



# Capítulo VIII: Entrepreneurship e innovación empresarial

**Dr. Joaquín Guzmán Cuevas**  
**Dr. Juan Antonio Martínez Román**  
Universidad de Sevilla

## 1. INTRODUCCIÓN

Tradicionalmente, el factor empresarial siempre ha constituido un elemento de estudio dentro de lo que se conoce como teoría de la empresa o economía de la empresa, es decir, ha pertenecido (y en gran medida sigue perteneciendo) a la vertiente business de la economía. Su objeto de atención, por consiguiente, proviene casi exclusivamente de las *business schools* o, en la terminología hispana, de los estudiosos de las distintas parcelas de empresariales o dirección y administración de empresas. Ello no carece de lógica si tenemos en cuenta que el desarrollo de la gestión empresarial cuenta con especialistas en sus distintas parcelas: administración, organización, recursos humanos, marketing, recursos financieros, etc. Los objetivos últimos de esta línea de estudio se plasman, naturalmente, en los propios de los que ostentan el control y la propiedad de la empresa, es decir, en el beneficio monetario, el crecimiento empresarial y/o la consecución de mayores cotas de poder o influencia social.

Desde un punto de vista de la preocupación por el desarrollo económico de los países, esta vertiente de estudio ha contado poco o nada, puesto que se ha partido del supuesto incuestionable de que son dos ámbitos de análisis perfectamente diferenciados y de que los objetivos últimos que persiguen las empresas están también perfectamente diferenciados de los que persiguen las economías de los países. Los enfoques micro y macro de la economía se presentan, por tanto, por parte de los economistas, como dos líneas de investigación diferentes, inconexas o con escasa relación entre sí.

Cierto es que las distintas teorías del Desarrollo Económico, desde la tradición clásica y neoclásica hasta los estructuralistas y neo-estructuralistas latinoamericanos, pasando incluso por los planteamientos marxistas, asumen, explícita o implícitamente, que todo proceso de desarrollo económico requiere algún mecanismo ahorro-inversión que haga incrementar la producción de bienes y servicios. En la actualidad, estos incrementos del PIB, junto con los avances en el plano político –democracia y libertades– y en el social –salud, educación–, es lo que viene a configurar conceptualmente los procesos de desarrollo económico por parte

del PNUD y la mayor parte de las instituciones internacionales. No obstante, con la excepción de Schumpeter, esas teorías del desarrollo no profundizan en el ámbito interno de ese mecanismo ahorro-inversión, dando por supuesto que, bajo ciertas condiciones políticas, sociales y, en su caso, también económicas –baja inflación, control del déficit público, etc.-, dicho mecanismo ahorro-inversión se debe desencadenar automáticamente.

Con independencia de que los procesos de desarrollo están condicionados por diversas variables de diferente naturaleza –especialmente las referidas a las estructuras sociales y político-institucionales- y son articulados sobre estructuras complejas (Fontela y Guzmán, 2003), parece obvio que el mecanismo ahorro-inversión que da origen al crecimiento económico no es automático ni uniforme para todo tiempo y lugar. Y ello por dos razones esenciales:

- a) No siempre existen agentes empresariales que sepan, quieran o puedan convertir ahorro en inversión productiva.
- b) No todas las acciones de inversión productiva empresarial contribuyen en igual proporción al proceso de crecimiento económico.

Sobre la base, pues, de que el proceso de crecimiento económico se constituye como condición necesaria pero no suficiente para el desarrollo, las teorías económicas sobre el crecimiento se han centrado exclusivamente sobre la parcela “económica” del desarrollo, es decir, sin entrar en los aspectos sociales y político-institucionales que afectan, también, en mayor o menor medida, al proceso de desarrollo de cualquier economía. Si ello posee cierta lógica desde el punto de vista de la necesaria especialización del análisis económico, la abstracción del factor empresarial, por las dos razones apuntadas, limita extraordinariamente la validez empírica de las teorías del crecimiento.

En efecto, las distintas teorías que han tratado de explicar el fenómeno del crecimiento económico, o bien no han tomado en consideración el entrepreneurship o factor empresarial (modelos neoclásicos) o bien sólo han contemplado la faceta innovadora de la función empresarial como soporte fundamental y único del

proceso de crecimiento (modelos neoschumpeterianos). Es por ello que se hace necesario un esfuerzo de clarificación y profundización del concepto del entrepreneurship, antes de analizar la incidencia que los componentes de éste puedan tener en el crecimiento económico. No obstante, antes de abordar dicho concepto, puede resultar ilustrativo revisar, aunque sea brevemente, la razón de ser del escaso protagonismo concedido al fenómeno empresarial por las principales corrientes teóricas del crecimiento económico.

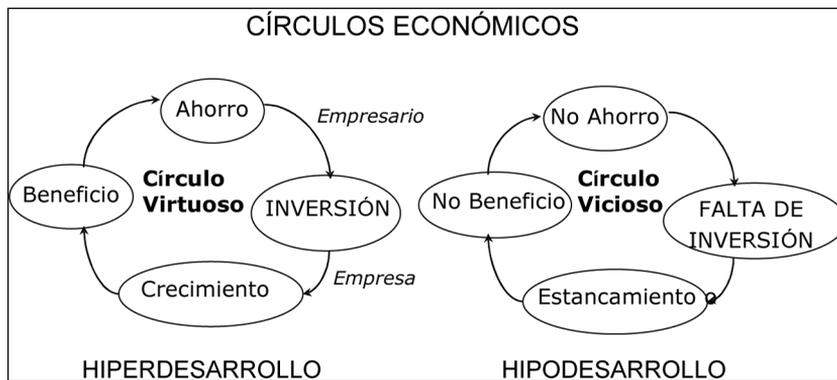
## **2. ENTREPRENEURSHIP Y DESARROLLO ECONÓMICO**

Con independencia de la diversidad de variables, económicas y no económicas, que inciden directa o indirectamente en los procesos de crecimiento y desarrollo de cualquier territorio, se puede dibujar un mecanismo básico que se da necesariamente en toda economía para propulsar el crecimiento y el desarrollo económico.

En efecto, desde un punto de vista sencillo pero clarificador, en las economías avanzadas se produce un círculo virtuoso de carácter económico que, a modo de feed- back, caracterizan a los países y territorios hiperdesarrollados, frente a los círculos viciosos del hipodesarrollo (Fontela y Guzmán, 2003). Como se puede apreciar en la figura VII.1, en los casos de las economías hiperdesarrolladas, se produce un proceso de inversión productiva que propicia un determinado incremento del PIB (crecimiento económico) que, a su vez, da lugar a que se pueda obtener un cierto volumen de beneficio en términos de sueldos y salarios o en términos de rendimientos empresariales, lo que conlleva la posibilidad de acumular unos recursos financieros (ahorro) que son susceptibles de dirigirlos nuevamente, mediante la acción de los circuitos financieros apropiados (bancos, cajas de ahorros, mercado de valores, etc.) hacia la inversión productiva. Lógicamente, y por el contrario, en los casos de economías hipodesarrolladas se produce una insuficiencia de inversión productiva que lleva a un estancamiento económico y, por tanto, a una inexistencia de beneficios personales y empresariales, por lo que se imposibilita generar ahorro interno para financiar nuevos procesos de inversión.

Como ya se ha señalado, ante este esquema sencillo del funcionamiento económico de cualquier territorio, la teoría económica ortodoxa ha sobreentendido y sigue sobreentendiendo que la conexión entre el ahorro y la inversión es automática, es decir, en la práctica y de modo subrepticio, se piensa que siempre y en todo lugar aparecerán los suficientes agentes empresariales que, con sus correspondientes proyectos, transformarán los recursos financieros, generados mediante el ahorro, en inversión productiva.

