

El capital social como factor de competitividad y desarrollo empresarial

En las últimas décadas, un número creciente de estudios encuentran en el capital social una parte importante de la explicación del desarrollo socioeconómico de naciones, regiones o comunidades. Este artículo sintetiza en primer lugar estas diferentes perspectivas sobre el concepto de capital social, para posteriormente definir de forma operativa el concepto y explicar los principales mecanismos y procesos a través de los cuales el capital social puede conducir al desarrollo. Por último, se presentan los resultados de una investigación que muestra de forma empírica como el empresario utiliza su capital social para innovar, aumentar su competitividad y mejorar sus resultados empresariales, en el caso concreto de nuestro estudio.

Azken hamarkadetan, geroz eta azterlan gehiagok aurkitzen dute gizarte kapitalean nazio, eskualde edo komunitateen garapen sozio-ekonomikoaren azalpenaren zati garrantzitsua. Artikuluak, lehenik kapital sozialaren kontzeptuari buruzko ikuspegi desberdinak laburtzen ditu; ondoren modu operati-boan kontzeptua definitzen du eta kapital sozialak garapenera eramateko baliagarri izan daitezkeen tresna eta prozesu nagusiak azaltzen ditu. Azkenik ikerketa baten emaitzak aurkezten dira, enpresek, gure azterlanaren kasu konkretuan, berritzeko, lehiakortasuna handitzeko eta enpresa-emaitzak hobetzeko beren kapital soziala nola erabiltzen duen modu enpirikoan erakusten duen ikerketarenak.

In the last decades, an increased number of studies find in the social capital, an important part of the explanation to the social economic development of nations, regions or communities. The present article synthesises these different perspectives about the concept of the social capital, so that it can, later on, define operatively the concept and explain the principal mechanisms and processes through which the social capital can lead to development. Finally, there will be presented results of an investigation, that shows in an empirical way, how the employer can use his social capital in order to innovate, increase his competitiveness and improve his management results, as far as our study is concerned.

ÍNDICE

1. ¿Qué es el capital social?
2. Los impactos socioeconómicos del capital social
3. La medición del capital social y de su contribución al desarrollo
4. Estudio de caso: el capital social del empresariado andaluz
5. Conclusiones

Referencias bibliográficas

Palabras clave: capital social, conocimiento, competitividad empresarial

N.º de clasificación JEL: A14, R13, R58, 010

1. ¿QUÉ ES EL CAPITAL SOCIAL?

Con la globalización y la nueva economía surgen nuevas oportunidades y riesgos para el desarrollo de las economías, nacionales, regionales o locales. Por un lado, la mayor interdependencia e intensificación de los flujos financieros, comerciales y tecnológicos entre los sistemas productivos, por otro, los cambios en la organización económica y geográfica de la producción y la distribución, así como, las nuevas formas de trabajo, aumentan las presiones competitivas de los espacios socioeconómicos.

El ritmo acelerado de estos cambios exige a las sociedades una readaptación continua de sus economías y una intensificación de su capacidad de innovación. Para que las economías puedan

aumentar el ritmo innovador y, por consiguiente, la competitividad empresarial y el desarrollo, uno de los recursos más importantes a movilizar puede ser el capital social, *economic-oriented*.

El capital social es un concepto incorporado recientemente al acervo de categorías de análisis de las ciencias sociales, sobre el que existen bastantes expectativas para explicar algunos procesos sociales, como por ejemplo los que favorecen el desarrollo económico. El despliegue del concepto de capital social y su actual influencia en la ciencia social se debe en gran medida a los trabajos de Pierre Bourdieu (1986), y, más especialmente, de James Coleman (1987, 1988, 1990) y Robert Putnam (1993, 1995, 2000) que identifican el capital social como el conjunto de normas y organizaciones sociales —verticales y hori-

zontales— que facilitan la cooperación de los agentes en la persecución de un beneficio común y tienen un impacto en la eficacia y eficiencia de una comunidad.

Sin embargo, la primera referencia conocida al concepto actual de capital social se encuentra en los escritos de Lyda J. Hanifan (1916) quien lo describe como aquellos componentes intangibles de gran importancia en la vida de las personas: «la buena voluntad, el compañerismo, la empatía y las relaciones sociales entre individuos y familias que conforman una unidad social... Si una persona establece contacto con sus vecinos y éstos con otros vecinos, se producirá una acumulación de capital social que, posiblemente, satisfaga sus necesidades sociales y conlleve, a la vez, un poder social suficiente como para generar una mejora importante de las condiciones de vida de toda la comunidad».

La noción de capital social no volvió a aparecer, después de Hanifan, hasta los años cincuenta cuando lo retomó un equipo de sociólogos urbanos (Seely, Sim y Loosley, 1956); en los sesenta, se sumaron un teórico del intercambio (Homans, 1961) y un experto en urbanismo (Jacobs, 1961) y; en los años setenta, el economista Loury (1977), quien lo empleó para referirse a los recursos inherentes a las relaciones familiares que resultan útiles para el desarrollo cognitivo o social del niño o del adolescente y en su estudio sobre los mercados de trabajo (1987).

Posteriormente, Coleman (1988) analizó el capital social en el ámbito de la educación señalando su carácter complementario con el capital humano; y Putnam (1993 y 1995), en el campo de la participación cívica y el comportamiento institucional.

Tanto Putnam como Fukuyama (1995) aplicaron el concepto en el nivel regional y nacional. Bourdieu (1979) y Bourdieu y Passeron (1970) utilizaron un concepto muy relacionado, el capital cultural. Coleman y Putnam son la fuente de inspiración de la mayor parte de las investigaciones actuales que abarcan ya nueve campos fundamentales: desarrollo económico, vida comunitaria (virtual y cívica), trabajo y organizaciones, democracia y calidad de gobierno, acción colectiva, familia y comportamiento juvenil, educación y escolarización, salud pública y medio ambiente, y delincuencia y violencia.

