

CRECIMIENTO, DESARROLLO Y FUNCIÓN EMPRESARIAL.

Departamento de Economía Aplicada 1.

Universidad de Sevilla.

Doctorado Aspectos Estructurales del Desarrollo Económico: Nuevas Vías
Metodológicas.

TESIS DOCTORAL.

Doctorando: D. José Fernández Serrano.

Dr. D. Fco. Javier Santos Cumplido.

Codirector de la Tesis.

Departamento Economía Aplicada 1

Dr. D. Isidoro Romero Luna.

Codirector de la Tesis.

Departamento Economía Aplicada 1

ÍNDICE.

Capítulo I- Introducción

- I.1. Justificación
- I.2. Objetivos
 - I.2.1. En el plano teórico
 - I.2.2. En el plano empírico
- I.3. Estructura
- I.4. Metodología
- I.5. Fuentes

Capítulo II-. Empresarialidad: contenido y significado. Hacia una definición operativa del fenómeno

- II.1. Introducción
- II.2. Entrepreneurship: un concepto complejo
 - II.2.1. Algunas consideraciones sobre el término “empresarialidad”.
 - II.2.2. Los factores de la indefinición.
 - II.2.3. Contenido y significado de la empresarialidad.
- II.3. Hacia una definición operativa de la empresarialidad.
- II.4. El cambio de importancia de la empresarialidad en las economías.

Capítulo III- El nivel microeconómico de la Empresarialidad: orientación emprendedora y crecimiento empresarial

- III.1. El crecimiento empresarial y los estudios cualitativos sobre la empresarialidad.
- III.2. *Corporate entrepreneurship* y crecimiento empresarial
- III.3. Antecedentes teóricos y delimitación de la Orientación Emprendedora
- III.4. Los determinantes de la Orientación Emprendedora: el papel de la motivación de los empresarios
 - III.4.1. La Teoría de los atributos o rasgos personales
 - III.4.2. Enfoques derivados de la teoría del aprendizaje social
 - III.4.3. El papel de la motivación en los comportamientos emprendedores.
- III.5. Las dimensiones de la orientación emprendedora.
 - III.5.1. Propensión a la innovación.
 - III.5.2. La predisposición a asumir riesgos
 - III.5.3. La proactividad
 - III.5.4. La autonomía
 - III.5.5. Agresividad competitiva
 - III.5.6. Cooperación o propensión al asociacionismo.
- III.6. Modelos de Orientación Emprendedora

III.7. La relación entre la Orientación Emprendedora y el desempeño empresarial

Capítulo IV- El nivel mesoeconómico de la Empresarialidad: la dependencia funcional y productiva

IV.1. El análisis mesoeconómico de la empresarialidad: el perfil cualitativo del sistema empresarial de un territorio

IV.2. Las variables explicativas de la calidad del sistema empresarial

IV.2.1. La estructura básica del sistema empresarial.

IV.2.1.a. La densidad empresarial.

IV.2.1.b. El tamaño empresarial

IV.2.1.c. La especialización productiva

IV.2.2. Dependencia o autonomía del sistema empresarial

IV.2.2.a. Dependencia o autonomía patrimonial

IV.2.2.b. Dependencia o autonomía funcional

IV.2.2.c. Dependencia o autonomía productiva

IV.3. La dependencia o autonomía funcional y la calidad del sistema empresarial

IV.3.1. Dependencia funcional y la teoría clásica del desarrollo

IV.3.2. Dependencia funcional y las modernas teorías del desarrollo

IV.3.2.a. Los sistemas locales de empresas y los encadenamientos productivos.