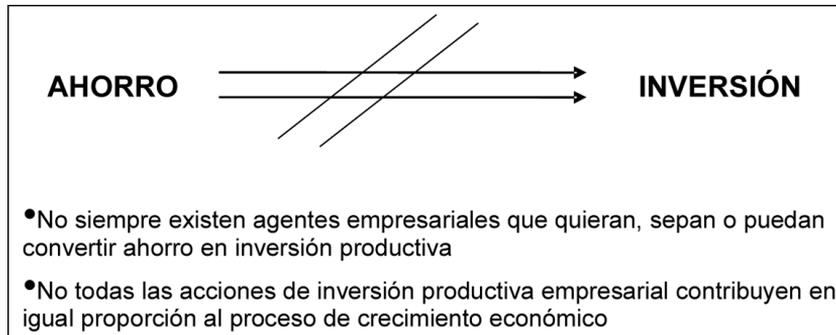
**Figura VIII.1. Círculos Económicos**



Fuente: Fontela y Guzmán (2003)

Sin embargo, como la realidad demuestra, este automatismo no siempre ocurre, o mejor dicho, no suele ocurrir en las economías atrasadas o hipodesarrolladas, por lo que se puede afirmar que una de las causas, no la única, que incide en el subdesarrollo de los territorios (sean regiones, países e incluso continentes) es la debilidad del factor empresarial. Como se deduce de la figura VII.2, esa debilidad se puede materializar bien en la escasez de empresarios (es de amplio reconocimiento que las economías más atrasadas se vienen a caracterizar por un insuficiente espíritu o cultura empresarial), bien por la insuficiente calidad de los proyectos empresariales, no desde un punto de vista de la rentabilidad particular, sino desde la óptica de su correspondiente contribución al crecimiento de la economía en cuestión.

**Figura VIII.2. La no conexión automática ahorro-inversión**

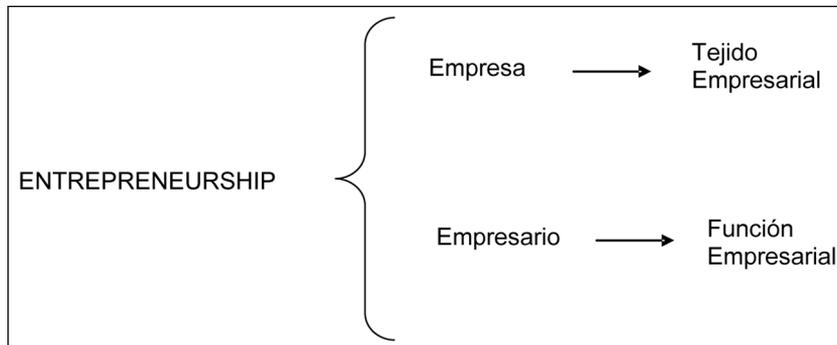


*Fuente: Elaboración propia*

A partir de los dos puntos recogidos en la figura VIII.2, el desarrollo de la investigación del entrepreneurship en estas coordenadas macroeconómicas, se puede desdoblar en dos vertientes bien diferenciadas (figura VIII.3). De una parte, la vertiente referida a la empresa, que desde una óptica macroeconómica, se proyecta sobre el análisis del tejido empresarial respecto a su relación con los procesos de crecimiento y desarrollo económicos. De otra, la vertiente referida al empresario, que da lugar al análisis de las distintas variables que configuran e inciden directa o indirectamente en la aparición del agente empresarial y en las características cualitativas de su función en la actividad económica. Quizás por esta doble vertiente de análisis con sus respectivos y amplísimos campos de estudio, el término entrepreneurship es difícil de precisar de modo unánime en la vasta literatura internacional que tiene relación con el mundo empresarial. Sólo a título ilustrativo, podríamos señalar la definición que ofrece P. Thornton y K. Flynn (2003): “We define entrepreneurship as both the discovery and exploitation of entrepreneurial opportunities and the creation of new organization, which occur as a context-dependent social and economic process”. Por otro lado, el proyecto internacional Global Entrepreneurship Monitor define el concepto en los siguientes términos: “Any attempt at new business or new venture creation, such as self-employment, a new business organization, or the expansion of an existing business, by an individual, a team of individuals, or an established business”.

En los epígrafes siguientes vamos a desarrollar brevemente el contenido básico del estudio del entrepreneurship desde la perspectiva de crecimiento y desarrollo que aquí estamos contemplando.

**Figura VIII.3. Las dos vertientes del entrepreneurship**

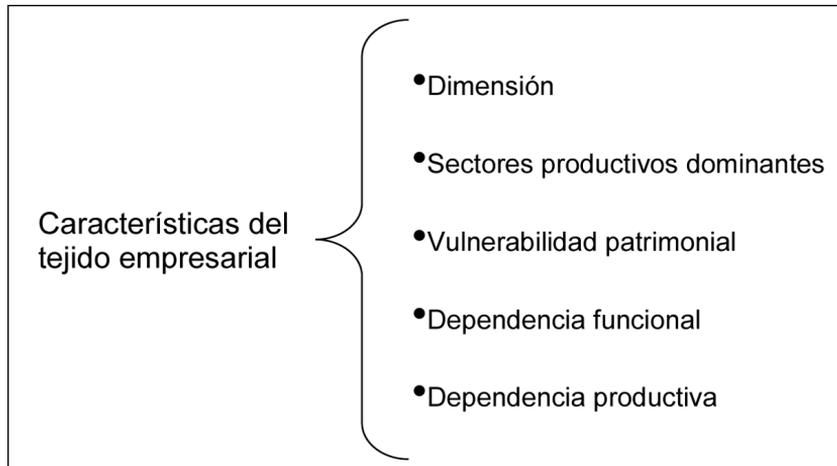


*Fuente: Elaboración propia*

### 3. ANÁLISIS DEL TEJIDO EMPRESARIAL

Uno de los aspectos más relevantes que diferencian a las economías más desarrolladas de las más atrasadas es la configuración del aparato productivo. Un componente puntual en este sentido es, naturalmente, el número de grandes empresas. No es casual, por ejemplo, que sean precisamente los países más avanzados –EEUU, Alemania, Japón, Francia, Reino Unido, etc.– los que cuenten con la inmensa mayoría de las grandes empresas del ranking mundial. Ahora bien, desde el punto de vista del crecimiento y el desarrollo económico, el tejido empresarial que conforma el aparato productivo de un territorio puede presentar una serie de características cualitativas que inciden de distinta manera en la evolución de la economía territorial. Algunas de esas características se recogen en la figura VIII.4, y vamos a realizar un breve comentario de los cinco puntos recogidos en dicha figura.

#### Figura VIII.4. Análisis del tejido empresarial



*Fuente: Elaboración propia*

En primer lugar, el factor dimensión constituye una variable importante respecto al desarrollo territorial porque, además de lo ya señalado respecto a las grandes empresas multinacionales, las economías atrasadas se vienen a caracterizar por una excesiva atomización (microempresas) de su tejido empresarial, frente a la fuerte presencia de empresas de mediano tamaño (pequeñas y medianas) que desarrollan su actividad en las economías avanzadas.

En segundo lugar, estas economías avanzadas se caracterizan a su vez por una notable presencia de empresas que generan elevado valor añadido, principalmente de carácter industrial, y también suelen ser frecuentes las actividades sectoriales caracterizadas por la alta tecnología. Por el contrario, en las economías atrasadas abundan las actividades con bajo valor añadido, principalmente en torno a los sectores de servicios tradicionales.

