, produce un cambio en el mismo sentido en la variable B. Mientras que una polaridad negativa (-) refleja que un cambio en la variable A, produce un cambio en el sentido opuesto en la variable B (Sterman, 2000) (ver Figura 1). Por ejemplo, si A = nacimientos y B = población y existe una flecha de A hacia B con polaridad positiva (+) quiere decir que entre más nacimientos se originen, habrá más población; o por el contrario, si A = muertes y B = población y existe una flecha de A hacia B con polaridad negativa (-), significa que entre más muertes se registren, habrá menos población.

Figura 1. Estructura de los diagramas causales



Fuente: adaptación propia a partir de Sterman (2000)

Resultados y discusión

Arquetipo - Desplazamiento de la carga ¿Qué tipo de emprendimientos se deben promover?

Este arquetipo pone en evidencia dos elementos importantes que se presentan al afrontar un problema. El primero, es



Alejandro Valencia Arias y Martha Luz Benjumea Arias

lo atractivo que resulta solucionar los síntomas del problema, pues requiere menos conocimiento, es más fácil de formular, tiene menos inversión de recursos, y produce satisfacción inmediata; el segundo, trata de lo necesario que es dar una solución fundamental al problema, mediante acciones que necesitan comprensión profunda, tiempo para la formulación, inversión de recursos, paciencia, y la conciencia de que tal vez no pueda ofrecer resultados inmediatos (Braun, 2002).

La figura 2 muestra cómo se relacionan estos dos elementos, y las consecuencias que produce. Cuando aparece el síntoma de un problema, resulta más cómodo darle solución a este síntoma mediante alguna acción determinada (Wolstenholme, 2003). Pero esta acción produce algunos efectos no deseados dentro del mismo problema, alejándolo cada vez más de la solución a la que se desea llegar, como se verá a continuación en la situación planteada.

Como se ha mencionado, el emprendimiento es una tendencia que en los últimos años ha tenido gran influencia a nivel mundial (Brooks et al., 2007), debido a que es presentada como la herramienta mágica para alcanzar el desarrollo económico (Harbi & Anderson, 2010). De ahí que sea comúnmente aceptado por los formuladores de políticas públicas, a pesar de no contar con suficiente evidencia empírica, que la creación de empresas ayuda al crecimiento económico y al progreso tecnológico (Von Graevenitz, Harhoff, y Weber, 2010).

Sin embargo, vale la pena analizar que desde el ámbito de la economía se considera la eficiencia económica y el bienestar social como los objetivos finales de la intervención pública. Lo anterior plantea el dilema sobre si es deseable aumentar la tasa de empleo por cuenta propia o la tasa de puesta en marcha de empresas; en este sentido, la mayoría de los economistas rechazan la idea de que aumentar el autoempleo o la tasa de entrada es de por sí intrínsecamente deseable; sin embargo, las discusiones políticas son a menudo sesgadas a favor de las actividades que apoyan la iniciativa empresarial (Hölzl, 2010).

Se ha cuestionado el anterior enfoque ya que se plantea el interrogante sobre quién tiene más probabilidades de responder a los incentivos e iniciar negocios, hallando que las personas desempleadas son quienes tienen más probabilidades de iniciar un negocio que las personas que tienen puestos de trabajo, esto se debe a que ellos son quienes tienen menos que perder al convertirse en los empresarios,

representado en un menor costo de oportunidad; el problema es que las personas desempleadas tienen tasas de fracaso más altas cuando crean una empresa que las personas que renunciaron a sus puestos de trabajo para iniciar negocio (Shane, 2009).

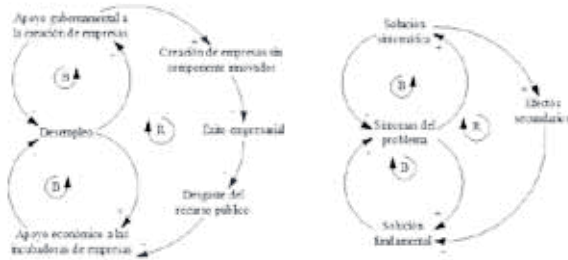
Sumado a esto, la política pública para la creación de empresas se confunde con un conjunto específico de instrumentos. Estos instrumentos son ejecutados por un grupo restringido de organismos, estrategia que no es adecuada, ya que se debe realizar un planteamiento político coherente que abarque diversas facetas que no solo incluyan la política económica (Audretsch, Grilo, & Thurik, 2007). Dicha política debe procurar detener el desvío de talento empresarial hacia actividades no productivas, haciendo así un mayor énfasis en incentivar la innovación productiva (Dutz, Ordovery, y Willig, 2000).