La definición más conocida del capital social, y al mismo tiempo la más limitada al ser en el plano micro, es la de Putnam, que lo define como un conjunto de asociaciones horizontales entre personas: el capital social consiste en redes sociales («redes de compromiso cívico») junto con las normas asociadas a estas redes que tienen un impacto en la productividad de una comunidad. El rasgo fundamental del capital social en la definición de Putnam es que facilita la coordinación y cooperación para el beneficio común de los miembros de la asociación.

Un segundo concepto de capital social más amplio, en un nivel mesoeconómico, fue introducido por Coleman en 1988. Coleman definió el capital social como «una variedad de diferentes entidades, con dos elementos en común: todos ellos conforman algún aspecto de la estructura social y facilitan la consecución de ciertas acciones entre agentes —ya sean agentes personales o corporativos— dentro de la estructura». Esta definición amplía el concepto para incluir asociaciones verticales además de las horizontales y también el comportamiento

dentro de y entre otras entidades tales como las empresas.

Una tercera definición del capital social, todavía más general al incorporar el nivel macro, incluye el entorno social y político que da forma a la estructura social y permite el desarrollo de normas. Además de las relaciones horizontales y jerárquicas, informales, y frecuentemente locales, incluidas en las dos primeras definiciones, este enfoque añade las relaciones y estructuras institucionales más formales, tales como el gobierno, el régimen político, la ley, el sistema judicial y las libertades civiles y políticas. North (1990) y Olson (1982) han estudiado el impacto de esta concepción más amplia del capital social sobre los resultados macroeconómicos. Según North y Olson las diferencias en renta *per cápita* entre países no pueden explicarse por la distribución *per cápita* de los recursos productivos (tierra y recursos naturales, capital humano, y capital productivo, incluyendo la tecnología). Las instituciones y otros tipos de capital social, junto con las políticas públicas, determinan las ganancias que un país puede extraer de los otros tipos de capital. Olson dice que los países de renta baja, incluso aquellos con una gran cantidad de recursos, no pueden obtener grandes beneficios de la inversión, la especialización y el comercio pues se ven limitados por la carencia de instituciones que refuercen los contratos de forma imparcial y aseguren los derechos de propiedad a largo plazo, así como por políticas económicas mal dirigidas. Otros economistas que han unido el concepto de capital social con temas macroeconómicos son Abramovitz y David (1996), Omori (2001), Hall y Jones (1999), Temple y Johnson (1998).

Estos tres conceptos de capital social no constituyen alternativas, sino más bien diferentes manifestaciones del capital social presente en una sociedad. Las asociaciones horizontales y jerárquicas y las macro-instituciones coexisten, con el fin de maximizar el impacto del capital social en los resultados económicos y sociales. Por ejemplo, las macro-instituciones pueden facilitar la creación de un entorno que favorezca el desarrollo y crecimiento de asociaciones locales, y al contrario, las asociaciones locales pueden fortalecer las instituciones regionales y nacionales. Esta complementariedad promueve la contribución del capital social al desarrollo (Serageldin y Grootaert, 2000). Desde este enfoque, el Banco Mundial declaró en 1998 que «el capital social de una sociedad incluye las instituciones, relaciones, actitudes y valores que gobiernan las interacciones entre los individuos y contribuyen al desarrollo económico y social».

En los últimos años, una nueva corriente de pensamiento económico denominada «neoschumpeteriana» explica el capitalismo moderno como un proceso evolutivo liderado por innovaciones técnicas y organizativas, en el que las empresas se enfrentan a mayores niveles de incertidumbre e inestabilidad que los reconocidos en la teoría neoclásica y, en el que no sólo el mercado sino también las instituciones sociales juegan un papel importante. Esta escuela destaca dos aspectos fundamentales de la innovación: su carácter interactivo y el hecho de que el capital social influye decisivamente en el proceso de innovación (Albuquerque *et al.*, 2000). Dentro de esta perspectiva específica, en la que el punto de vista dominante es el de su utilidad económica, la

Cuadro n.º 1

Definición de capital social

El capital social es la capacidad que tiene un grupo social para:

— Adquirir información

- Técnica
- Organizativa
- Comercial
- Financiera, etc.

— Incorporarla a procesos económicos propios

- Diseño
- Producción
- Distribución
- Post-distribución, etc.

— Y Gestionar tales procesos

Obteniendo como resultado una **mayor innovación**



Desarrollo Económico

Fuente: Román (2001).

definición de capital social que nosotros proponemos es «la capacidad que tiene un grupo social determinado para adquirir información, incorporarla a procesos económicos propios y gestionar tales procesos» (Román, 2001: 18). De lo que se trata es, pues, de que una sociedad sea capaz de transformar la información en conocimiento productivo que conduzca a la innovación.

2. LOS IMPACTOS SOCIOECONÓMICOS DEL CAPITAL SOCIAL

¿Cuáles son los mecanismos a través de los que actúa el capital social y qué

consecuencias tiene? Estas son las preguntas que han sido objeto de mayor atención por parte de los defensores del capital social. En realidad, el capital social ha sido postulado como solución para un amplio catálogo de problemas, desde la creación de capital humano al aumento de la eficacia de las instituciones democráticas, pasando por la reducción de la delincuencia o la erradicación de la pobreza.

Desde una perspectiva también económica, Collier (1998) analiza el capital social y defiende su validez como activo económico. Según este autor, el capital social es social porque surge de una inte-

racción no mercantil entre agentes que, sin embargo, tiene efectos económicos. Los efectos económicos no son internalizados consecuentemente en los cálculos de decisión de cada agente mediante el precio de mercado, es decir, «son» externalidades. El capital social normalmente se caracteriza por su triple relación con las externalidades:

1. Primero, la iniciación de la interacción social siempre implica una externalidad.
2. Segundo, la interacción social tiene un efecto económico que no está mediatizado por el mercado.
3. Tercero, normalmente, este efecto económico no tiene porqué ser el objetivo principal de la interacción social sino que es incidental o involuntario.