IV.3.2.b. La Nueva Geografía Económica y los encadenamientos productivos

IV.3.3. Dependencia funcional y las cadenas de valor globales

IV.4. La dependencia o autonomía productiva y la calidad del sistema empresarial

IV.4.1. Dependencia productiva y Gobernanza

IV.4.1. Dependencia productiva y gestión estratégica

Capítulo V- Empresarialidad y desarrollo económico: Un marco teórico de enlace

V.1. Introducción: una visión macroeconómica del entrepreneurship

V2. La empresarialidad como factor explicativo del desarrollo económico

V.2.1. Antecedentes teóricos de la relación empresarialidad y desarrollo

V.2.2. Antecedentes empíricos de la relación empresarialidad y desarrollo

V.3. Modelos de empresarialidad.

V.3.1 El modelo de Wennekers y Thurik (1999)

V.3.2 El modelo del Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

V.4. Una propuesta de modelo macroeconómico de enlace

Capítulo VI- Análisis empírico: comprobando la validez del marco teórico empresarialidad-desarrollo

VI.1. Introducción

VI.2. Los territorios objeto de estudio

VI.3. El diseño de la encuesta

VI.3.1. Delimitación de la población objeto de estudio.

VI.3.2. Características y confección del cuestionario

VI.3.3. Selección y distribución de la muestra.

VI.3.4. Realización de la encuesta, depuración de los datos y tratamiento estadístico

VI.4. Variables incluidas en el análisis

VI.4.1 Medición del desempeño

VI.4.2. Medición de la motivación

VI.4.3. Medición de la orientación emprendedora

VI.4.4. Medición de la dependencia y autonomía funcional y productiva.

VI.5. Análisis empírico. Comprobación de las hipótesis del modelo teórico de enlace empresarialidad desarrollo

VI.5.1. Análisis microeconómico de la empresarialidad: analizando el papel de las motivaciones y los comportamientos en el desempeño empresarial.

VI.5.2. Análisis mesoeconómico: las características del sistema de empresas de un territorio

Capítulo VII. Conclusiones

VII.1. Conclusiones generales

VII. 2. Conclusiones a nivel teórico

VII.2.1 Conclusiones a nivel microeconómico: motivación, comportamientos y crecimiento empresarial

VII.2. Conclusiones a nivel mesoeconómico: las características de la calidad del sistema empresarial.

VII.4. Conclusiones a nivel empírico: principales resultados y limitaciones

VII.5. Limitaciones y futuras líneas de investigación

Capítulo I. Introducción.

I.1. Justificación

I.2. Objetivos

I.2.1. En el plano teórico.

I.2.2. En el plano empírico.

I.3. Estructura.

I.4. Metodología.

I.5. Fuentes.

I.1. JUSTIFICACIÓN.

En la actualidad, la fragmentación de los mercados y el aumento de la competencia y de la incertidumbre provocada por el proceso de globalización económica implican grandes retos para las economías, tanto nacionales como regionales. En este contexto, resulta de vital importancia el papel que juega la actividad empresarial y, en consecuencia, los empresarios y sus empresas. La actividad empresarial es la principal responsable de afrontar esos retos y de aprovechar las oportunidades en los mercados generando riqueza y empleo en el territorio. De esta manera, las claves tanto del avance como del atraso relativo de un territorio pueden encontrarse en la fortaleza o fragilidad de su tejido empresarial (Guzmán, 1994 y 1995; Díez de Castro et al., 1995).

En este sentido, desde los años setenta, han surgido iniciativas que promueven la aparición de empresas como mecanismo básico para dinamizar las economías, flexibilizar el tejido productivo, acelerar el cambio estructural y, en definitiva, avanzar hacia el desarrollo económico a largo plazo. La existencia de este vínculo es un supuesto ampliamente compartido hoy en día por los principales organismos e instituciones internacionales. Así por ejemplo, la OCDE (1998) propone la puesta en marcha de políticas de promoción de pequeñas y medianas empresas (PYMES) -que se pueden aproximar por su tamaño y funcionamiento a la figura del empresario individual- como medio de garantizar la adaptación y competitividad de los sistemas económicos de los países al nuevo contexto de globalización internacional. De esta manera, la promoción del espíritu empresarial en las políticas de desarrollo local se ha configurado como un elemento primordial para el avance de cualquier economía.

