



Revista de Economía Mundial

ISSN: 1576-0162

rem@uhu.es

Sociedad de Economía Mundial  
España

Ruiz Navarro, José; García Montesinos, Cristina  
El Fenómeno Emprendedor y La Convergencia Norte-Sur en Europa: evidencias del Observatorio  
GEM.  
Revista de Economía Mundial, núm. 35, 2013, pp. 53-65  
Sociedad de Economía Mundial  
Huelva, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86629567002>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica  
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

EL FENÓMENO EMPRENDEDOR Y LA CONVERGENCIA NORTE-SUR EN  
EUROPA: EVIDENCIAS DEL OBSERVATORIO GEM.

*THE ENTREPRENEURSHIP AND THE NORTH-SOUTH EUROPEAN  
CONVERGENCE: EVIDENCES FROM THE GLOBAL ENTREPRENEURSHIP  
MONITOR.*

José Ruiz Navarro  
Universidad de Cádiz  
jose.ruiznavarro@uca.es

Cristina García Montesinos  
Universidad de Cádiz  
cris.gm91@gmail.com

Recibido: febrero de 2013, aceptado: septiembre de 2013

RESUMEN.

La preocupación por el emprendimiento y su relación con la salida de la crisis económica está presente en la mayoría de los discursos de los responsables políticos de Europa y hay un amplio consenso en que las iniciativas emprendedoras de calidad, su desarrollo y consolidación, están estrechamente relacionadas con la salida de la crisis, el crecimiento económico y la creación de empleo. Sin embargo, estos planteamientos no tienen suficientemente en consideración las diferencias territoriales en Europa.

En esta investigación se ofrece una serie de evidencias del fenómeno emprendedor desde la perspectiva territorial norte-sur de Europa y se plantea que la convergencia europea no se está produciendo en esta materia. La información de las dos zonas geográficas europeas contempladas, los países Nórdicos (Dinamarca, Finlandia, Islandia, Noruega y Suecia) y los países Mediterráneos (España, Grecia, Italia y Portugal) ha sido extraída del observatorio *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM).

*Palabras clave:* Actividad Emprendedora; Factores Condicionantes para Emprender; Entorno Emprendedor; Conocimiento Empresarial; Desarrollo Regional.

## ABSTRACT.

The concern about entrepreneurship and its relationship as a way of overcoming the current economic crisis is present in most of the political leaders' speeches from Europe. Indeed, there is a broad consensus that quality entrepreneurial initiative, development and consolidation, are closely related with economic growth and job creation. However, these approaches fail to accurately take into account the regional differences in Europe.

This research takes a look at the entrepreneurial phenomenon from the territorial perspective and provides some evidences on European convergence to be raised.

The information covered in the two European geographical areas: The Nordic countries (Iceland, Norway, Sweden, Finland, and Denmark) and the Mediterranean countries (Portugal Spain, Greece and Italy), has been generated from the *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM).

*Keywords:* Entrepreneurial Activities; Determining Factors for Entrepreneurship; Entrepreneurial Environment; Entrepreneurial Cognition; Regional Development.

*Clasificación JEL:* O5.

## 1. INTRODUCCIÓN.

Este trabajo cubre una laguna existente en la visión territorial del emprendimiento en Europa. El interés y la necesidad por comprender la actividad emprendedora y el proceso de creación de empresas han ido adquiriendo una considerable relevancia social en las últimas décadas. En Europa, hunde sus raíces en el Consejo Europeo de Lisboa de 2000, que acordó convertir a Europa en *“la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo”*. Más recientemente la Comisión Europea ha planteado que Europa necesita más emprendedores *“para recuperar el crecimiento y lograr un alto nivel de empleo”* (Comisión Europea, 2013, p. 3). Este plan está fundamentado en tres pilares: 1) la educación y la formación en materia de emprendimiento; 2) el entorno empresarial favorable; y, 3) actuaciones hacia grupos específicos. Además, el interés por el emprendimiento viene avalado por el extenso número de investigaciones que constatan la relación entre el emprendimiento y el crecimiento económico y, por tanto, como vía para dar solución a problemas como la elevada tasa de paro juvenil y las disparidades en el desarrollo económico y regional (Minniti, 2013; Chin, Raman, Yeow & Eze, 2012).