El capital social es económicamente beneficioso porque la interacción social genera una u otra de las siguientes tres externalidades¹:

- a) Facilita la transmisión de conocimiento sobre la tecnología y los mercados, lo cual reduce los fallos del mercado en cuanto a información.
- b) Alimenta la transferencia de conocimientos sobre el comportamiento de otros, por lo cual reduce el problema del oportunismo y fomenta la coordinación de actividades.
- c) Al disminuir el problema del oportunismo promueve la toma de decisiones colectivas, así como la acción colectiva y permite emprender colectivamente lo que no puede ser

abordado de manera individual (ej.: *joint ventures* para acometer proyectos empresariales).

A ellas podríamos añadir la asunción y definición, más o menos explícita, más o menos vinculante, de una cierta estrategia colectiva de desarrollo, lo que, en el caso de algunos espacios atrasados, constituye, un elemento fundamental. En resumen, las distintas dimensiones que componen el capital social, tales como las redes, la confianza, las normas de reciprocidad y los valores cívicos, facilitan los intercambios, reducen los costes de transacción y de información y estimulan las iniciativas conjuntas y la gestión colectiva de los recursos.

Respecto a los trabajos empíricos que han intentado demostrar la relación entre capital social y crecimiento y capital social y desarrollo económico, un creciente número de investigaciones indican que el tamaño y la densidad de las redes sociales y las instituciones, así como la naturaleza de las interacciones personales, influyen significativamente en la eficiencia y sostenibilidad de los procesos de desarrollo.

Existe ya un amplio consenso sobre el papel de unas densas redes sociales en el fomento de la confianza, la disminución de los costes de transacción, el mayor acceso a información y el impulso de la innovación². Humphrey y Schmitz (1998) señalan que una de las ventajas competitivas de las empresas manufactureras de Alemania, Japón y algunas regiones de la Italia septentrional es la existencia de un

¹ COLLIER (1998 y 1999), BARDHAN (1995), GROOTAERT (1997), KNACK y KEEFER (1997).

² Entre otros, destacan COOKE y MORGAN (2002), PUTNAM (1993b), BOIX y POSNER (1996), KENWORTHY (1997), GREIF (1989 y 1998).

alto grado de confianza entre los agentes económicos. Los proveedores y clientes mantienen largas relaciones de cooperación y de obligación mutua mediante interacciones repetidas basadas en la confianza y en las redes de relaciones. Asimismo, el compartir información facilita que las empresas se adapten más rápidamente a las demandas cambiantes de los consumidores (Uzzi, 1996 y 1997). El estudio empírico realizado por Guía (2000) muestra también que el capital social de las empresas reduce los costes de transacción en la integración de conocimientos con otros actores interdependientes y actúa sobre la capacidad de las empresas para identificar y asimilar conocimientos valiosos para la empresa, así como para combinarlos y explotarlos.

También existe suficiente evidencia que muestra que los sistemas regionales industriales basados en las redes locales de aprendizaje son potencialmente más flexibles y dinámicos que aquellos en los que el aprendizaje se produce de forma aislada en el interior de cada empresa. Putnam (2000), por ejemplo, realizó un análisis comparativo entre el impacto del capital social en Silicon Valley y en la Ruta 128 en los EE.UU. En Silicon Valley los empresarios se apoyaron en la investigación de las universidades locales y contribuyeron de este modo al desarrollo de una concentración de tecnologías avanzadas. Según Putnam, el éxito de Silicon Valley se debe en gran parte a las redes horizontales de cooperación formal e informal que se desarrollaron entre las empresas jóvenes (y explica el intento actual de replicación en Baja California). Sin embargo, en la Ruta 128, la ausencia de capital social inter-empresarial condujo a una forma de jerarquía corporativa más

tradicional, al secretismo, a la auto-suficiencia y a la territorialidad. Las redes regionales o locales de aprendizaje dan lugar a flujos de información, aprendizaje mutuo y economías de escala.

En este sentido, la Declaración de Ostuni³, formulada en julio de 2003 por un grupo de académicos y planificadores regionales, exponía cuatro rasgos principales del capital social. En primer lugar, el capital social es un factor especialmente relevante en el desarrollo regional, entendiendo el capital social como un ejercicio relacional basado en el mercado y en la confianza, las normas compartidas y las instituciones. En segundo lugar, facilita la cooperación dentro y entre grupos y aumenta la capacidad de realizar acciones colectivas que dan lugar a beneficios mutuos. Tercero, el capital social mejora los procesos colectivos de aprendizaje y constituye un elemento clave en la creación, difusión y transferencia de conocimiento, constituyendo todos estos procesos elementos críticos para la innovación y la competitividad. Por último, estos expertos en políticas regionales declaraban que el capital social cimienta las redes de valor, estimulando los *clusters* regionales de éxito y las estrategias y políticas regionales de innovación. Este asunto es especialmente importante para las regiones menos desarrolladas que tienen un capital social débil y poco conocimiento sobre ciencia y tecnología, pero que sin embargo se deben enfrentar a cambios económicos, tecnológicos y sociales fundamentales (Landabaso, 2003).

³ Declaración de Ostuni, Conferencia de Ostuni *Rethinking Regional Development Policies. The role of social capital in promoting competitiveness in less favoured regions*. Ostuni (Italia): 2 al 5 de julio de 2003.

Como muestra, los Fondos FEDER de la Comisión Europea han financiado desde el año 1994 dos iniciativas sobre estrategias de innovación regional que incluyen el concepto de capital social. Estas iniciativas de apoyo a la innovación en las regiones europeas⁴ muestran que las experiencias que han tenido más éxito son las que han empleado en mayor medida diferentes dimensiones de capital social; son aquellas basadas en un proceso continuo e inclusivo de interacción entre los diferentes actores del sector público y privado, en el que se considera prioritario el establecimiento de redes entre los agentes, la creación de un marco institucional favorable al sistema de innovación regional por parte del estado, el fomento de la eficiencia de este sistema y la contribución al diseño de las políticas por parte del sector privado (Mouton, 2003).

Es decir, parece que ya existe un consenso amplio sobre el importante papel del capital social como nexo que une a las sociedades, y sin el cual es difícil que haya crecimiento económico y bienestar humano. Sin embargo, apenas han comenzado a ser examinados los mecanismos exactos a través de los cuales el capital social afecta a los resultados de desarrollo.