En este contexto, Lundström y Stevenson (2007, citados por Hölzl, 2010) plantean que el espíritu empresarial en Europa se ha convertido en un importante foco de la política pública, dados los esfuerzos para promover el crecimiento y generar empleo; sin embargo, en estos casos se fomenta paralelamente la creación de un entorno económico que permita la experimentación empresarial y el crecimiento de la empresa; como resultado, hoy en Europa la política empresarial se considera a menudo una base amplia y orientada horizontalmente, abarcando muchas áreas de políticas públicas, tales como la promoción de empresas tradicionales, la competencia tecnológica, la educación y la ciencia. En términos generales, el objetivo principal de esas políticas es aumentar el número de trabajadores por cuenta propia y nivelar el “campo de juego” de las empresas más pequeñas para superar las desventajas debido a su tamaño (por ejemplo, los costes administrativos para las microempresas).

En este sentido, el apoyo gubernamental plantea que aumentar el número de nuevas empresas mediante la reducción de las barreras reglamentarias a la creación o proporcionando subvenciones no debe ser el único apoyo gubernamental, sino que este proceso debe ir acompañado de medidas para aumentar la calidad de la iniciativa empresarial, ya que de no ser así tendrá efectos contrarios al aumentar el número de procesos de ensayo y error, generando una mayor perturbación en la creación de nuevas empresas y un desgaste de recursos públicos (Hölzl, 2010) y del emprendedor, lo que se ve reflejado en un menor desarrollo económico para el país (ver Figura 2)

Una visión del emprendimiento desde arquetipos sistémicos

Figura 2. ¿Qué tipo de emprendimientos se deben promover? (arquetipo del desplazamiento de la carga)



Fuente: Adaptación propia del arquetipo para el caso del emprendimiento a partir de Senge (2005).

La solución para este arquetipo radica, fundamentalmente, en un cambio que permita la solución de aspectos fundamentales, más allá de la solución de aspectos sintomáticos, como se explica específicamente en las siguientes evidencias planteadas desde la literatura académica: en primera instancia, el arquetipo nos muestra que la cuestión no es tener un gran número de empresas creadas, sino un número pequeño con alto potencial de crecimiento e innovación (Shane, 2009). Por ello, se debe buscar apoyar la creación de empresas de base tecnológica y el crecimiento de empresas ya consolidadas. Este crecimiento conduce a una experimentación empresarial con mayor valor agregado y un aumento del potencial empresarial que se reflejan en una mayor probabilidad de supervivencia y un mejor potencial de crecimiento (Hözl, 2010).

Apoyando esta estrategia, Kanninen y Keuschnigg (2004, Citados por Cumming, 2007) encontraron que en EE.UU. y Canadá, aproximadamente el 90 % de todas las inversiones de capital de riesgo se realizan en las inversiones en tecnología, evidenciándose que el enfoque en el desarrollo de sectores basados en innovación ha dado lugar a gran número de programas gubernamentales que los subvencionan.

Según las circunstancias descritas, se podría plantear que la creación de empresas tradicionales no es la manera de potenciar el crecimiento económico y crear puestos de trabajo. La respuesta está en dejar de subsidiar la formación de estas empresas y centrarse en el subconjunto de empresas con potencial de crecimiento; por lo tanto, no se puede pensar en la creación de empresas como un juego solo de estadísticas, se trata de fomentar la alta calidad e innovación en empresas con potencial de crecimiento (Shane, 2009).

Por otro lado, es válido mencionar que se ha demostrado que las políticas públicas rara vez influyen en la actividad

empresarial en un futuro próximo, esto puede deberse a una inercia cultural de transición y a los costes de cambio, lo que hace ineficaz a corto plazo un planteamiento de políticas públicas en el ámbito de las iniciativas empresariales (Henrekson y Stenkula, 2010).

Arquetipo - Escalada. ¿Cómo se complementan las grandes y pequeñas empresas?