No obstante, no sabemos si la integración europea avanza o retrocede en materia de emprendimiento, si en esta materia también hay diferencias regionales. Falta una mirada del fenómeno desde una perspectiva territorial, que tenga en consideración el entorno específico en el que se desarrolla la actividad emprendedora, máxime cuando la crisis agranda la brecha norte-sur entre los países de Europa y, la convergencia económica y social retrocede. Por eso, el interés de esta investigación, que ofrece una comparación del fenómeno emprendedor en los países del norte y sur de Europa a lo largo de nueve años (2004-2012).

La consideración de estas diferencias no solo permite avanzar en el diagnóstico y conocimiento de las barreras al emprendimiento en Europa, sino que permitirá diseñar estrategias específicas que ayuden a una convergencia con raíces sólidas basadas en un emprendimiento de calidad. Estrategias que contemplen la emergencia de nuevos paradigmas en materia de emprendimiento y la necesidad de un cambio cultural (Sarasvathy y Venkantaraman, 2011; Wiltbank, et ál., 2009) y que estén orientadas a la consecución de iniciativas emprendedoras de alto valor añadido basadas en el conocimiento (Audretsch, 2009; Rothaermel, Agung & Jiang, 2007). Esta relación entre crecimiento eco-

nómico y emprendimiento es el foco del programa de investigación del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que pretende profundizar en los mecanismos que lo relacionan (Reynolds, et ál., 2005). El proyecto GEM, iniciado en 1998, ofrece una abundante base de datos del fenómeno emprendedor armonizada por países, lo que permite realizar comparaciones entre ellos.

El trabajo, tras esta introducción, se estructura en un apartado que explica los antecedentes del GEM y la metodología utilizada, a continuación se presentan los resultados y las principales diferencias encontradas entre los países del norte y del sur, terminando con las principales conclusiones y líneas futuras de investigación.

## 2. ANTECEDENTES DEL PROYECTO GEM Y METODOLOGÍA UTILIZADA.

El proyecto GEM se inicia en 1998 por Babson College (Estados Unidos) y London Business School (Reino Unido) para observar las iniciativas emprendedoras de los individuos de un considerable número de países. Con ello, se pretendía cubrir el vacío de información internacional comparable (Sternberg and Wennekers, 2005) sobre la actividad emprendedora (Reynolds et ál. 2004) y obtener datos estadísticos sobre emprendimiento lo suficientemente actualizados que cubriesen las cualidades emprendedoras de la población. Uno de sus fines principales es que esta información sirva para el diseño de políticas que promuevan la creación de empresas y el crecimiento económico. En el primer estudio piloto en 1998 formaron parte del proyecto 6 países, en 2012 el número de países partícipes se elevó a 69. El objetivo último del mismo no es sólo la obtención de datos sino además, su posterior análisis para conocer cómo varía el nivel de emprendimiento entre los países, cuanto cambia a lo largo del tiempo y qué políticas influyen en esta evolución (Sternberg and Wennekers, 2005).

El GEM investiga las variables que conforman un modelo de relaciones y un proceso por el que pasan las iniciativas emprendedoras. El modelo inicial planteado para analizar la influencia de la actividad emprendedora en el crecimiento económico de un país, tiene como variable dependiente esta última y parte del análisis de los factores culturales, políticos y sociales de un determinado país, que influyen en las condiciones de carácter general, en el entorno empresarial y en las condiciones específicas que intervienen en la creación de empresas. Además, presupone que estas últimas están condicionadas por las generales del entorno empresarial. Tanto los factores como los dos grupos de condiciones repercuten en la capacidad de creación de empresas, entendida ésta en términos de motivación y percepción de oportunidades empresariales. La capacidad de creación de empresas dará lugar a la creación de nuevos negocios y, consecuentemente de manera positiva, al crecimiento económico del país. Este modelo se combina con la visión dinámica del proceso completo de la creación de nuevas empresas, que comprende todas las etapas que van desde la concepción o intención de crear la empresa, su nacimiento y posterior fase en que se convierte en empresa consolidada.