⁴ La primera de las iniciativas se denomina «Estrategias de Innovación Regional» (*Regional Innovation Strategies*, RIS), se llevó a cabo entre 1994 y 1999 y comprendía 30 regiones. Esta iniciativa se ha visto también complementada con la experiencia de RITTS. Las RITTS son Iniciativas de Innovación Regional y Transferencia de Tecnología financiadas por la DG de la Empresa de la Comisión Europea y que han promovido más de 70 proyectos en regiones europeas entre 1994 y 2002. La segunda de las iniciativas, que abarca los años 2000-2006, consiste en Programas regionales de acciones innovadoras (*Regional Programmes of Innovative Actions*).

3. LA MEDICIÓN DEL CAPITAL SOCIAL Y DE SU CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO

Dada la escasez de datos estadísticos sobre la disponibilidad y empleo del capital social en una sociedad determinada; dada la novedad de la introducción de este concepto en los análisis de desarrollo económico así como su complejidad, es necesario diseñar herramientas adecuadas para poder medir el capital social y sus resultados. Sin embargo, medirlo presenta considerables dificultades debido a varias razones:

- a) Es un recurso intangible y colectivo con características de bien público y externalidades, que pueden ser positivas o negativas.
- b) Las definiciones del capital social son multidimensionales al incorporar diferentes niveles y unidades de análisis. Se puede analizar en el ámbito microeconómico, meso o macro. Tiene dimensiones estructurales y cognitivas. Y según el grado de autonomía e incrustación se suele distinguir entre un capital social que une (*bonding*), que tiende puentes (*bridging*) y que es vinculante (*linking*).
- c) La naturaleza y las formas del capital social cambian con el tiempo pues varía el equilibrio entre organizaciones e instituciones informales y formales.
- d) Los indicadores de capital social difieren geográfica y sectorialmente.
- e) No existen estudios internacionales de capital social ni estudios a largo plazo, con lo cual las investigaciones actuales han debido recopilar índices de un abanico de ítems aproximativos.

De modo que resulta difícil medir directamente el capital social, incluso aún más que medir el capital humano. El reto en su medición es identificar un sistema de indicadores contextualmente relevantes, y establecer una correlación empírica con indicadores de impacto y resultados.

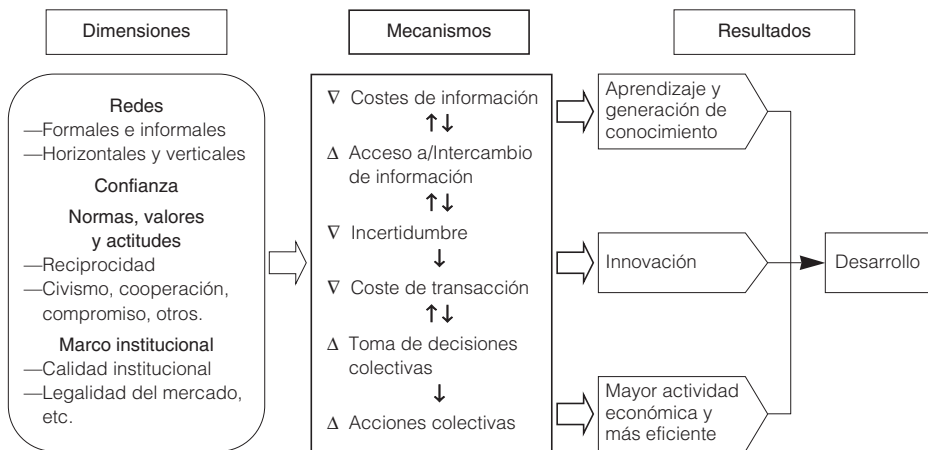
Por ello, para el estudio sobre «La contribución del capital social a la creación de empleo en Andalucía» (Román y Rodríguez (coords.), 2004) hubo que diseñar un sistema de indicadores para poder medir el capital social del sistema empresarial existente en un espacio concreto, los mecanismos por medio de los que conduce a la innovación y a la mejora de los resultados empresariales así como su contribución al desarrollo económico. Para el diseño de este sistema nos basamos en el

siguiente marco conceptual de las dimensiones y resultados del capital social de Rodríguez (2004a).

Para cada uno de los ítems en los que se sintetiza el sistema de indicadores, se ha diseñado una serie de indicadores que ayudan a dar contenido al concepto, y posibilitan medirlo. Hemos clasificado el sistema en función del elemento del capital social que contribuyen a medir y de los procesos y resultados que originan. Estas expresiones, tanto cuantitativas como cualitativas, de la realidad objeto de estudio constituyen una de las formas más relevantes de sistematizar información. Sin embargo, cada uno de los indicadores muestra sólo un aspecto parcial de la variable que se pretende medir; de forma que ninguno resulta completo ni per-

Cuadro n.º 2

Dimensiones del capital social, mecanismos y resultados



Fuente: Rodríguez, Paula (2004a).

Cuadro n.º 3
Sistema de indicadores

Indicadores de dimensiones de capital social	Redes	Confianza
	N.º de colaboradores formales N.º de colaboradores informales Importancia de diferentes motivos (causas) para establecer colaboraciones formales/informales con diferentes empresas o instituciones según tipo de agente (clientes, proveedores, competidores, empresas auxiliares, asociaciones empresariales, centros de I+D, centros de enseñanza, administración, sindicatos, sector civil) Importancia de diferentes obstáculos en el inicio/desarrollo de las colaboraciones Grado de satisfacción con las colaboraciones Principales dificultades en las colaboraciones externas Formas de solventar las dificultades encontradas en las colaboraciones externas Factores que facilitan las colaboraciones externas Papel proactivo del empresario en la creación de redes Dimensión de las redes sociales informales, con fines económicos y no económicos según área geográfica	A) <i>Confianza generalizada</i> Nivel de confianza en la sociedad B) <i>Confianza particularizada</i> Nivel de confianza en familiares y amigos Nivel de confianza en los empleados Nivel de confianza en colaboradores de la empresa Nivel de confianza en la administración pública Nivel de confianza en los sindicatos Nivel de confianza en las asociaciones y confederaciones empresariales Importancia de la desconfianza para obstaculizar las colaboraciones empresariales
	Normas, actitudes y valores	Marco institucional
	Reglas del juego en las colaboraciones empresariales Principales valores, normas o pautas que definen las reglas del juego en las colaboraciones Tipo de sanciones por el incumplimiento de las reglas del juego en las colaboraciones Nivel de cooperativismo del empresariado Nivel de civismo del empresariado Nivel de condena social de comportamientos oportunistas Actitud emprendedora/innovadora del empresariado Reciprocidad en las colaboraciones externas	Eficacia relativa de las instituciones públicas en la resolución de problemas locales del empresariado Nivel de eficacia de las instituciones públicas Eficacia relativa de las empresas en la resolución de problemas locales del empresariado Nivel de legalidad de la competencia en el mercado en el que opera la empresa