En tercer lugar, los territorios hipodesarrollados se vienen a caracterizar también por un modelo de crecimiento exógeno, donde la presencia de grandes compañías extranjeras es notable e incluso hegemónica en el aparato productivo. Este modelo de crecimiento

de “arriba-abajo” confiere un alto grado de vulnerabilidad respecto a posibles decisiones de deslocalización empresarial en busca de menores costes de mano de obra. Como es bien sabido, este fenómeno adquiere especial importancia en los actuales tiempos de globalización económica.

En cuarto lugar, es necesario diferenciar la posición que ocupan las empresas en las cadenas de valor (*global value chains*). En este sentido, hay que señalar que los territorios de economías avanzadas se caracterizan por una baja dependencia funcional, es decir, por la presencia de empresas fabricantes, mientras que en las de economías atrasadas abunda el tipo de empresas que podríamos denominar market-maker, es decir, pequeñas empresas –comerciales, de distribución, de representación, etc.- que se especializan exclusivamente en la búsqueda de mercados y, por consiguiente, con una fuerte dependencia funcional.

La última característica que discrimina el tejido empresarial de las economías atrasadas respecto a las avanzadas, es la cuantificación específica respecto al número de proveedores y clientes. En este sentido, en las regiones y territorios más atrasados suele existir una mayor presencia de empresas, normalmente de tamaño muy pequeño, que trabajan exclusivamente para una gran empresa en régimen de subcontratación (*outsourcing*), lo que conlleva un alto grado de dependencia productiva que, en última instancia, viene a representar un signo de debilidad empresarial.

Finalmente, desde un punto de vista comparativo, de lo anterior no se puede deducir que en los países desarrollados no exista un número importante de empresas con estos parámetros analíticos negativos. La diferencia respecto a las economías atrasadas, donde sí se produce un perfil generalizado de puntos débiles, estriba en que, junto a este tipo de empresas, también se cuenta con grandes grupos empresariales y auténticas PYMES industriales con alto grado de independencia patrimonial, funcional y productiva.

## 4. ANÁLISIS DE LA FUNCIÓN EMPRESARIAL

La otra vertiente del entrepreneurship se refiere a la función empresarial, es decir, a la figura del agente empresarial o empresario, que no sólo es el que crea la empresa con sus ideas y sus medios, sino también el que la dirige, la administra y la mantiene viva mientras no desaparezca. En este sentido, y al igual que en el epígrafe anterior, hay que señalar que no todas las empresas y, por consiguiente, no todos los empresarios, contribuyen de igual modo al proceso de crecimiento o desarrollo de las regiones o países.

La complejidad para definir con exactitud la función del empresario se fundamenta en el amplio número de facetas que este representa y desarrolla en su actividad. Así, por ejemplo, en un muy citado artículo, Robert Hebert y Albert Link señalan hasta doce concepciones diferentes que el término entrepreneur ha tenido en la literatura económica: la persona que asume riesgos, el innovador, el tomador de decisiones, el líder industrial, el manager,...etc. (Hebert y Link, 1989). En este sentido, se pueden distinguir tres grandes ámbitos funcionales que son imprescindibles y fundamentales en la materialización de todo proyecto empresarial (Guzmán, 1994):

**Ámbito Financiero.** Esta vertiente funcional del empresario viene a identificarse con la tradicional concepción “capitalista” de los economistas clásicos y marxistas. Se corresponde con la aportación de los recursos necesarios para iniciar el desarrollo del proyecto empresarial y, por tanto, coincide con la propiedad formal de la empresa. Cabría precisar, desde esta perspectiva, que un simple accionista de una gran empresa que cotice en Bolsa no se puede considerar, por sí solo, “empresario”, pero sí cubre, junto al resto de accionistas, una función financiera o de aportación de capital absolutamente imprescindible para el proyecto empresarial.

**Ámbito Gerencial.** En esta esfera funcional, el empresario es el protagonista del proceso de toma de decisiones para el desarrollo de la actividad en las distintas vertientes de la empresa: dirección, organización, administración, control, etc. Desde este punto de vista, la función gerencial engloba la célebre teoría de eficiencia-X de Leibenstein, en el que la decisión de crear una empresa deriva del nivel de eficiencia frente al mercado que se puede alcanzar en el proceso de

transformación de los inputs en outputs (Leibenstein, 1968). Dicho nivel de eficiencia viene determinado, lógicamente, por una acción específica de dirección, organización, control, etc., del proceso productivo.

La función gerencial viene a identificarse con el término *management*, y, por tanto, su grado de eficiencia está fuertemente condicionado por el nivel de formación y especialización de la persona o personas que desarrollan esta actividad. De ahí que constituya en la práctica el objetivo fundamental de las *business schools* o, en España, la especialidad universitaria de Administración y Dirección de Empresas.

En su sentido más estricto, esta faceta gerencial o directiva, aunque se sitúe al máximo nivel, constituye per se y con independencia de quien la desempeñe, una figura laboral asimilable al asalariado por cuenta ajena. El directivo puede desarrollar una labor de gran carga rutinaria o ejercer la toma de decisiones y organizar el proceso productivo en las distintas parcelas de la empresa, pero, a diferencia de otras esferas funcionales, no asume por sí solo riesgo empresarial alguno pues, como tal directivo, el límite máximo de sus decisiones no alcanzaría la disolución de la propia empresa. En la medida en que las decisiones del directivo tengan menos carga rutinaria y vayan apareciendo por el contrario elementos de innovación, creatividad, etc., entrarán en la esfera impulsora que se identifica a continuación.

**Ámbito Impulsor.** Además de la aportación de capital y el desempeño de la gestión de la empresa, parece claro que el hombre-empresario asume otras funciones menos “tangibles” o formalizables, como la capacidad de iniciativa, de innovación, de captación de oportunidades de negocio, etc. Entre estas últimas funciones escasamente formalizables se encuentra en un lugar prominente la “asunción de riesgos” (Knight, 1947). En este sentido, hay que señalar, desde nuestro particular punto de vista, que esta función va más allá del ámbito financiero, pues puede hacer referencia a la búsqueda de nuevos mercados, nuevas alianzas estratégicas, procesos de reconversión/ampliación o la creación de nuevos productos, con lo que viene a englobar el surgimiento de nuevos proyectos innovadores dentro de la gran empresa (*corporate entrepreneurship* o *intrapreneurship*).

No obstante, incluso en el sentido estrictamente financiero, esta faceta impulsora puede conllevar una dosis de riesgo como consecuencia de una inversión de capital pero, a diferencia de la esfera capitalista, que puede limitarse a invertir los recursos financieros en un proyecto que le viene dado, el impulsor puede asumir una carga de riesgo incluso más intensa, pues no sólo puede invertir sus recursos propios sino que, en muchas ocasiones suele movilizar recursos ajenos, a fin de materializar un proyecto empresarial que él mismo diseña.

En un principio, cabe percibir que la función impulsora se asimila, en gran medida, a la figura del emprendedor o, más precisamente, del “empresario-promotor” (Mises, 1980), sin embargo, hay que tener presente que, en su sentido más estricto, el término emprendedor o promotor posee una clara connotación limitada al inicio de la vida empresarial. Es obvio que el “espíritu de iniciativa” en que tácitamente se fundamenta el enfoque de Mises –al igual que la “perspicacia” ante las posibles oportunidades de negocio (Kirzner, 1979), la asunción de riesgos (Knight) o la aplicación de combinaciones innovadoras (Schumpeter)-, se extiende a lo largo de la vida de la empresa, la cual, en última instancia, cabe concebir como una sucesión de “proyecto de negocios” en el tiempo. Ello constituye una de las razones por las que parece preferible la denominación de “impulsor” –que además de “promotor” implica también “dinamizador”- en lo referente a esta tercera faceta funcional del empresario, pues refleja mejor el carácter permanente y no exclusivamente esporádico de la actividad de la unidad empresarial. De otro lado, también hay que tomar en consideración que el empresario no tiene que adquirir necesariamente tal condición cuando crea, “emprende” o “promueve” una determinada empresa, sino también cuando diseña o simplemente mantiene vivo un proyecto empresarial, aunque la empresa como tal estuviera ya creada con anterioridad.