Para la obtención de los datos necesarios, el modelo GEM se nutre de tres fuentes de información: una encuesta a la población adulta, un panel de expertos y fuentes de información secundarias de cada uno de los países. Los mayores esfuerzos se concentran en la encuesta a la población adulta, que se realiza en cada uno de los países participantes y que ofrece datos relacionados con la tasa de participación de la población en la creación de nuevas empresas, siendo el indicador más conocido de dicha participación la Actividad Emprendedora Total (TEA) de un país. El panel de expertos está formado por una selección de personas de cada país conocedoras del fenómeno emprendedor por su formación y su experiencia. El panel lo forman un mínimo de 36 expertos en cada país.

El modelo original presentado anteriormente ha sido revisado con el paso del tiempo (Bosma et ál., 2009; Bosma and Levie 2010), teniendo en cuenta que la contribución que pueden hacer los emprendedores al desarrollo económico de un país depende de la fase de desarrollo en que éste se encuentre (Wennekers et ál., 2005). Así, se ha introducido (Bosma et ál., 2012) la tipología de Porter que distingue entre países menos desarrollados, países de desarrollo intermedio y países más desarrollados o cuyas economía está basada en la innovación (Porter et ál., 2002).

En cuanto a investigación de carácter académico y científica, son cada vez más las publicaciones internacionales que utilizan o hacen referencia al GEM. En un reciente trabajo utilizando técnicas de análisis bibliométricos aplicadas a todos los artículos publicados hasta enero 2013 en las revistas del *Social Science Citation Index (SSCI)*, se identificaron 86 artículos que utilizaron las bases de datos del GEM o referencias al mismo (Ramos, et ál., 2013).

En esta investigación se han seleccionado datos del GEM que provienen exclusivamente de sus fuentes primarias. Es decir, de las encuestas a la población y de los cuestionarios a los expertos. Los criterios para la selección de países responden a su localización geográfica y pertenencia al GEM, considerando países Nórdicos a: Islandia, Noruega, Suecia, Finlandia y Dinamarca; y, países Mediterráneos a: Portugal, España, Italia y Grecia.

El proceso de análisis de datos ha sido llevado a cabo con el software informático Excel. A través de este programa se han recogido los datos ofrecidos por el GEM y tras su tratamiento, se han elaborado una serie de tablas con un horizonte temporal que abarca desde 2004 a 2012, obteniéndose unos estadísticos descriptivos de los datos.

### 3. RESULTADOS Y PRINCIPALES DIFERENCIAS NORTE-SUR EN MATERIA DE EMPRENDIMIENTO.

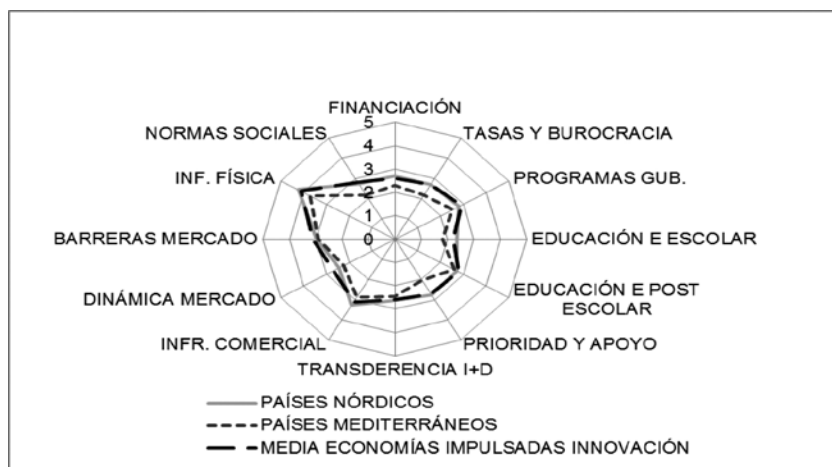
En este apartado se ofrece, en primer lugar, un análisis de las diferencias de los entornos de los países del norte con los del sur, comparándolos con los valores medios del entorno de los países con economías basadas en la innovación. A continuación, se comparan las tasas de actividades emprendedoras,