Este arquetipo se basa en la creencia común de que en la competencia se debe aumentar la respuesta a las acciones de los competidores, para sostener una ventaja y para mantener el impulso hacia la obtención de una superioridad (Braun, 2002). Un sistema que adopte esta estructura puede tener efectos negativos en los casos de competencia, y efectos positivos en los casos de cooperación, por lo que es pertinente comparar este arquetipo con un evento exponencial o “bola de nieve”.

La figura 3 muestra que cuando un individuo o empresa actúa, el otro compara esta actuación con la suya, y emprende una nueva en torno a su diferencia. En los casos de competencia, la mejor manera de evitar esta situación es proponer una negociación. Aplicando este arquetipo en el campo del emprendimiento, a lo largo del artículo se ha observado que la intervención pública influye en la accesibilidad de los mercados teniendo por objeto reducir el poder de mercado de las grandes empresas y las barreras de entrada para las pequeñas empresas (Thurik et al., 2008); es por esto que a medida que las economías se vuelven más interconectadas con el comercio global y los patrones de inversión, las pequeñas y medianas empresas (PYME) se convierten en una parte importante de la economía mundial. Esto genera que en el caso de que existan mejores medidas de protección a los derechos de propiedad, los empresarios innovadores a menudo prefieren crear sus propias empresas; en consecuencia, las innovaciones radicales suelen aparecer en las PYME, debido a sus recursos más limitados, lo que las hace desenvolverse en la búsqueda de innovaciones en las zonas menos concurridas de la investigación. Por el contrario, las grandes multinacionales pueden ser pobres en la creación de innovaciones radicales, dadas la rigidez y la tradición que mantienen sus dinámicas comerciales (Acs y Szerb, 2007).

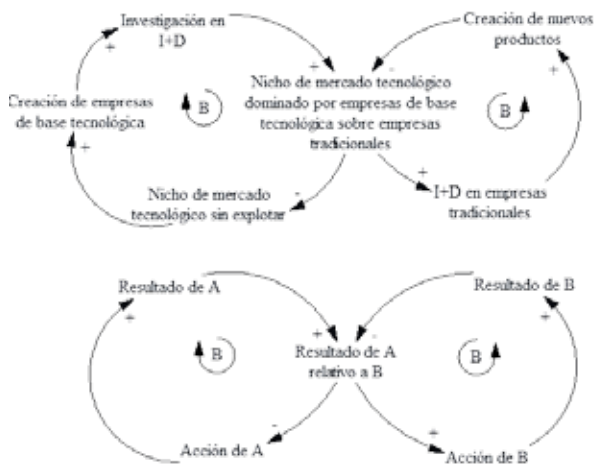
Adicionalmente, las políticas de apoyo a las PYME implican estrategias dirigidas específicamente a su fortalecimiento y pueden ser utilizadas para estimular la percepción de efectos macroeconómicos secundarios positivos, tales como el aumento del empleo y el incremento en la innovación empresarial; compensando así efectos microeconómicos secundarios negativos, como las economías

Alejandro Valencia Arias y Martha Luz Benjumea Arias

de escala u otro tipo de desventajas asociadas con los costos de producción (Henrekson & Stenkula, 2010).

Sin embargo, las grandes empresas no se quedan atrás al observar que las nuevas iniciativas empresariales buscan arrebatar parte de su mercado con la incorporación de nuevos productos o mejora de los existentes, por lo que optan por incrementar sus estrategias de investigación en innovación y desarrollo con el fin de no perder su nicho de mercado, lo que a largo plazo va generando mayores porcentajes asignados a este tipo de investigaciones, mostrando el crecimiento permanente del I+D para los dos sectores (ver Figura 3).

Figura 3. ¿Cómo se complementan las grandes y pequeñas empresas? (arquetipo de escalada)



Fuente: Adaptación propia del arquetipo para el caso del emprendimiento a partir de (Senge, 2005).

