

Editorial

El espíritu de emprendimiento es, según Onuoha (2007), “la práctica de iniciar nuevas organizaciones o revitalizar organizaciones maduras, particularmente nuevas empresas, generalmente en respuesta a oportunidades identificadas”; a este respecto Joseph Schumpeter (1965) definió a los emprendedores como: “Individuos que explotan oportunidades de mercado a través de la innovación técnica y/o organizacional”. No son pocos los eruditos que han abordado la materia de reconocer el emprendimiento como parte de un proceso que puede comenzar en los laboratorios científicos y tecnológicos, donde se cocinan las actividades de investigación y desarrollo. La discusión definitoria también se ha arrimado a la conciliación entre las características y competencias del científico con aquellas del emprendedor; especialmente para determinar si ambas son posibles en determinados individuos, y -escalando en el eje ontológico- las instituciones. En este sentido, para Frank H. Knight (1921) y Peter Drucker (1970) “el espíritu empresarial consiste en asumir riesgos”; Bolton y Thompson (2000) definieron al emprendedor como: “una persona que habitualmente crea e innova para construir algo de valor reconocido en torno a oportunidades percibidas”; mientras que, para Hisrich (1990) un emprendedor se caracteriza como: “alguien que demuestra iniciativa y pensamiento creativo, es capaz de organizar mecanismos sociales y económicos para convertir recursos y situaciones en una cuenta práctica, y acepta riesgos y fracasos”. Pocas dudas hay en la comunidad científica en que efectivamente, las actividades de investigación y desarrollo propician, y -en otras ocasiones- aseguran el éxito de las empresas.

Este nuevo número de la revista **Observador del Conocimiento** toma como espacio de discusión al emprendimiento como acción más visible de las actividades de investigación y desarrollo que se impulsan y forjan desde las filas del órgano rector, el Ministerio del Poder Popular para Ciencia y Tecnología, y que tienen un especial impacto en la pro-

ducción y comercialización de bienes y servicios en el territorio nacional y más allá de las fronteras. Es razonable esperar, que los empresarios reflejen los valores dominantes de la cultura nacional y que la cultura nacional tenga un efecto definido en el espíritu empresarial. Inspirado en estos hechos, escudriñamos en las líneas de este tomo la perspectiva científica de cómo impulsar el emprendimiento en la administración pública, incluso en el servicio exterior, apreciar la tercera vía de desempeño de las universidades en la producción de bienes y servicios, sembrar el concepto empresarial en la propia industria, así como abrir espacios en las escuelas de innovación social.

Roberto Betancourt A., PhD

Jefe-Editor

Presidente del Observatorio Nacional
de Ciencia, Tecnología e Innovación