las intenciones y los marcos cognitivos que condicionan los territorios bajo estudio.

### 3.1. LAS DIFERENCIAS DE ENTORNO ENTRE LOS PAÍSES DEL NORTE Y SUR DE EUROPA.

Según el modelo GEM, las principales características del entorno condicionan la intensidad y evolución del fenómeno emprendedor. Estas características las ordena en doce variables o ejes. Una descripción detallada de cada eje puede consultarse en Bosma, et ál. (2008). El gráfico 1 muestra la evaluación que hacen los expertos de los ejes para cada zona geográfica, en una escala Likert (1-5) en la que los valores mas altos representan entornos más favorables. En el gráfico, también se recoge la valoración media que reciben los países del grupo de economías impulsadas por la innovación, al que pertenece Europa. Como se observa hay similitud entre los valores de este último grupo y los países nórdicos. Las principales diferencias norte-sur se dan en: la menor valoración en el sur que reciben las políticas de apoyo a los emprendedores, -0,73 puntos; normas sociales menos favorecedoras del emprendimiento, -0,57; y, la burocracia y fiscalidad, -0,53 puntos.

GRÁFICO 1: VALORACIÓN MEDIA DE LAS CONDICIONES DEL ENTORNO PARA EMPRENDER NORTE-SUR EUROPA Y EN ECONOMÍAS IMPULSADAS POR LA INNOVACIÓN.



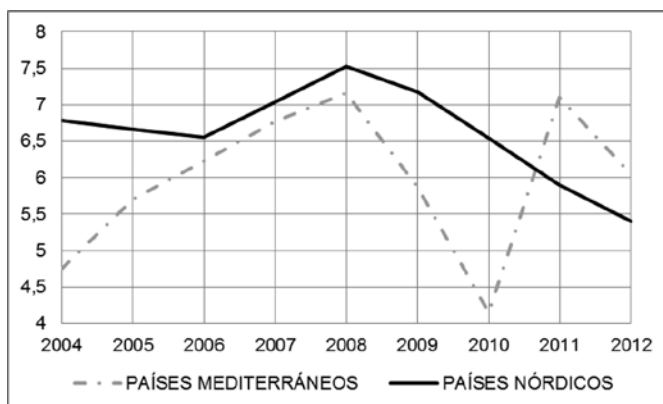
Fuente: Elaboración propia con datos GEM 2012.

### 3.2. TASA DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA (TAE).

La Tasa de Actividad Emprendedora (TAE) es el indicador GEM que mide el porcentaje de personas involucradas en una iniciativa emprendedora de

menos de tres años y medio de vida. El Gráfico 2 recoge la evolución de sus valores medios entre 2004 y 2012 para los países del norte y sur. Se puede afirmar que la TAE media en los países del norte (6,62 de media en los 9 años) ha sido superior, salvo en los últimos años, y más estable que la de los países Mediterráneos (5,98). El fuerte desplome del sur entre 2008 y 2010 refleja el retraimiento de su actividad emprendedora en esos años. Su posterior recuperación a partir de 2010 está influida por un importante aumento del emprendimiento por necesidad (provocado por las altas tasas de paro) en detrimento de las iniciativas por oportunidad que se relacionan con proyectos de mayor valor añadido.