Cuadro n.º 3 (continuación)

Sistema de indicadores

Indicadores de procesos: mecanismos	Acceso e intercambio de información		Acciones colectivas
	Importancia relativa de diferentes fuentes de acceso a la información, incluyendo las redes Grado de importancia de las colaboraciones informales/formales para adquirir información		Principales proyectos conjuntos de cooperación formal Objetivos de los principales proyectos conjuntos Principales colaboraciones informales Resolución de conflictos a través de colaboraciones con empresas Resolución de problemas a través de colaboraciones según agente
Indicadores de resultados	Generar conocimiento	Innovación	Mejora de los resultados empresariales
	Variación de los gastos en I+D de la empresa en los últimos tres años Importancia relativa de la generación de conocimientos como motivo para establecer colaboraciones Importancia para el desarrollo empresarial del acceso a información y conocimientos fuera de la empresa	Número de nuevos productos o servicios en los últimos tres años Número de cambios en los productos o servicios en los últimos tres años Número de nuevos procesos empresariales en los últimos tres años Número de nuevos cambios en procesos empresariales en los últimos tres años Grado de importancia de las colaboraciones informales y formales para innovar	Percepción por parte de los empresarios de los beneficios económicos de la creación de redes Importancia de los diferentes resultados de las colaboraciones, formales e informales, con las diferentes empresas, según tipos de agentes Grado de importancia para los resultados empresariales de las colaboraciones formales e informales según tipo de colaborador y según área geográfica del colaborador Importancia para el desarrollo empresarial de las TIC, la innovación, el capital humano, la localización, las redes formales con fines económicos, con fines no económicos y sociales informales Tipo de efecto de las colaboraciones externas en el desarrollo empresarial de los colaboradores Variación en la facturación, los beneficios y la cuota de mercado en los últimos tres años Variación en el empleo en los últimos tres años

Fuente: Adaptado de Román, C. y P. Rodríguez (coords.) (2004).

fecto, pero la información que proporciona mejora sensiblemente cuando se consideran en conjunto. Consecuentemente, se ha intentado que el sistema de indicadores recoja exhaustivamente todos los aspectos del capital social necesarios para su conocimiento así como para medir sus impactos.

4. ESTUDIO DE CASO: EL CAPITAL SOCIAL DEL EMPRESARIADO ANDALUZ

Para cumplimentar el sistema de indicadores se ha realizado una encuesta a una muestra significativa⁵ de empresas en la región de Andalucía, con el fin de determinar empíricamente el nivel de capital social, y de contrastar las hipótesis planteadas de los efectos del capital social sobre el desarrollo empresarial y el crecimiento económico de un espacio. A continuación, se resumen los principales resultados obtenidos en el estudio en cuanto a los mecanismos e impactos del capital social.

4.1. Mecanismos del capital social

El capital social permite el acceso a una información más fiable, completa y a menor coste para los agentes, atenuando por tanto la incertidumbre. En efecto, comprobamos en el estudio que el empresariado andaluz emplea en gran medida su capital social para acceder a información

relevante. La primera fuente de información utilizada por los empresarios andaluces es el uso de los contactos sociales; la segunda, los medios de comunicación; y la tercera, los socios de trabajo y empresas colaboradoras. Si agrupamos las fuentes que conforman el empleo de las relaciones y contactos para adquirir información (contactos sociales, socios de trabajo y empresas colaboradoras y asociaciones empresariales) resulta que el empleo de capital social constituye la primera fuente de información para el 64% de las empresas.

Entre los principales motivos que impulsan a los empresarios a colaborar con otras empresas o instituciones, también se señala el acceso a información como la segunda razón para que las empresas colaboren. Concretamente, el 63% de las empresas considera que la posibilidad de acceder a información estratégica es uno de los factores importantes que les impulsa a intentar establecer colaboraciones.

No obstante, el acceso a información no es el primer incentivo de las empresas a colaborar sino la mejora de su accesibilidad a recursos físicos y a servicios. El acceso a más capital humano constituye el tercer motivo para establecer colaboraciones, seguido del mejor acceso a capital financiero, la contratación de actividades y servicios y, por último, la mejora de la presencia institucional.

En cuanto a las acciones colectivas que emprenden las redes empresariales, se observa que las empresas no sólo cooperan entre ellas por unos fines limitados, sino que los proyectos conjuntos que acometen son de muy diversa índole, abarcando casi todas las áreas funciona-

⁵ El tamaño de la muestra fue de 525 unidades, para una población de 154.862 establecimientos el margen de error es de + 4,3% para un nivel de confianza del 95,5%. Este margen de error permite obtener buenas estimaciones extrapolables al ámbito regional.

les de las empresas. Las colaboraciones formales más frecuentes son los proyectos de innovación, con el 36% de las respuestas; la mejora de las instalaciones, equipos y maquinaria e incorporación de tecnologías o la mejora del capital humano de la empresa, con el 18% cada una; los proyectos estratégicos de publicidad y marketing (7%); las acciones para intercambiar información y conocimientos (6%); las estrategias financieras (5%); o la creación de redes de cooperación.