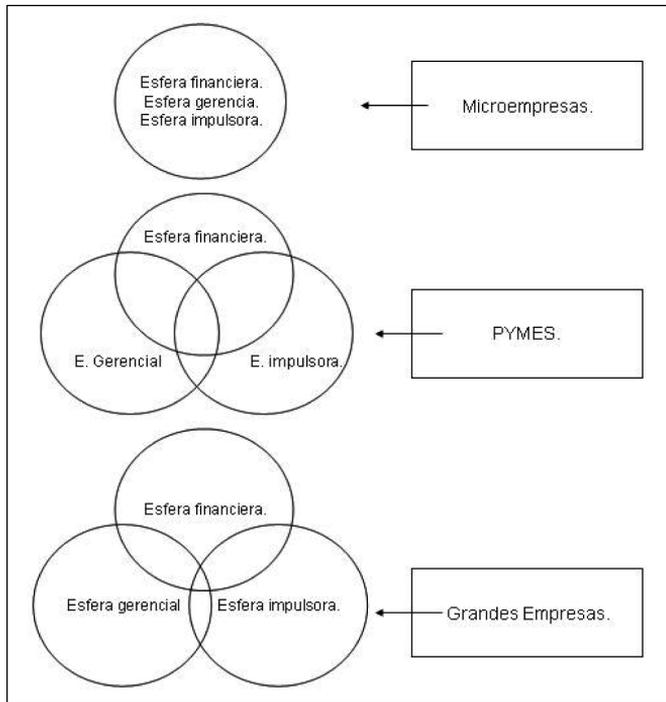
En definitiva, lo que viene a determinar la función empresarial en este “ámbito impulsor” es la asunción de la responsabilidad por la propia existencia de la empresa, con independencia del ejercicio diario de la gestión o de la aportación de los recursos de capital. Esta responsabilidad conlleva, como mínimo, un proceso de toma de decisiones –siempre impregnado de alguna dosis de

incertidumbre- imprescindible para la simple supervivencia de la empresa, pero también puede englobar otras funciones con mayor carga de dinamismo; y no sólo en lo que se refiere a la aplicación de las funciones básicas ya señaladas (innovación, asunción de riesgos, perspicacia, etc.) sino también en lo referente a la simple adopción o puesta en marcha de políticas apropiadas para alcanzar los típicos objetivos empresariales de crecimiento, rentabilidad, etc.. Derivado de lo anterior, la función impulsora también viene a representar lo que se denomina “cultura” –o personalidad- de la empresa, la cual se refleja simultáneamente tanto en los objetivos que persigue como en el estilo de desenvolvimiento, y en ello, indudablemente, es determinante el rol del hombre-empresario.

Al menos, en el inicio del proceso empresarial y en el caso de las PYMES, y más aun en el de las microempresas, el hombre-empresario concita las tres esferas funcionales y, en mayor o menor medida, las desarrolla posteriormente. El solapamiento al menos parcial de estos tres ámbitos de la función empresarial suele ser frecuente y sólo en los casos de grandes empresas o en las organizaciones relativamente complejas, esta diferenciación de esferas funcionales suele ser claramente observable en la práctica (figura VIII.5).

Naturalmente, la emergencia y el desarrollo de la actividad está condicionada por numerosos factores de diferente naturaleza: personales-psicológicos, económicos, institucionales y sociales. Las políticas dirigidas a fomentar o estimular el espíritu empresarial en una determinada economía, exigiría el análisis pormenorizado de cada uno de esos factores para el caso en cuestión. No obstante, desde una perspectiva genérica, conviene distinguir tres categorías analíticas que exigirían un tratamiento diferenciado en su relación con la esfera impulsora del empresario (figura VIII.6).

**Figura VIII.5: Las esferas funcionales del empresario**



*Fuente: Guzmán (2006:380)*

**a) Funciones.** Representan los componentes sobre los que se desarrolla en la práctica la denominada función impulsora. El empresario, en su actividad, desarrolla una acción de captación de una oportunidad de negocio, puesta en marcha de un proyecto (iniciativa), asume riesgos y también puede poner en práctica un proceso innovador. El desarrollo de estas subfunciones impulsoras tiene lugar cuando se crea la empresa, en la fase promotora, y viene a configurar lo que normalmente se conoce como la acción de “emprender”.

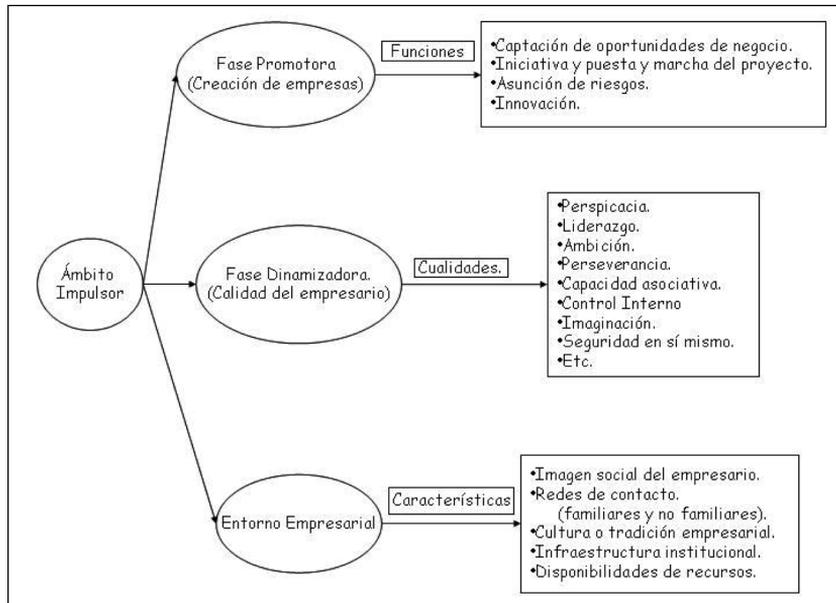
**b) Cualidades.** Representan las características cualitativas que inciden sobre la actividad del empresario, no sólo en el momento de crear su empresa, sino a lo largo de la vida de ésta. Estas cualidades son las que, en última instancia, vienen a discriminar el

proyecto empresarial de una mera supervivencia y el que persigue un objetivo de dinamismo: crecimiento y generación de empleo.

**c) Entorno.** Representa las características de índole económica, sociales e institucionales que vienen a condicionar, positiva o negativamente, el desenvolvimiento de la actividad empresarial en una determinada economía. Hasta tiempos recientes, las políticas de apoyo al empresariado se limitaban a la aplicación de los llamados *hard incentives* que, en muchas ocasiones, han obtenido escasos resultados, debido fundamentalmente a las restricciones conceptuales que con frecuencia han acompañado la compleja actividad desarrollada por el agente empresarial.

Parece necesario, por tanto y como puede derivarse de lo expuesto en las páginas anteriores, que la investigación en el campo del entrepreneurship, en su nivel agregado, adopte unos enfoques multidisciplinares que tomen en consideración las distintas naturalezas de la función empresarial así como las distintas características de las empresas en el proceso de crecimiento económico. Todo ello con el objetivo último de explicar mejor el crecimiento endógeno y la generación de empleo en todo contexto de economía de mercado.