GRÁFICO 2. EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA (TAE) EN EL NORTE Y SUR DE EUROPA.



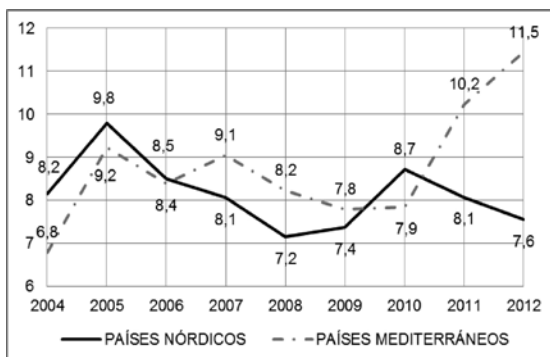
Fuente: Elaboración propia con datos [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org).

### 3.3. INTENCIONES EMPRENDEDORAS.

Los modelos de intención son útiles para estudiar los antecedentes de la actividad emprendedora y sirven de predictores de la futura actividad emprendedora (Krueger, Reilly y Carsrud, 2000). Su evolución en ambos escenarios geográficos se representa en el Gráfico 3 en forma de porcentajes medios de la población que tiene intención de iniciar un negocio en los próximos tres años (Bosma, et ál. 2008). Los países del sur evolucionan al alza a partir de 2010, por encima de los valores de los nórdicos que decrecen. No obstante, los valores medio del periodo son muy similares: 8,78 para el sur y 8,15 para el norte. Si se relaciona esta evolución con la debilidad relativa de los programas de apoyo al emprendimiento en el sur, estas intenciones estarían motivadas por el desempleo y un posible adelanto del aumento de los emprendedores por necesidad.



GRÁFICO 3. INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN EL NORTE Y SUR DE EUROPA.



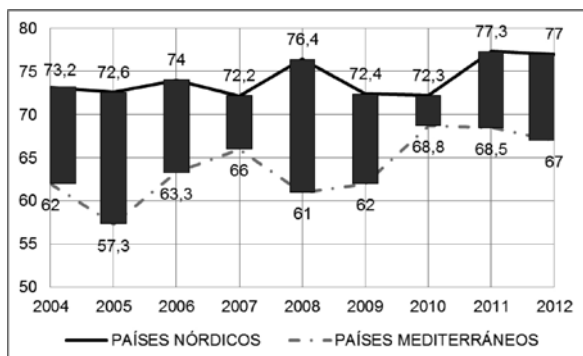
Fuente: Elaboración propia con datos [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org).

### 3.4. EL MARCO COGNITIVO COMO CONDICIONANTE DEL FENÓMENO EMPRENDEDOR.

La investigación cognitiva ha adquirido relevancia para explicar las conductas de los emprendedores y su relación con la evaluación de oportunidades, creación de empresas y su crecimiento (Mitchell, et ál., 2007; Krueger, 2000). Las percepciones de las personas relativas al prestigio de la figura del empresario, las percepciones de la atención que le prestan los medios de comunicación, de sus miedos a emprender, de sus capacidades para ser empresario y de las oportunidades que ofrece su entorno para hacer buenos negocios, se ha demostrado que son variables que condicionan el número de iniciativas emprendedoras de un territorio.