4.2. Incremento de la innovación

El empresariado andaluz utiliza sobre todo su capital social para aumentar su capacidad de innovación. Como ya se ha mencionado, la innovación constituye el primer objetivo de los proyectos conjuntos realizados con otras empresas o agentes socioeconómicos y el tercer motivo para establecer colaboraciones informales.

Asimismo, se preguntó al empresariado sobre la importancia que tienen sus redes de colaboración en el aumento de su capacidad de innovar en cuatro aspectos: innovaciones en productos, innovaciones en procesos, introducción en nuevos mercados e incorporación de nuevas tecnologías. Los resultados indican que más de la mitad de las empresas las valoran con un nivel alto, sobre todo en lo que respecta a innovar en productos y a la posibilidad de introducirse en nuevos mercados.

Basándonos en el análisis relacional del número de innovaciones y en el comportamiento colaborador de los empresarios, se corrobora también esta relación positiva entre las redes empresariales y la innovación. De cada 100 empresas inno-

vadoras en Andalucía, aproximadamente 60 son empresas que cooperan.

Las empresas que muestran menores niveles inferiores de colaboración⁶ son también las que menos innovan (43%); y, a medida que aumenta el número de colaboradores de una empresa se incrementa también su nivel de innovación.

Se preguntó también a las empresas por sus gastos en investigación y desarrollo en el año 2001 y el 2003. La primera observación destacada es que ocho de cada diez empresas que invierten en I+D son empresas con redes de colaboración. Por tanto, se observa una clara relación entre considerar importante la generación de conocimiento y de innovación y el establecimiento de colaboraciones. Además, las empresas que establecen redes de colaboración con otras empresas y agentes, experimentan un mayor incremento en su inversión en I+D en los últimos años, de forma que su capacidad de generar conocimientos y de innovar se ve incrementada en mayor medida que la de las empresas que no colaboran y, por tanto, la distancia entre ellas será cada vez mayor.

Respecto a la importancia que han tenido las colaboraciones empresariales para alcanzar otros objetivos empresariales aparte de la innovación, entre un 80% y un 90% de las empresas valora como importantes sus colaboraciones para lograr ser capaz de aumentar su volumen de producción, mejorar su presencia en el mercado o diversificar sus actividades.

⁶ Se establecieron tres niveles de colaboración según el número total de colaboradores de una empresa en los últimos tres años: nivel bajo (de 0 a 10 colaboradores), nivel medio (de 11 a 50 colaboradores) y nivel alto (más de 50 colaboradores).

4.3. Desarrollo empresarial

Analizando los resultados de la encuesta también se observa que las empresas pertenecientes a redes de colaboración, ya sean formales o informales, presentan una mejor evolución de su facturación. De cada diez empresas que aumentan su volumen de facturación en los últimos tres años, seis son empresas colaboradoras. Asimismo, la variación en la facturación es más favorable conforme el número de colaboradores de una empresa es mayor. También existe una relación positiva entre el aumento de la facturación y el hecho de que la empresa promueva conscientemente el establecimiento de nuevos contactos. Las empresas más activas en la promoción de nuevas relaciones suelen aumentar su facturación.

Asimismo, las empresas que colaboran son las que experimentan mejor evolución en los beneficios brutos y, además, aquellas que cuentan con redes de colaboración más amplias son generalmente las que más incrementan sus beneficios. Las empresas con una actitud proactiva en el establecimiento de nuevos contactos con empresas e instituciones son también las que tienen una mayor probabilidad de encontrarse entre aquellas empresas que aumentan sus beneficios.

Los resultados más significativos de las relaciones entre las redes empresariales y las variables de crecimiento empresarial son los referentes a los incrementos en la cuota de mercado de las empresas en los últimos tres años. De cada 100 empresas que colaboran, 44 aumentan su cuota de mercado mientras que sólo 28 de cada 100 empresas que no tienen redes de colaboración consigue incrementar su porcentaje de ventas. A medida

que aumenta el nivel de colaboración de una empresa, asciende su probabilidad de mejorar su cuota de mercado. La mayoría de las empresas más proactivas en el establecimiento de colaboraciones consiguen más cuota de mercado, mientras que las empresas menos proactivas sólo consiguen mantener su cuota constante.

En la encuesta también se pedía a los empresarios o directivos que valoraran los beneficios que les aportan las colaboraciones que mantienen con los distintos agentes en el crecimiento de sus empresas. El primer resultado que se obtiene puede parecer obvio, pero resulta claramente revelador: sólo 3 de cada 100 empresas que colaboran consideran que sus colaboraciones tienen una importancia baja para conseguir mejorar sus resultados empresariales.

Cuando se observa esta valoración atendiendo al tipo de colaborador, los niveles más altos de importancia los alcanzan lógicamente aquellos agentes con los que entablan más colaboraciones: clientes, proveedores, empresas de sectores complementarios empresas de servicios empresariales o consultores. Resalta que ninguna empresa atribuye a sus colaboraciones con los centros de I+D y tecnológicos una importancia baja. Al desagregar los colaboradores por ámbito geográfico (local, regional, nacional, internacional), la importancia de las colaboraciones con todos ellos es valorada, con diferencia, como importante o muy importante, pero el ámbito local es el que obtiene la valoración más alta debido principalmente a que las colaboraciones locales son las más numerosas.

No sólo analizamos en el estudio las redes de colaboración de las empresas sino

también las redes a las que pertenecen de forma individual los empresarios, gerentes o altos directivos de las empresas. Destaca en este aspecto que la importancia otorgada a los contactos sociales con amistades y familiares sea superior a la pertenencia a redes empresariales y profesionales o a asociaciones con fines no económicos pero que pueden ser una fuente de contactos relevantes para las empresas, como las asociaciones políticas, culturales o deportivas o los clubes sociales «exclusivos». Esta superior valoración de los contactos sociales más estrechos y cercanos es consecuencia del mayor grado de confianza del empresariado en ellos, y de algunas características fundamentales de la sociedad andaluza, el alto grado de «familismo» y el antropocentrismo o tendencia a la personalización de las relaciones sociales. Y denota, junto con el limitado alcance territorial de las redes tanto empresariales como sociales (mayoritariamente locales), la superior presencia en el empresariado andaluz de un capital social del tipo «que une» (*bonding*) frente a los otros dos tipos de capital social (*bridging* y *linking*) más propios de sociedades más desarrolladas.