**Figura VIII.6. Categorías analíticas de la esfera impulsora**



Fuente: Guzmán (2006: 381)

## 5. LA FUNCIÓN INNOVADORA

El estudio del empresario en el análisis económico ha tenido como principal objetivo precisar las actividades básicas del empresario. Desde nuestra perspectiva de estudio, hay que destacar que en la mayoría de estos trabajos figura la innovación como un rasgo esencial de la función empresarial. A partir de estos estudios, investigaciones más recientes han puesto de manifiesto la relevancia de la función innovadora en la calidad del empresario y en su actividad promotora. De este modo, el análisis económico ha obtenido resultados concluyentes sobre la vinculación entre ambos términos que resumidamente podemos formular del siguiente modo:

- La innovación es una competencia básica de la función empresarial. Ser innovador es uno de los rasgos básicos del empresario.

- La calidad y la emergencia empresarial se ven favorecidas por el comportamiento innovador del empresario.

Para analizar la primera de las proposiciones utilizamos la síntesis anterior de la función empresarial. Dicha taxonomía sitúa claramente a la innovación en el ámbito de la esfera impulsora y por tanto dentro del núcleo de las funciones del empresario, como se aprecia en la figura 6. La tarea de emprender un nuevo negocio, renovar sustancialmente el actual, internacionalizar la empresa, diferenciar la producción o crear nichos de mercado son decisiones estratégicas habituales en las empresas que poseen un marcado carácter innovador. De este modo, los nuevos proyectos innovadores son instrumentos valiosos para dinamizar la organización, mientras que la introducción de novedades importantes en el mercado conlleva en no pocas ocasiones el nacimiento de una nueva empresa.

La trascendental figura del empresario se halla muy presente en la teoría de la innovación. La teoría schumpeteriana, por ejemplo, presta especial atención a la faceta promotora al señalar que las nuevas empresas con innovaciones que incorporan mayores novedades impulsan el proceso de “destrucción creativa” de la economía (Schumpeter, 1976). Igualmente queda patente la importancia del empresario cuando este autor analiza el trascendental fenómeno de la difusión mediante las sucesivas “oleadas” de mejoras incrementales y al estudiar el papel de los imitadores en el ciclo vital de las innovaciones. Todas estas manifestaciones del impulso innovador pueden encuadrarse sin dificultad en la esfera promotora y en la esfera dinamizadora descritas anteriormente.

Dentro de la esfera impulsora, cabe distinguir la calidad empresarial (Santos, 2001) y la emergencia empresarial (Cáceres, 2002), aspectos que se corresponden respectivamente con las subesferas dinamizadora y promotora de la función empresarial, destacándose en estos estudios la importancia de la innovación en ambos casos.

Respecto a la calidad empresarial, se ha podido contrastar una relación significativa y positiva entre calidad empresarial y comportamientos dinamizadores, los cuales desarrollan las competencias propias de la subesfera dinamizadora de la función empresarial. Santos (2001)

establece cuatro categorías en este tipo de comportamiento: la ambición o capacidad de crecimiento, la capacidad de innovación, el asociacionismo o espíritu de colaboración, las iniciativas dinamizadoras o espíritu emprendedor y la capacidad de planificación. Sus resultados confirman el planteamiento teórico e indican que los comportamientos innovadores constituyen una de las principales fuentes de calidad empresarial. Si la innovación se desarrolla de forma sistemática generará además sinergias positivas con el resto de comportamientos dinamizadores, ya que las rutinas innovadoras formalizan aspectos tan importantes como la colaboración, el trabajo en grupo y la experimentación (Drucker, 1997).

Las investigaciones sobre emergencia empresarial, por su parte, estudian la aparición de empresarios a partir de factores que influyen en las tres esferas de la función empresarial. En este sentido, Cáceres (2002) clasifica los factores explicativos de la emergencia en cuatro categorías: “características personales”, “contexto económico”, “contexto social” y “formación y experiencia laboral” del empresario potencial. Estas cuatro categorías suelen estar influidas por otra categoría denominada “acción institucional”, integrada por variables del entorno que generalmente actúan de forma indirecta sobre la emergencia empresarial, como son las “medidas gubernamentales de apoyo empresarial”, el “grado de desregulación” y “otras acciones relacionadas con el papel del gobierno”, según indica este autor. Dentro de la categoría denominada “características personales” se señala que la propensión a innovar es un rasgo psicológico asociado a la esfera impulsora del empresario que el autor relaciona con las funciones de convivencia con la incertidumbre y captación de oportunidades. Por otro lado, el “contexto social” influye sobre la subesfera promotora, mientras que los valores culturales del contexto inciden en la esfera impulsora al influir indirectamente en los rasgos psicológicos de los individuos. La “formación y experiencia laboral”, por su parte, influyen sobre la emergencia empresarial al afectar al desarrollo de las esferas gerencial e impulsora, mientras que las variables del “contexto económico” afecta a las esferas financiera e impulsora. Por tanto, la investigación señala diversos factores relacionados con la emergencia empresarial que afectan a la esfera impulsora del empresario y en particular a la función innovadora.

Como conclusión de lo anterior podemos señalar la importancia de la innovación en la función empresarial, no sólo a la hora de definir la denominada esfera impulsora, sino también entre los factores condicionantes de la calidad y la emergencia empresarial.

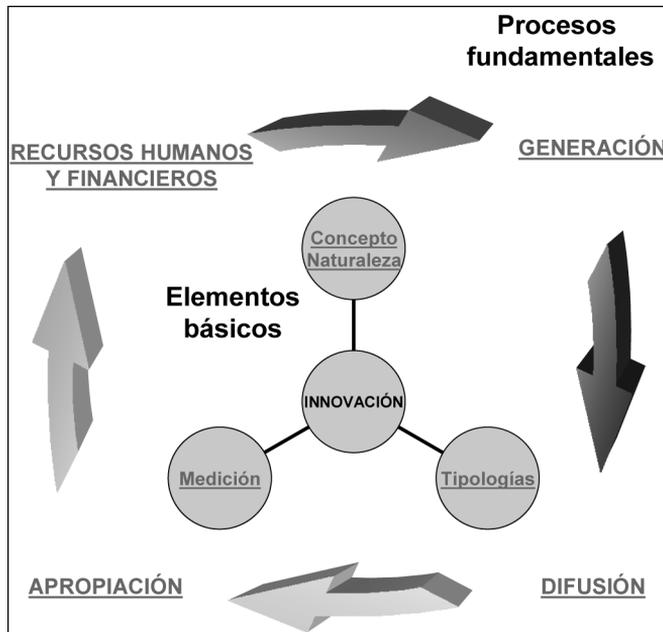
## **6. ELEMENTOS BÁSICOS Y PROCESOS FUNDAMENTALES DE LA INNOVACIÓN: UN MARCO TEÓRICO DE ESTUDIO**

La innovación es un proceso complejo orientado a la creación de novedades con impacto económico que ha suscitado un interés creciente en la comunidad científica por su gran implicación en cuestiones tan importantes como el crecimiento económico, la creación de empleo y, por tanto, en la capacidad emprendedora. Desde una perspectiva económica, el fenómeno globalizador y el continuo cambio tecnológico han situado a la innovación tecnológica en el centro de la estrategia competitiva de los países. Desde una perspectiva meramente empresarial, existe la convicción general de que la supervivencia y competitividad del tejido empresarial autóctono, especialmente en los países más desarrollados, dependerán en gran medida de la participación eficaz de actividades innovadoras en las cadenas de valor de las organizaciones y su repercusión final sobre la rentabilidad empresarial. Corresponde, pues, a los empresarios la complicada tarea de adaptar y proyectar sistemáticamente sobre el mercado los logros y capacidades del sistema de innovación en el que participan. De este modo, las particularidades del tejido empresarial y la idiosincrasia de los emprendedores condicionan sustancialmente el resultado global de los sistemas de innovación.