En la búsqueda de soluciones al comportamiento del arquetipo se pretende encontrar la forma en que las dos partes puedan alcanzar sus objetivos sin un desgaste de recursos drástico ni perjudicial para las otras áreas de la empresa. Aunque en el caso del I+D, el crecimiento en escalada represente una mayor inversión de la empresa, no se toma como algo perjudicial para ambas, como en el caso de las guerras de publicidad y las guerras armamentistas, en estos últimos, se espera que una de las partes altere el comportamiento creciente que se presenta, tomando la iniciativa en materializar actos contundentes que bajen la percepción “amenazante” que siente el competidor, aplacando la toma de decisiones que afecten a las dos partes de forma conjunta.

primer lugar se evalúa si el dominio de mercado buscado por ambos tipos de empresas se encuentra representado en mayores utilidades para las empresas o si, por el contrario, las acciones son motivadas solo por una expansión de mercado, esto con el fin de tener claridad sobre la compensación de los costos con los beneficios esperados al obtener una mayor porción del nicho de mercado. En segundo lugar, se deben buscar estrategias para plantear nichos más específicos donde cada tipo de empresa pueda operar de manera más eficaz y se obtenga una reducción de la competencia por el mercado. En tercer lugar se podría estudiar la posibilidad de fomentar un ambiente de colaboración, donde ambos tipos de empresas ofrezcan productos complementarios o mixtos, a través de los cuales se pueda acceder a un mercado potencial más amplio incrementando los márgenes rentabilidad de las mismas.

Arquetipo – “soluciones que fallan” ¿Cuál es el papel de la planificación en la creación de empresas?

Este es uno de los arquetipos más frecuentes, y trata de reparar una y otra vez algo que cada vez está en peores condiciones (Wolstenholme, 2003). Este es un buen reflejo de lo peligroso que es tomar decisiones cuando no se tienen en cuenta todos los elementos que actúan en el sistema (Braun, 2002).

En la figura 4 se puede ver que inicialmente se hace una comparación entre el estado actual y el estado deseado de la situación o problema. Se emprenden acciones con base en la diferencia entre estos dos estados, con el fin de mejorar las condiciones. Puede que a corto plazo las condiciones sean satisfactorias, pero también se desencadena una serie de consecuencias que hacen que a largo plazo las condiciones empeoren significativamente (Wolstenholme, 2003). La solución obvia puede no ser la correcta; por esto es necesario identificar todas las posibles consecuencias de las soluciones propuestas de forma que se pueda abordar el problema desde el planteamiento de escenarios alternativos de solución.

Teniendo en cuenta esta contextualización, es necesario mencionar que la decisión de fundar una nueva empresa se hace típicamente sobre la base de una combinación de análisis formal y un juicio intuitivo que justifica la elección. Esta última característica puede ser un elemento cognitivo poderoso cuando no existe suficiente información disponible o cuando las decisiones no alcanzan a ser justificadas mediante el análisis formal de los datos disponibles (Blume y Covin, 2011).

En este aspecto, se considera que las condiciones específicas bajo las cuales el uso de la intuición es apropiado son: (1) la

110 Por otro lado, se deben analizar los siguientes aspectos con el fin de formular estrategias de solución para la problemática presentada. En

Una visión del emprendimiento desde arquetipos sistémicos

existencia de un alto nivel de incertidumbre en el entorno, (2) cuando hay escasos precedentes anteriores a la acción con respecto a las nuevas tendencias y (3) al presentarse varias soluciones alternativas que cuenten con buen respaldo para ser elegidas. Varias de estas condiciones son comunes en el contexto empresarial de creación de nuevas empresas y a los problemas de los negocios en general (Lichtenstein et al., 2006).

Por otro lado, la autoeficacia percibida se refiere a la creencia de una persona en su capacidad para realizar con éxito las diferentes funciones y tareas que implica la creación de una empresa, este concepto ha sido a menudo identificado como un predictor de la probabilidad de que los individuos inicien un nuevo negocio, por lo que parece bastante sensato que aquellos que atribuyen el impulso para crear su empresa a juicios intuitivos pueden hacerlo simplemente porque basados en su autopercepción de eficacia empresarial sienten que tienen las habilidades y capacidades para ser empresarios de éxito (Krueger y Dickson, 1994, citado por Blume y Covin, 2011), relacionándose positivamente esta percepción con la atribución que se da a la intuición como herramienta para afrontar el riesgo de creación empresarial.