Asimismo, se preguntó a los empresarios por la importancia de estos tres tipos de redes (asociaciones empresariales, contactos sociales y asociaciones no económicas) para el desarrollo empresarial dependiendo del alcance geográfico de la red (local, provincial, regional, nacional e internacional). Estos tres tipos de redes son predominantemente locales, sin embargo, no son las redes locales las consideradas como más importantes. En el caso de las redes con fines económicos y de aquellas con fines no económicos, las más valoradas por el empresariado son las redes de ámbito nacional, seguidas

por las regionales y las provinciales. A diferencia de estas redes, y a pesar de que los contactos sociales internacionales son escasos, éstos son los más valorados por parte de los empresarios.

Por último, se analizaron algunas relaciones entre las distintas dimensiones del capital social y la creación de empleo como variable dependiente. Este estudio demuestra también el impacto positivo que ejercen las distintas dimensiones y mecanismos de actuación del capital social sobre la variación del empleo en las empresas andaluzas en los últimos tres años.

En primer lugar, la pertenencia de las empresas a redes contribuye a aumentar el empleo a través del mejor desarrollo de estas empresas, siendo las empresas asociadas las que mejores resultados obtienen. En un 51% de las empresas asociadas aumenta el empleo mientras que esto ocurre sólo en el 44% de las no asociadas. Asimismo, el 50,5% de las empresas colaboradoras han experimentado un incremento en el empleo en los últimos 3 años, frente a sólo un 45% de las que no colaboran. Por tanto, se observa una relación directa entre la pertenencia de una empresa a redes y su capacidad para generar empleo, sin embargo ésta es inferior a la contribución del capital social en el aumento de la innovación, la competitividad y la mejora de los resultados empresariales.

5. CONCLUSIONES

Con el objetivo de contribuir al avance en el análisis del desarrollo económico mediante la incorporación del capital social como factor productivo, hemos presentado una definición operativa de este

concepto, un marco teórico de las dimensiones de capital social y los mecanismos a través de los que actúa, y un sistema de indicadores que permita la medición de este factor. Por último, se han resumido algunos de los principales resultados de nuestro estudio de caso sobre el capital social en las empresas en Andalucía, comprobándose los impactos positivos sobre el desarrollo. Los resultados obtenidos verifican las hipótesis planteadas: las empresas que disponen de un mayor capital social son aquellas con una mayor generación y transferencia de conocimientos, con un mejor acceso a recursos humanos, físicos, financieros y tecnológicos, y con mejores resultados en cuanto a innovación, crecimiento empresarial y generación de empleo.

Planteamos, por tanto, que para que los sistemas productivos puedan aumen-

tar el ritmo innovador y, por consiguiente, la competitividad empresarial y el desarrollo económico, uno de los recursos más importantes a movilizar es el capital social. El fomento del capital social, el desarrollo de instituciones y políticas efectivas y la capacidad de formar y alimentar redes entre los actores socioeconómicos son condiciones necesarias para una trayectoria de desarrollo sostenida y sostenible en las economías menos favorecidas (Rodríguez, 2004b). Debemos abandonar las perspectivas simplistas del desarrollo local regional y nacional, y empezar a adoptar visiones integrales del mismo, incluyendo el papel de las instituciones e interacciones entre los agentes, así como las especificidades de los territorios en cuanto a la herencia de instituciones formales e informales y normas culturales que rigen las relaciones entre los agentes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABRAMOVITZ, M. y P. DAVID (1996): «Convergente and Deferred Match-up: Productivity Leadership and the Waning of American Exceptionalism». R. Landau, T. Taylor y G. Wright (eds.), *The Mosaic of Economic Growth*. Stanford University Press. Stanford, CA.
- ALBURQUERQUE, F.; RODRÍGUEZ, P.; ROMÁN, C. y R. RUIZ (2000): «Aprendiendo a innovar: el caso de Andalucía». C. ROMÁN (ed.), *Aprendiendo a innovar: Regiones del conocimiento*. OCDE (CERI) e IDR. Sevilla.
- BANCO MUNDIAL (1998): «The Initiative on Defining, Monitoring and Measuring Social Capital. Preview and Program Description». *Social Capital Initiative Working Paper 1*. World Bank. Washington, D.C.
- BARDHAN, P. K. (1995): «Research on Poverty and Development-Twenty Years after Redistribution with Growth». M. BRUNO y B. PLESKOVIC (eds.), *Annual Bank Conference on Development Economics*. World Bank. Washington, D.C.
- BOIX, C. y D. POSNER (1996): «Making Social Capital Work: A Review of Robert Putnam's Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy».
- BOURDIEU, P. y J.C. PASSERON (1970): *Reproduction in Education, Society and Culture*. Sage. London.
- BOURDIEU, P. (1979): «Les trois états du capital culturel». *Actes de la recherche en sciences sociales*, n.º 30, págs. S 3-6.
- BOURDIEU, P. (1986): «The Forms of Capital». J. RICHARDSON (ed.): *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Greenwood Press. Westport, CT.
- COLEMAN, J. S. (1987): «Norms as Social Capital». G. RADNITZKY y P. BERNHOLZ (eds.), *Economic Imperialism: The Economic Method Applied Outside the Field of Economics*. Paragon House Publishers. New York.
- COLEMAN, J. S. (1988): «Social Capital in the Creation of Human Capital». *American Journal of Sociology*, 94 (suplemento), págs. S95-S120.
- COLEMAN, J. S. (1990): *Foundations of Social Theory*. Harvard University Press. Cambridge, MA.
- COLLIER, P. (1998): «Social Capital and Poverty». *Social Capital Initiative Working Paper 4*. World Bank. Washington, D.C.
- COLLIER, P. (1999): «The Political Economy of Ethnicity». B. PLESKOVIC y J. E. STIGLITZ (eds.): *Annual World Bank Conference on Development Economics 1998*. World Bank. Washington, D.C.
- COOKE, P. y N. CLIFTON (2002): «Social Capital and the Knowledge Economy». *Regional Industrial Research Report*, n.º 39. Centre for Advanced Studies. Cardiff.
- FUKUYAMA, F. (1995): *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. The Free Press. New York.
- GREIF, A. (1989): *The organization of long-distance trade: reputation and coalitions in the «geniza» documents and Genoa during the eleventh and the Twelfth centuries*. Tesis doctoral, Ann Arbor, Michigan, UNI Dissertation Services.
- GREIF, A. (1998): «Self-enforcing political systems and economic growth: late medieval Genoa». A. GREIF, M. LEVI, R. H. BATES, J. ROSENTHAL y B. WEINGAST: *Analytic Narratives*. Princeton University Press. Princeton.
- GROOTAERT, C. (1997): «Social Capital: The Missing Link?». *Expanding the Measure of Wealth: Indicators of Environmentally Sustainable Development*. World Bank. Washington, D.C.
- GUIA, J. (2000): *Implicaciones del Capital Social para la Ventaja Competitiva de la Empresa en un Contexto Evolutivo*. Tesis Doctoral, Departamento de Administración de Empresas y Marketing, Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas, Universitat Jaume I.
- HALL, R. y C. JONES (1999): «Why Do Some Countries Produce so much Output per Worker than Others». *Quarterly Journal of Economics*, 114 (1), págs. 83-116.
- HANIFAN, L. J. (1916): «The Rural School Community Center». *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 67, págs. 130-138.
- HOMANS, G. (1961): *Social Behavior: Its Elementary Forms*. Harcourt, Brace and World. New York.
- HUMPHREY, J. y H. SCHMITZ (1998): «Trust and Inter-firm Relations in Developing and Transition Economies». *The Journal of Development Studies*, 34 (4), págs. 32-45.
- JACOBS, J. (1961): *The Life and Death of Great American Cities*. Random House. New York.
- KENWORTHY, L. (1997): «Civic Engagement, Social Capital, and Economic Cooperation». *American Behavioral Scientist*, 40 (5), págs. 645-656.
- KNACK, S. y P. KEEFER (1997): «Does Social Capital Have an Economic Payoff? A Cross-Country