Una vez ubicada la innovación en la esfera impulsora y analizada su influencia en la calidad y emergencia empresarial, continuaremos nuestro estudio analizando las características del propio fenómeno innovador. Para abordar esta tarea, vamos a presentar un marco teórico original construido a partir de los principales elementos básicos y procesos fundamentales analizados en la teoría de la innovación. Como elementos básicos vamos a estudiar el concepto y naturaleza, las tipologías y la medición de la innovación, mientras que entre los procesos fundamentales analizaremos la generación, difusión, apropiación y los recursos humanos y financieros de la

innovación. Todos estos elementos y procesos, representados en la figura VII.7, son abordados en los siguientes epígrafes.

**Figura VIII.7. Los elementos básicos y los procesos fundamentales de la innovación**



*Fuente: elaboración propia*

### 6.1. Concepto y naturaleza de la innovación

La innovación es un proceso complejo básicamente empresarial orientado a la creación de novedades con impacto económico. Innovar consiste en crear o mejorar productos, procesos productivos, organizativos o de gestión, y en introducir cambios en la estructura de los mercados, todo ello con el fin de conseguir ventajas competitivas sostenibles y mejorar la rentabilidad empresarial. Innovar no es inventar, siendo esta última una actividad fundamental para la innovación tecnológica. Por ejemplo, un desarrollo tecnológico o un prototipo son etapas previas a la innovación en producto.

En la naturaleza de la innovación hay tres componentes fundamentales: conocimiento, tecnología y creatividad. En primer lugar, para innovar hay que generar y acumular conocimiento en la empresa (aprendizaje y experiencia), por ello es considerado el elemento nuclear de la innovación (Lundvall, 1992). La tecnología, por su parte, es la aplicación sistemática del conocimiento a las tareas prácticas (Fernández, 2005). Por último, la creatividad permite hallar soluciones originales a las necesidades del mercado, inferir cambios en la demanda y modificar los procesos internos, concretando todas esas ideas de forma útil y económicamente viable (Drucker, 1997; Amabile, 1998).

## 6.2. Tipologías de la innovación

Las distintas taxonomías vienen a destacar las múltiples expresiones que puede tener la innovación. A efectos de nuestro estudio, podemos establecer tres criterios básicos de clasificación (Guzmán y Martínez, 2008):

**a) Según el objeto en que se manifiesta.** Podemos distinguir entre innovaciones en productos (novedades en bienes y servicios) e innovaciones en procesos (novedades en procesos de producción, gestión, organización y en la creación o modificación de los mercados, tanto de distribución como de aprovisionamiento). Diversas investigaciones indican que la primera categoría ejerce un efecto impulsor mayor sobre el comportamiento innovador en las empresas, mientras que la segunda suele estar asociada a la reducción de costes y el aumento de la capacidad competitiva de las empresas. No obstante, existen importantes conexiones entre ambas, ya que hay innovaciones en productos que conllevan innovaciones en procesos (productivos, mercados, etc.) y viceversa, por ejemplo, un nuevo mercado que necesita mejoras sustanciales en el producto ya existente.

**b) Según el grado de novedad.** En este caso, cabe diferenciar entre:

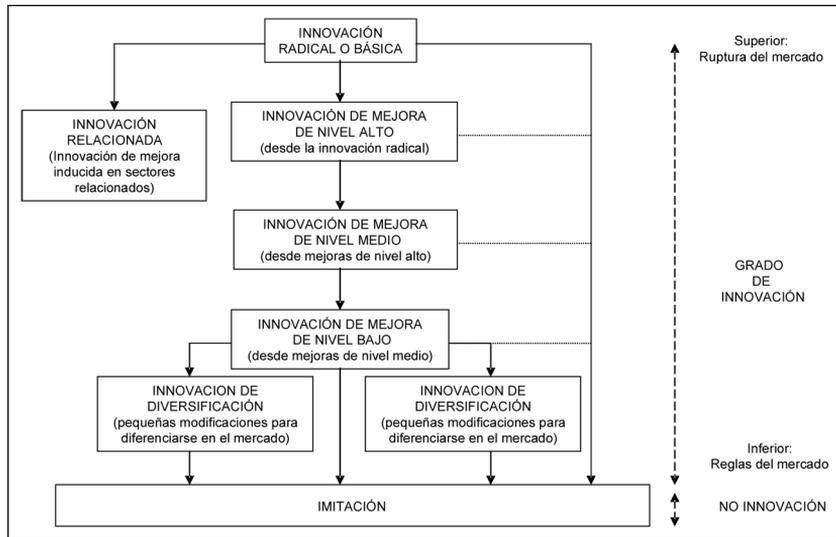
- innovaciones radicales, básicas o primarias, referidas normalmente a productos o procesos totalmente nuevos en el mercado;

- innovaciones incrementales, secundarias o progresivas, cuando se trata de mejoras realizadas sobre productos o procesos ya existentes y que, por tanto, aportan menor novedad al mercado.

El grado de novedad también puede estar referido a escala mundial, de forma que el “grado de novedad” es un continuo en cuyo extremo superior estarían los productos o procesos nuevos a escala mundial y en cuyo nivel más bajo se sitúan las mejoras imitativas que adaptan los productos y procesos de la empresa a la norma del mercado, estableciéndose una jerarquía de innovaciones como la que aparece en la figura VIII.8.

**c) Según la finalidad estratégica.** La innovación puede responder a una orientación estratégica ofensiva, cuando se toma la iniciativa para cambiar las condiciones competitivas del mercado, o defensiva, cuando busca la adaptación a la tendencia del mismo. Un ejemplo más elaborado es la tipología de Abernathy y Clark (1985), que identifica cuatro categorías orientativas a partir de la influencia posible de la innovación en las condiciones del mercado y en las condiciones tecnológicas del sector; denominando “arquitectónica” a la innovación que rompe tanto las condiciones de mercado como las tecnológicas, “revolucionaria” si transforma las condiciones tecnológicas manteniendo la estructura del mercado, “creación de nichos” si al crear nuevos mercados las condiciones tecnológicas no se alteran, y “regular” cuando no se altera sustancialmente las condiciones de mercado ni las condiciones tecnológicas.