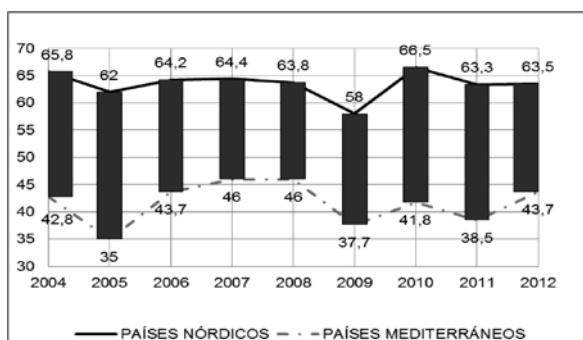
Con datos GEM se mide estas percepciones por países en porcentajes de la población, sus valores medios por zonas geográficas se representan en los Gráficos 4 a 8. En ellos se aprecia que las percepciones de los países mediterráneos, en el periodo considerado, son más negativas e inestables en todas las variables -menos una- que la de los países nórdicos. Entre el 72 y 77% de la población de los países del norte valoran positivamente la figura del empresario, mientras que los del sur oscilan entre el 57 y 69%. El 63,5% de los nórdicos (media del periodo) consideran que los medios de comunicación prestan atención al emprendimiento, este valor es del 42% en el sur. El miedo al fracaso acerca posiciones, las diferencias entre ambos grupos se hacen mínimas en 2011, pero en 2012 el miedo al fracaso se dispara en los países mediterráneos, en los nueve años considerados estos sobrepasan en casi 10 puntos la media de los nórdicos (32,8). Sorpresivamente, la percepción de capacidades en el sur, con una evolución más errática, es superior en 6 puntos de media en el periodo a la de los países nórdicos. La percepción de oportunidades marca la superioridad definitiva del norte sobre el sur en una de las variables cognitivas clave para motivar a las personas a emprender: el 52% (media entre 2004 y 2012) de los nórdicos perciben buenas oportunidades de negocios contra solo el 23% de la población del sur. Este dato empeora si se considera la situación en 2012, la brecha entre norte y sur aumenta hasta alcanzar una diferencia de 41,5 puntos.

GRÁFICO 4. PERCEPCIONES POSITIVAS DE LA IMAGEN DEL EMPRENDEDOR.



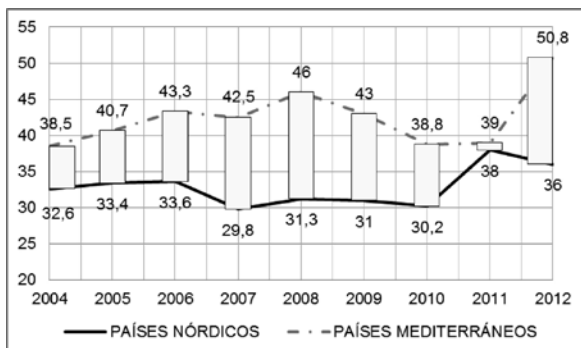
Fuente: Elaboración propia con datos [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org).

GRÁFICO 5. ATENCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AL EMPRENDIMIENTO.



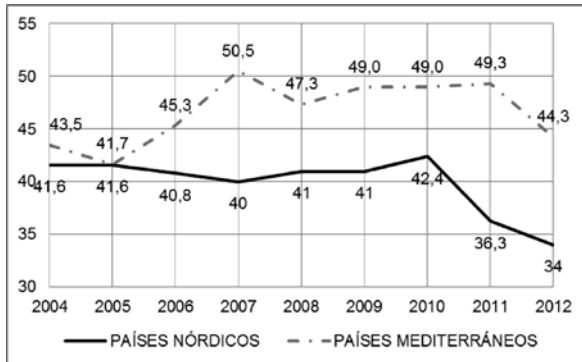
Fuente: Elaboración propia con datos [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org).

GRÁFICO 6. MIEDO AL FRACASO DE LA POBLACIÓN A EMPRENDER.



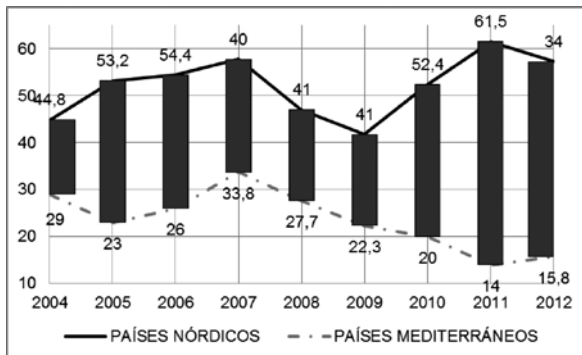
Fuente: Elaboración propia con datos [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org).