- Investigation». *Quarterly Journal of Economics*, vol. 112, n.º 4, págs. 1251-88.
- LANDABASO, M. (2003). «Social capital and regional development in the knowledge-based economy». Escuela de Verano Internacional *Rethinking regional development policies: the role of social capital in promoting competitiveness in less favoured regions*. Ostuni (Italia), 2-5 julio.
- LOURY, G. C. (1977): «A dynamic theory of racial income differences». P. A. WALLACE y LE MUND (eds.): *Women, minorities, and employment discrimination*. Lexington Books. Lexington, Mass.
- LOURY, G. C. (1987): «Why Should we Care about Group Inequality?». *Social Philosophy and Policy*, págs. 249-271.
- MOUTON, B. (2003): «Social capital for regional innovation promotion: Empirical evidence from Innovative Actions of the European Regional Development Fund (1994-2003)». Escuela de Verano Internacional *Rethinking regional development policies: the role of social capital in promoting competitiveness in less favoured regions*. Ostuni (Italia), 2-5 julio.
- NORTH, D. (1990): *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge University Press. New York.
- OLSON, M. (1982): *The Rise and Decline of Nations*. Yale University Press. New Haven.
- OMORI, T. (2001): «Balancing Economic Growth with Well-being: Implication of the Japanese Experience». J.F. HELLIWELL (ed.): *The Contribution of Human and Social Capital to Sustained Economic Growth and Well-being*, International Symposium Report, Human Resources Development Canada y OCDE.
- PUTNAM, R. D. (1993): «The Prosperous Community. Social Capital and Public Life». *The American Prospect*, 13, págs. 35-42.
- PUTNAM, R. D. (1995): «Tuning in. Tuning out: The Strange Disappearance of Social Capital in America». *Political Science and Politics*, 28, págs. 664-83.
- PUTNAM, R. D. (2000): *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon and Schuster. New York.
- PUTNAM, R. D.; LEONARDI, R. y R. NANETTI (1993a): *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton University Press. Princeton.
- RODRÍGUEZ, P. (2004a): *El capital social en el desarrollo económico*. Trabajo de investigación del doctorado, Departamento de Economía Aplicada II, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Sevilla.
- RODRÍGUEZ, P. (2004b): «El capital social en el nuevo institucionalismo económico». Actas del 2.º Evento Internacional *Desarrollo económico e instituciones*. Grupo Eumed, Universidad de Málaga.
- ROMÁN, C. (2001): *Aprendiendo a innovar. El papel del capital social*. Instituto de Desarrollo Regional. Sevilla.
- ROMÁN, C. y P. RODRÍGUEZ (coords.) (2004): *La contribución del capital social a la creación de empleo en Andalucía*. Instituto de Desarrollo Regional y Consejería de Empleo. Sevilla.
- SEELY, J. R.; SIM, A. R. y E. W. LOOSLEY (1956): *Crestwood Heights: A Study of the Culture of Suburban Life*. New York. Basic Books.
- SERAGELDIN, I. y C. GROOTAERT (2000): «Defining Social Capital: an integrating view». P. DASGUPTA e I. SERAGELDIN (eds.), *Social Capital. A Multifaceted Perspective*. World Bank. Washington, D.C.
- TEMPLE, J. y P. JOHNSON (1998): «Social Capability and Economic Growth». *Quarterly Journal of Economics*, 113 (3), págs. 965-90.
- UZZI, B. (1996): «The Sources and Consequences of Embeddedness for the Economic Performance of Organizations: The Network Effect». *American Sociological Review*, 61(4), págs. 674-698.
- UZZI, B. (1997): «Social Structure and Social Competition in Inter-firm Networks: The Paradox of Embeddedness». *Administrative Science Quarterly*, 42 (1), págs. 35-67.