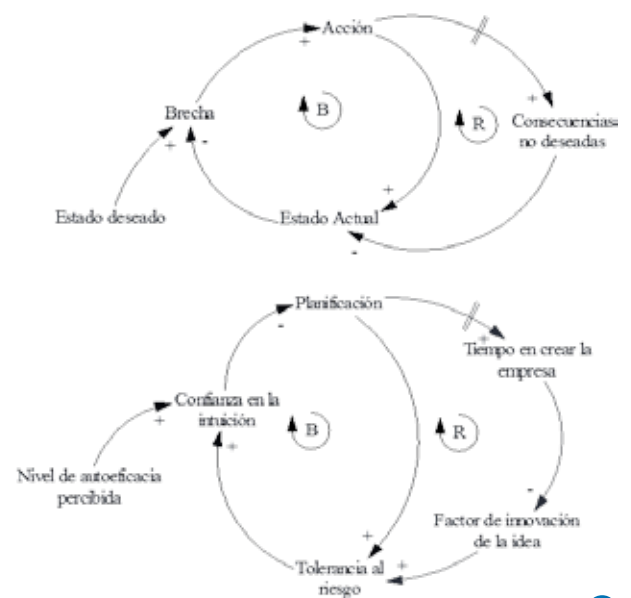
En cuanto al proceso de planificación como medida para afrontar este riesgo de creación empresarial, Haber y Reichel (2007) argumentan que la planificación ayuda a los empresarios a tomar decisiones más rápidamente que el aprendizaje por ensayo y error, aumentando así la tolerancia al riesgo al momento de crear una nueva empresa. Sin embargo, para que esto sea efectivo los procesos de planificación deben ser gobernados por regímenes de planificación diferentes en función del tipo de entorno en que se lleva a cabo la creación empresarial, ya que la planificación varía sistemáticamente con el tipo de ambiente en que se está realizando el emprendimiento (Gruber, 2007); no obstante, es importante su análisis porque se trata de una temática central en la iniciativa empresarial que se relaciona directamente con el proceso de creación de empresas y la explotación de oportunidades (Shane, 2009).

Desde otra perspectiva, se cuestiona que la planificación formal reduce la capacidad de respuesta de las organizaciones a los cambios ambientales, debido a que implica largos procesos de decisión a través de múltiples niveles, obstaculizando así los procesos flexibles y el aprendizaje adaptativo que se requieren en los ambientes de negocios inciertos (Mintzberg, 1978, citado por Gruber, 2007). Además, la planificación formal puede crear una falsa ilusión de control, ahogando la creatividad y corriendo el riesgo de convertirse en un ritual sin sentido en lugar de una actividad que sirve para un propósito específico (Langley, 1988, citado por Gruber, 2007).

Lo anterior tiene mayor impacto en entornos de creación que tienden a ser muy dinámicos, es decir, aquellos donde la toma de decisiones a menudo se complica por los cambios rápidos en la demanda, la tecnología y la competencia (Gruber, 2003). En este aspecto, Bhidé (2000, citado por Gruber, 2007) subraya que la planificación puede obstaculizar la capacidad de adaptación necesaria de las nuevas empresas para entrar en mercados inciertos, señalando que esta no es necesaria en las empresas emergentes, porque la intuición de los empresarios es suficiente para ofrecer servicios efectivos a un mercado seleccionado (Allinson et al., 2000, citado por Gruber, 2007).

Por último, Capelleras y Greene (2008) señalan que las personas que tuvieron más de un año para crear su empresa tienen menores probabilidades de que esta surja o que llegue a una etapa avanzada en el proceso de creación, ya que en el tiempo transcurrido en el proceso de planificación se puede presentar una pérdida de innovación en la idea o proyecto, generando que al salir al mercado hayan mayores probabilidades de tener competidores que no estaban presentes en el momento en que la idea empresarial surgió, lo que apoya los argumentos anteriores sobre las implicaciones que se tienen al implementar procesos de planificación para mitigar la aversión al riesgo (ver Figura 4).

Figura 4. ¿Cuál es el papel de la planificación en la creación de empresas? (arquetipo de “soluciones que fallan”)



Fuente: Adaptación propia del arquetipo para el caso del emprendimiento a partir de Senge (2005).