**Figura VIII.8. Jerarquía de las innovaciones**



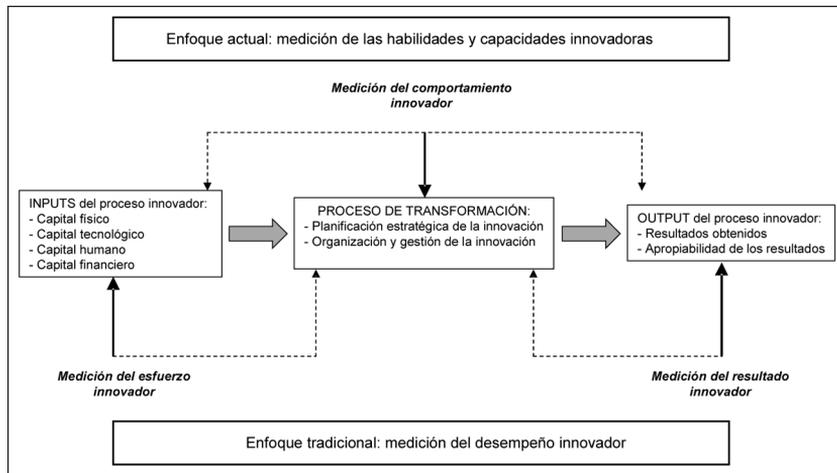
Fuente: Martínez (2010: 52)

### 6.3. La medición del proceso innovador

La valoración de la innovación nos sitúa en el centro del debate entre los enfoques tradicionales y actuales. El primero de ellos se corresponde con los llamados modelos lineales o clásicos, en los cuales las innovaciones se originan indefectiblemente en el departamento de I+D y, tras recorrer secuencial y ordenadamente las distintas fases productivas, finaliza en el mercado. Esta es una visión sistémica simplista centrada en los inputs y outputs de un proceso básicamente tecnológico sin retroalimentación entre áreas funcionales. En este caso, el esfuerzo en I+D es el factor determinante del proceso de innovación (tecnológica). Por el contrario, el enfoque actual o interactivo considera a la innovación como un proceso integral de la empresa, en el que todas las áreas funcionales tienen participación y en el que el proceso de feed-back, interno y externo, es un factor esencial del proceso de transformación interno que explica la generación de innovaciones, como queda representado en el célebre modelo de Kline (1985). Este enfoque resulta más completo y acertado (OCDE, 1997) ya que

centra la atención en el desempeño innovador y permite estudiar la innovación no tecnológica, si bien dificulta el análisis empírico de la innovación a nivel agregado.

**Figura VIII.9. Los enfoques tradicional y actual del proceso innovador**



Fuente: Martínez (2010: 61)

Siguiendo el marco teórico establecido, llega el momento de estudiar cómo aparecen y evolucionan las innovaciones y cuáles son los principales condicionantes del proceso innovador en las empresas, es decir, de profundizar en lo que hemos llamado los procesos fundamentales de la innovación.

#### 6.4. El proceso de generación de innovaciones

Existen dos enfoques teóricos básicos sobre la aparición de innovaciones: los modelos de mercado y los modelos de organización. En los primeros, la innovación es impulsada por factores externos a la organización. Estos modelos se basan en el llamado “tirón de la demanda” pues las condiciones de la demanda y la tecnología disponible determinan el conjunto de posibilidades innovadoras de las empresas de cada sector (patrones sectoriales de innovación). Según estos modelos, el nivel de innovación

depende de la especialización productiva del territorio, es decir, de las características de los sectores dominantes (Pavitt, 1984; Dosi et al., 1990).

Los modelos de organización, basándose en el denominado “empujón de la oferta”, sitúan por el contrario el origen de la innovación en el ámbito interno de las empresas (Schumpeter, 1976). Para ello remarcan el carácter específico de la innovación, los principios de racionalidad limitada (Simon, 1979), el oportunismo en la toma de decisiones (Williamson, 1989) y la importancia de la estrategia y la estructura organizativa en los resultados innovadores de las empresas. No obstante, existe cierta complementariedad entre ambos modelos, ya que en las etapas iniciales o de introducción de la innovación predomina el empujón de la oferta y en la fase de madurez es mayor el tirón de la demanda (Freeman et al., 1985).

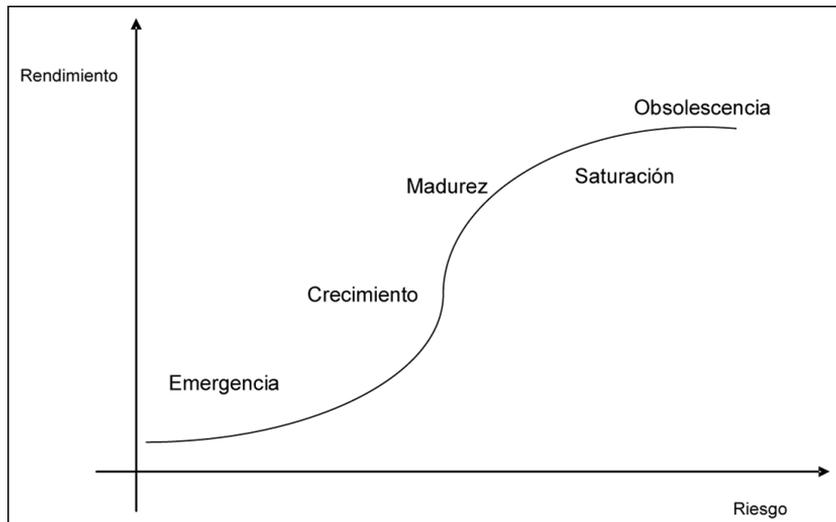
## 6.5. El proceso de difusión de las innovaciones

La introducción de una innovación radical inicia un proceso de difusión en el mercado mediante una corriente de mejoras que ofrecen mejoras progresivas para satisfacer nuevos segmentos de demanda y aumentar la productividad. El proceso de transferencia de conocimientos y tecnologías a través de las innovaciones es fundamental para el crecimiento económico ya que afecta tanto al nivel general de inversiones, a través de la acumulación de capital, como a la competitividad global de la economía, mediante la difusión de las novedades tecnológicas en los mercados. La difusión no tiene carácter instantáneo, siendo en realidad un proceso dilatado y variable según dos categorías de factores:

**a) El ciclo de vida de la innovación**, relacionado con el cambio tecnológico (obsolescencia) y la rentabilidad de las inversiones. El proceso puede resumirse del siguiente modo: una vez que la innovación radical ha alcanzado el éxito en el mercado, surgen competidores que pretenden aportar mejoras sustanciales sobre la idea original. En el transcurso del tiempo, la intensidad de las novedades sucesivas va disminuyendo, hasta reducir la actividad innovadora a la introducción de pequeñas modificaciones que no pretenden más que sostener el mercado sin apenas inversiones a base de introducir pequeñas diferencias de escaso valor tecnológico.

Los autores evolucionistas vincularon la difusión a la rentabilidad de cada etapa del “ciclo vital” de la innovación. Esta evolución suele representarse mediante una curva logística con una serie de etapas o fases (inicial, crecimiento, madurez, saturación y obsolescencia), como muestra la figura VIII.10. La duración de cada etapa del ciclo de vida tecnológico es variable dependiendo, principalmente, de las condiciones de la demanda y de la evolución de las tecnologías.

**Figura VIII.10: Ciclo de vida de las innovaciones**



*Fuente: Hidalgo et al. (2002: 26)*

**b) Las redes interempresariales.** Las redes de empresas adquieren un papel fundamental en la difusión tecnológica al facilitar la difusión del conocimiento y, por tanto, la aparición innovaciones. Entre los factores endógenos que condicionan la intensidad de la difusión de los conocimientos entre las empresas podemos destacar:

- El grado de especialización de las distintas unidades productivas.
- La existencia de economías externas.
- El aprovechamiento de los denominados beneficios de la proximidad, como los valores culturales, las redes interpersonales, la facilidad para la movilidad de los individuos, etc.

- Las características sectoriales, que potencian las relaciones según el tipo de actividad productiva.

Estas agrupaciones pueden incorporar otras organizaciones del entorno, públicas y privadas, especializadas en investigación o en otras actividades de interés para la red (actividades de comercialización y distribución), resultando especialmente beneficioso para la difusión del conocimiento la integración de centros tecnológicos y spillovers universitarios en citadas las redes de empresas.