GRÁFICO 7. CAPACIDADES PERCIBIDAS POR LA POBLACIÓN PARA EMPRENDER.



Fuente: Elaboración propia con datos [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org).

GRÁFICO 8. OPORTUNIDADES PERCIBIDAS POR LA POBLACIÓN PARA EMPRENDER.



Fuente: Elaboración propia con datos [www.gemconsortium.org](http://www.gemconsortium.org).

#### 4. CONCLUSIONES.

El principal objetivo de esta investigación era identificar evidencias de las diferencias norte-sur en Europa en materia de emprendimiento. Las variables consideradas para ello han estado relacionadas con el modelo de emprendimiento del proyecto internacional GEM. De la amplia información que se puede obtener del GEM, se han seleccionado dos bloques de variables procedentes de las opiniones de la población. En el primero de ellos, se han tomado dos variables relacionadas con las fases del proceso de creación de empresas: la intención emprendedora y la actividad emprendedora en empresas con menos de 3,5 años. En el segundo, cinco variables relacionadas con enfoques

cognitivos que condicionan la creación de empresas: la imagen percibida del empresario, la atención que le presta los medios de comunicación, el miedo al fracaso, la autoestima o percepción de capacidad emprendedora y las oportunidades detectadas.

Previamente se han considerado las opiniones de los expertos para valorar el entorno. Un entorno con aspectos menos favorables para emprender en el sur, con barreras relacionadas con las políticas de apoyo a los emprendedores, las normas sociales, la burocracia y la fiscalidad.

La tasa de actividad emprendedora presenta una ligera diferencia a favor del norte que se muestra más estable, en el tiempo que el sur presenta un importante crecimiento en los últimos años inducido por la necesidad a la que conduce el alto desempleo de la zona. La intención emprendedora evoluciona de forma similar, la fuerte subida desde 2010 en los países del sur –por los mismos motivos– sitúa ligeramente su valor medio de todo el periodo por encima de la zona norte.

La información relacionada con el marco cognitivo es contundente al valorar la superioridad del contexto, favorable para emprender en los países del norte. La imagen percibida del empresario, el tratamiento que le dan los medios de comunicación, el miedo a emprender y la percepción de oportunidades para crear empresas, presentan una brecha a favor del norte. Solamente en la percepción de capacidades para emprender, el sur sale ganador.

El mayor grado de incertidumbre que se percibe en los países del sur de Europa, acorde con el menor grado de desarrollo de su Estado del Bienestar y su progresivo deterioro, no favorece la superación de estas diferencias. Este deterioro es una de las razones del aumento del emprendimiento por necesidad que se ha dado en todos los países del sur y del mayor miedo al fracaso. Si las personas no son capaces de mantener una esperanza de mejora de sus condiciones de vida futura, difícilmente reconocerán oportunidades para emprender. La percepción de oportunidades está estrechamente vinculada con el buen clima social, algo que en el norte no se ha deteriorado y se refleja en las diferencias detectadas en los últimos años.

El trabajo presenta una serie de limitaciones que deberían ser consideradas para seguir profundizando en futuras investigaciones. En primer lugar, no se han analizado –por la extensión y características del trabajo– la calidad de las iniciativas emprendedoras, algo que probablemente agravaría las diferencias norte-sur identificadas. Por ello, las futuras investigaciones deberían considerar el tamaño de las iniciativas emprendedoras, su grado de innovación, su capacidad de aislamiento de la competencia y de internacionalización.