Alejandro Valencia Arias y Martha Luz Benjumea Arias

En el caso de Colombia, se ha observado la planificación por medio de planes de negocio como estrategia para aumentar la tolerancia al riesgo entre los individuos interesados en emprender, pero que no asumen el riesgo de crear empresa por miedo al fracaso o por los altos costos de oportunidad que esto representa. Además, a largo plazo se observa que se presentan consecuencias imprevistas como la pérdida de recursos, tanto económicos como de tiempo, por parte de los individuos interesados en crear la empresa, generando una pérdida de potencial emprendedor en la idea de negocio. Por lo tanto, se sugiere evaluar la pertinencia en la toma de la metodología de planes de negocio para el caso de las empresas nuevas con ideas que pueden ser obsoletas en periodos cortos de tiempo, ya que puede resultar más efectivo realizar periodos de planificación más cortos que brinden la posibilidad de un mayor aprovechamiento del factor innovador.

Por otro lado, se pueden buscar soluciones que apalancen la decisión de emprender desde las incubadoras, de tal forma que al identificar el potencial innovador de una idea se brinde un apoyo adecuado y permanente que genere una disminución en la aversión al riesgo que se puede presentar al momento de crear empresa.

Conclusiones

Desde una visión sistémica se ofrecen diversas herramientas conceptuales y metodológicas que permiten considerar las no linealidades, el dinamismo de los procesos y los ciclos de retroalimentación, por medio de la estructuración de arquetipos, haciendo posible mejor comprensión del proceso emprendedor, es por esto que el desafío de los futuros administradores es acudir a la modelación basados en una visión sistémica de las organizaciones para así diseñar mejores empresas y mejorar los procesos de emprendimiento.

Al considerar la complejidad inherente en los procesos de creación de empresas y más aún en la sostenibilidad de las mismas, se hace pertinente el uso de herramientas de pensamiento que permitan tener un mayor conocimiento de la estructura de los sistemas empresariales que se están abordando con estas medidas y por ende tener una mayor eficiencia y eficacia en la toma de decisiones al interior de entornos gerenciales y administrativos.

La esquematización de comportamientos en estos sistemas empresariales, permite lograr una mejor intervención en aquellas industrias o sectores donde estos se presentan, dando como resultado un mejor uso de los recursos empleados y una menor magnitud en los efectos negativos esperados en el sistema.

Según el arquetipo soluciones que fallan (fixes that fail), para generar crecimiento económico sostenible es necesario entender el proceso de creación de empresas como una estrategia, llevada a cabo en un ambiente complejo, que presenta relaciones y ciclos imprevistos que dan lugar a eventos contraintuitivos indeseados. Dentro de esta estrategia lo más importante es considerar el tipo de emprendimiento que se va a apoyar, abordando aspectos como: la oferta y demanda, sector empresarial, niveles tecnológicos, nivel de empleos que genera el sector, rentabilidad de las empresas, número de empresas que es capaz de albergar un determinado nicho, entre otros aspectos relacionados con dicha temática.

El arquetipo de desplazamiento de carga, indica que lo ideal no es tener un gran número de empresas creadas, sino un número pequeño con alto potencial de crecimiento e innovación, por lo tanto es necesario apoyar la creación de empresas de base tecnológica y ayudar al crecimiento de empresas ya consolidadas. Además, se concluye que la creación de empresas tradicionales no es la manera de potenciar el crecimiento económico y crear puestos de trabajo, la respuesta puede estar en dejar de subsidiar la formación de estas empresas y centrarse en el subconjunto de empresas con potencial de crecimiento.

El arquetipo de escalada es claro al mostrar cómo es posible alcanzar los objetivos organizacionales sin entrar en rivalidades por recursos entre organizaciones, situación que afectaría las diferentes unidades de la empresa. Para alcanzar esto, es necesario buscar estrategias para penetrar nichos de mercado más específicos donde cada tipo de empresa pueda operar de manera más eficaz y se obtenga una reducción de la competencia por el mercado; adicionalmente, se debe tener en cuenta que un ambiente de colaboración facilita la ampliación del margen de rentabilidad en mercados potenciales más amplios. ■

Referencias bibliográficas

Acs, Z. J., y Szerb, L. (2007). Entrepreneurship, economic growth and public policy. *Small Business Economics*, 28(2-3), 109-122.

Adam, V. (2004). Systems Thinking as a Major Skill of Business Students – A New Teaching Concept at the University of Zurich, Switzerland. *The Journal on Systemics, Cybernetics and Informatics*, 2(6), 43-47.

Aldrich, H. E., y Martinez, M. A. (2001). Many are called, but few are chosen: An evolutionary perspective for the study of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(4), 41-56.