## 6.6. La apropiación de las innovaciones

El éxito de una innovación en el mercado supone la explotación de una especie de monopolio temporal cuyas rentas pueden diluirse a causa de los problemas de apropiación. La innovación es consecuencia de un esfuerzo inversor que posee unas expectativas de rentabilidad con un plazo de recuperación, de forma que la apropiación del resultado condiciona la viabilidad del proyecto. Por ello, desde una perspectiva empresarial, tan importante como alcanzar la innovación es su apropiación para poder internalizar los frutos del esfuerzo financiero y humano. Existen diversas fórmulas de apropiación de las innovaciones (Fernández, 2005):

- El sistema de propiedad industrial, que es el conjunto de derechos exclusivos con los que el ordenamiento jurídico protege temporalmente los resultados de las investigaciones (patentes, modelos de utilidad, dibujos industriales y signos comerciales como las marcas, nombres y rótulos comerciales).
- Los secretos comerciales, o capacidad de mantener bajo custodia los propios descubrimientos y novedades.
- La regularidad innovadora, basada en la continuidad del proceso de introducción de innovaciones con el fin de anticiparse a los competidores. En este caso, la ventaja competitiva consiste en hacer obsoleta prematuramente las innovaciones con lo que se anula la utilidad de la imitación.

## 6.7. Los recursos financieros y humanos en la innovación

La financiación es un obstáculo habitual para la innovación debido a que la incertidumbre asociada a este tipo de proyectos es un freno muy importante para la financiación ajena, mientras que la autofinanciación tiene un importante coste fiscal y resulta difícil en las empresas pequeñas y de reciente creación. Frente a las fórmulas habituales de crédito bancario existen entidades especializadas en capital riesgo que promueven la participación accionarial de carácter temporal en las empresas innovadoras (capital riesgo formal) e inversores privados o business angels que financian temporalmente proyectos innovadores, generalmente tecnológicos, a corto y medio plazo (capital riesgo informal).

En el caso de los recursos humanos, una vez destacado y analizado el papel del empresario, hay que señalar la relevancia del resto de personas involucradas en la innovación (Senge, 1992; Nonaka y Takeuchi, 1995). La innovación tiene su base en los conocimientos, correspondiendo a los individuos la labor de desarrollar y aplicar los conocimientos organizativos y la tarea de incrementar ese stock disponible mediante el aprendizaje. Por otra parte, la influencia que tiene el nivel de cualificación profesional de los empleados sobre la innovación ha quedado patente en diferentes estudios, mientras que en otras investigaciones queda patente que la calidad del sistema de educación científica favorece la capacidad y eficiencia del aprendizaje y la capacidad de innovar, así como la absorción de novedades tecnológicas y la generación de nuevas innovaciones a partir de ellas.

## 7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABERNATHY W. J.; CLARKE, K. B. (1985). "Innovation: mapping the winds of creative destruction", *Research Policy*, Vol. 14, N. 1, pp. 3-22.

ACS, Z.; AUDRETSCH, D. (2003). *The International Handbook of Entrepreneurship*, Kluwer Academic Publishers, Boston/Dordrecht.

AMABILE, T. M. (1998). "How to kill creativity", *Harvard Business Review*, Vol. 76, N. 5, pp. 77-87.

AUDRETSCH, D.; THURIK, R. (2000). "Capitalism and democracy in the 21 st. Century: from the managed to the entrepreneurial economy", *Journal of Evolutionary Economics*, Vol. 10, N. 1-2, pp. 17-34.

CÁCERES CARRASCO, F. R. (2002). *Entorno socioeconómico y espíritu empresarial. Factores determinantes de la emergencia de empresarios en Andalucía Occidental*. Publicaciones de la Universidad de Sevilla.

DOSI, G.; PAVITT, K.; SOETE, L. (1990). *The economics of technical change and international trade*, Prentice Hall, Hemel Hempstead (UK).

DRUCKER, P. F. (1997). *La innovación y el empresario innovador. La práctica y los principios*, Apóstrofe, Barcelona.

FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, E. (2005). *Estrategia de innovación*, Internacional Thomson Editores Spain Paraninfo, Madrid.

FONTELA, E.; GUZMÁN, J. (2003). "La Teoría Circular del Desarrollo: un enfoque complejo". *Estudios de Economía Aplicada*, Vol. 21, N. 2, pp. 221-242.

FREEMAN, C.; CLARK J.; SOETE, L. (1985). *Desempleo e innovación tecnológica. Un estudio de las ondas largas y el desarrollo económico*, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid.

GUZMÁN, J. (1994). "Towards a taxonomy of entrepreneurial theories", *International Small Business Journal*, Vol. 12, N. 4, pp. 77-88.

GUZMÁN, J. (2006). "El rol del entrepreneurship en el proceso del crecimiento económico", *Estudios de Economía Aplicada*, Vol. 24, N. 2, pp. 361-387.

GUZMÁN, J.; MARTÍNEZ ROMÁN, J. A. (2008). "Tipología de la innovación y perfiles empresariales. Una aplicación empírica", *Economía Industrial*, Vol. 368, pp. 59-77.

HEBERT, R. F.; LINK, A. N. (1989). "In search of Meaning of Entrepreneurship", *Small Business Economics*, Vol. 1, N. 1, pp. 39-50.

HIDALGO NUCHERA, A.; LEÓN SERRANO, G.; PAVÓN MOROTE, J. (2002). *La gestión de la innovación y la tecnología en las organizaciones*, Pirámide, Madrid.

KIRZNER, I. M. (1979). *Perception, Opportunity and Profit: Studies in the Theory of Entrepreneurship*, University of Chicago Press, Chicago.

KLINE, S. (1985). "Innovation is not a linear process", *Research Management*, Vol. 28, N. 4, pp. 36-45.

KNIGHT, F. (1947). *Riesgo, Incertidumbre y Beneficio*, Aguilar, Madrid.

LEIBENSTEIN, H. (1968). "Entrepreneurship and Development", *American Economic Review*, Vol. 58, N. 2, pp. 72-83.

LUNDVALL, B. (1992). "User-Producer Relationships, National System of Innovation and Internationalisation", en Lundvall, B. (ed.) *National systems of innovation: towards a theory of innovation and interactive learning*, pp. 45-67, Pinter Publishers, London.

MARTÍNEZ ROMÁN, J. A. (2010). *Análisis y modelización del comportamiento innovador de las empresas. Una aplicación a la*

*provincia de Sevilla*, Colección Premio de Investigación, Consejo Económico y Social de Andalucía, Sevilla.

MISES, L. (1980). *La Acción Humana; Tratado de Economía*, Unión Editorial, Madrid.

NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. (1995). *The knowledge creating company. How Japanese companies create the dynamics of innovation*, Oxford University Press, New York.

OECD (1997). "Oslo Manual", *Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*, The Measurement of Scientific and Technological Activities Series, Paris.

PAVITT, K. (1984). "Sectoral patterns of technical change: Towards a taxonomy and a theory", *Research Policy*, Vol. 13, N. 6, pp. 343-373.

SANTOS CUMPLIDO, F. J. (2001). *La calidad del empresario sevillano*, Sociedad Siglo XXI, Diputación de Sevilla.

SCHUMPETER, J. A. (1976). *Teoría del Desarrollo Económico*, Fondo de Cultura Económica, México.

SENGE, P. M. (1992). *La quinta disciplina. Cómo impulsar el aprendizaje en la organización inteligente*, Granica, Barcelona.

SIMON, H. A. (1979). "Rational Decision Making in Business Organization", *American Economic Review*, Vol. 69, N. 4, pp. 493-513.

WENNEKERS, S; THURIK, R. (1999). "Linking Entrepreneurship and Economic Growth", *Small Business Economics*, Vol. 13, N. 1, pp. 27-55.

WILLIAMSON, O. E. (1989). *Las instituciones económicas del capitalismo*, Fondo de Cultura Económica, México.