Por otro lado, los criterios de agregación y selección de los países no tienen en cuenta algunos elementos que pueden distorsionar los resultados obtenidos. Los distintos tamaños poblacionales, el volumen de sus economías y características de sus sistemas educativos, especialmente de sus sistemas universitarios, condicionan el fenómeno emprendedor y su peso relativo en Europa. Otros aspectos como el acceso a la financiación de la actividad em-

prendedora, muy dispar en sus condiciones norte-sur, no se han considerado. Tampoco una visión de género que sin duda puede añadir una perspectiva más afinada al análisis efectuado.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Audretsch, D. (2009): *The Entrepreneurial Society*, Oxford University Press, July 2007.
- Bosma, N. & J. Levie (2010): Global Entrepreneurship Monitor, 2009 Executive Report. Babson Park, MA, US: Babson College, Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo and Reykjavík, Iceland: Háskólinn Reykjavík University, London, UK: Global Entrepreneurship Research Association.
- Bosma, N., Jones, E., Autio & Levie, J. (2008): *Global Entrepreneurship Monitor, 2007 executive report*, Babson College, Wellesley, MA.
- Bosma, N., Wennekers, S. and Amorós, J. E. (2012): *Global Entrepreneurship Monitor. 2011 Extended Report: Entrepreneurs and Entrepreneurial Employees across the Globe*, Babson College, Universidad del Desarrollo, UnivesitiTun Abdul Razak, and London Business School.
- Chin, S. T. S., Raman, K., Yeow, J. A., & Eze, U. C. (2012): "Relationship Between Emotional Intelligence And Spiritual Intelligence In Nurturing Creativity And Innovation Among Successful Entrepreneurs: A Conceptual Framework", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 57, 261-267.
- Comisión Europea (2013): *Plan de Acción sobre Emprendimiento 2020: Relanzar el Espíritu Emprendedor en Europa*, Bruselas, 9.1.2013. COM(2012) 795 final.
- Krueger JR., N.F., Reilly, M.D., Carsrud, A.L. (2000): "Competing Models of Entrepreneurial Intentions", *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 11-432.
- Krueger, J.R. (2000): "The cognitive infraestructure of Opportunity Emergence", *Entrepreneurship Theory & Practice*. Spring: 5-23.
- Minniti, M. (2013): *The Dynamics of Entrepreneurship: Evidence from Global Entrepreneurship Monitor Data*. Oxford University Press.
- Mitchell, R. K.; Busenitz, L.W.; and Bird, B.; Gaglio, C.M.; McMullen, J. S.; Morse, E.A.; Smith, J. B. (2007): "The Central Question in Entrepreneurial Cognition Research 2007", *Entrepreneurship Theory & Practice*. January, 1-27.
- Porter, M.E., Sachs, J.J. and McArthur, J. (2002): "Executive summary: competitiveness and stages of economic development", in Porter, M.E., Sachs, J.J., Cornelius, P.K., McArthur, J.W. and Schwab, K. (Eds), *The Global Competitiveness Report*, Oxford University Press, New York, NY.
- Ramos, A., Martínez, S., Medina, J.A. & Ruiz, J. (2013): *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) vs. Panel Study of Entrepreneurial Dynamics (PSED): una evaluación comparativa de su estructura intelectual*. Comunicación, XXIII Congreso Nacional de ACEDE, Málaga.

- Sarasvathy, S. D., & Venkataraman, S. (2011): "Entrepreneurship as method: Open questions for an entrepreneurial future", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 113-135.
- Sternberg, R. & Wennekers, S. (2005): "Determinants and effects of new business creation using global entrepreneurship monitor data", *Small Business Economics*, 24(3), 193-203.
- Wennekers, A.R.M., van Stel, A., Thurik, A.R. and Reynolds, P.D. (2005): "Nascent entrepreneurship and the level of economic development", *Small Business Economics*, 23(4), 311-21.
- Wiltbank, R., Read, S., Dew, N., & Sarasvathy, S. D. (2009): "Prediction and control under uncertainty: Outcomes in angel investing", *Journal of Business Venturing*, 24(2), 116-133.