Una visión del emprendimiento desde arquetipos sistémicos

Audretsch, D. B., Grilo, I., y Thurik, A. R. (2007). *Handbook of research on entrepreneurship policy*. Edward Elgar Publishing

Blume, B. D., y Covin, J. G. (2011). Attributions to intuition in the venture founding process: Do entrepreneurs actually use intuition or just say that they do? *Journal of Business Venturing*, 26(1), 137–151.

Braun, B. W. (2002). The System Archetypes, 1-26.

Brooks, R., Green, W., Hubbard, R., Jain, D., Katehi, L., McLendon, G., y Newton, R. (2007). Entrepreneurship in American Higher Education.

Burnham, J. F. (2006). Scopus database: a review. *Biomedical digital libraries*, 3(1), 1.

Capelleras, J.-L., y Greene, F. J. (2008). The determinants and growth implications of venture creation speed. *Entrepreneurship and Regional Development*, 20(4), 317–343.

Cumming, D. (2007). Government policy towards entrepreneurial finance: Innovation investment funds. *Journal of Business Venturing*, 22(2), 193–235.

Dutz, M. A., Ordovery, J. A., y Willig, R. D. (2000). Entrepreneurship, access policy and economic development: lessons from industrial organization. *European Economic Review*, 44(4), 739–747.

Gruber, M. (2003). Research on marketing in emerging firms: key issues and open questions. *International Journal of Technology Management*, 26(5), 600–620.

Gruber, M. (2007). Uncovering the value of planning in new venture creation: A process and contingency perspective. *Journal of Business Venturing*, 22(6), 782–807.

Haber, S., y Reichel, A. (2007). The cumulative nature of the entrepreneurial process: The contribution of human capital, planning and environment resources to small venture performance. *Journal of Business Venturing*, 22(1), 119–145.

Harbi, S. E., y Anderson, A. R. (2010). Institutions and the shaping of different forms of entrepreneurship. *Journal of Socio-economics*, 39(3), 436–444.

Henrekson, M., y Stenkula, M. (2010). Entrepreneurship and public policy. En *Handbook of Entrepreneurship Research* (pp. 595–637). Springer.

Sinapsis 5 (5): 105 - 113. 2013. Armenia - Colombia

Hözl, W. (2010). The Economics of Entrepreneurship Policy: Introduction to the Special Issue. *Journal of Industry, Competition and Trade*, 10(3-4), 187–197.

Kickul, J., Gundry, L. K., Barbosa, S. D., y Whitcanack, L. (2009). Intuition Versus Analysis? Testing Differential Models of Cognitive Style on Entrepreneurial Self-Efficacy and the New Venture Creation Process. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(2), 439–453.

Lichtenstein, B. B., Dooley, K. J., y Lumpkin, G. T. (2006). Measuring emergence in the dynamics of new venture creation. *Journal of Business Venturing*, 21(2), 153-175.

Schwaninger, M. (2003). Modeling with archetypes: an effective approach to dealing with complexity. En *Computer Aided Systems Theory-EUROCAST 2003* 127–138

Senge, P. (2005). *La Quinta Disciplina En La Practica/ Fifth Discipline In The Practice*. Ediciones Granica SA.

Shane, S. (2009). Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy. *Small Business Economics*, 33(2), 141–149.

Sterman, J. D. (2000). *Business Dynamics, Systems Thinking and Modeling for a Complex World* (p. 1003).

Thurik, A. R., Carree, M. A., Van Stel, A., y Audretsch, D. B. (2008). Does self-employment reduce unemployment? *Journal of Business Venturing*, 23(6), 673–686.

Townsend, D. M., Busenitz, L. W., y Arthurs, J. D. (2010). To start or not to start: Outcome and ability expectations in the decision to start a new venture. *Journal of Business Venturing*, 25(2), 192–202.

Von Graevenitz, G., Harhoff, D., y Weber, R. (2010). The effects of entrepreneurship education. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76(1), 90–112.

Wolstenholme, E. (2004). Using generic system archetypes to support thinking and modelling. *System Dynamics Review*, 20(4), 341-356

Wolstenholme, E. F. (2003). Towards the definition and use of a core set of archetypal structures in system dynamics. *System Dynamics Review*, 19(1), 7-26