Por supuesto, la Ciencia Económica no ha sido ajena a este creciente interés por el factor empresarial y, en las últimas dos décadas, el análisis del *entrepreneurship* y su relación con el desarrollo y el crecimiento económico ha adquirido una gran importancia entre los investigadores (Wennekers y Thurik, 1999; Reynolds et al., 2002; Audretsch y Keilbach, 2004 y 2005; Plummer y Acs, 2005; Acs y Varga, 2005; Audretsch et al., 2006). Sin duda alguna, esta línea de análisis se ha enriquecido desde finales de los noventa con la explotación de los datos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) donde se constata la existencia de una relación significativa entre el

nivel de actividad emprendedora, por un lado, y el nivel de desarrollo y el crecimiento económico, por otro (Reynolds et al., 2001 y 2002). No obstante, a pesar del notable avance realizado -especialmente en la última década- se puede afirmar que las metodologías para valorar los impactos macroeconómicos del *entrepreneurship* todavía se encuentran en desarrollo, por lo que se hace necesario continuar investigado sobre cómo se lleva a cabo este proceso.

Bajo estos planteamientos, el presente trabajo de investigación parte de la siguiente cuestión: ¿es suficiente una elevada tasa de creación de empresas para avanzar en el desarrollo territorial?. En este sentido, en una primera aproximación, la relación entre la actividad emprendedora –entendida como creación de empresas- y el PIB per cápita parece ajustarse a una curva en forma de “U”, siendo un elevado dinamismo emprendedor característico tanto de economías de alto nivel de renta, como de las de bajo nivel de renta (Acs et al., 2005).

Este último razonamiento implica que se debe poner énfasis en otros aspectos conexos al margen de la creación de nuevas empresas a la hora de relacionar el *entrepreneurship* con el desarrollo económico. En este sentido, Baumol (1990) reconoció que es fundamental el tipo de nuevas empresas que se crean puesto que cada una tendrá un distinto impacto en el crecimiento económico. Más recientemente, Stam et al. (2007) empleando datos del GEM han demostrado que los empresarios con “altas expectativas de crecimiento” son los que más contribuyen al crecimiento económico nacional. De igual manera, los trabajos de Guzmán y Santos (2001), Guzmán et al. (2003) y Santos y Liñán (2007) parten de la hipótesis de que el problema de atraso económico de determinadas zonas se debe fundamentalmente a la forma que tienen los empresarios de desempeñar sus funciones. En definitiva, estos estudios nos llevan a considerar que no todas las empresas contribuyen de igual manera al desarrollo y al cambio estructural de las distintas economías.

De esta manera, en el presente trabajo, delimitaremos al *entrepreneurship* como un fenómeno más amplio que la creación de empresas que comprende un conjunto de características determinadas de empresarios y empresas que actúan en un territorio. Lógicamente, bajo este planteamiento, la cuestión clave consiste en analizar cuáles son las características esenciales de la actividad emprendedora que impulsan los procesos de

desarrollo y crecimiento económico. En otras palabras, consideramos que cada conjunto de empresas localizado en un territorio posee determinados elementos (innovación, proactividad, asunción de riesgos, etc.) que pueden propiciar u obstaculizar los procesos de creación de riqueza y empleo a largo plazo. De esta manera, consideramos que es posible explicar las disparidades en los niveles de desarrollo relativo entre diversas áreas económicas a partir de los rasgos distintivos del conjunto de empresas localizadas en cada uno de ellos.

Esta línea de análisis es la que define los trabajos del Grupo de Investigación de la Universidad de Sevilla "Las PYMEs y el Desarrollo Económico", dirigido por Dr. D. Joaquín Guzmán Cuevas. En los trabajos realizados hasta la fecha por este grupo de investigación, se han analizado los factores que impulsan la aparición de nuevos empresarios y los perfiles cualitativos de los existentes, así como los rasgos característicos del tejido empresarial andaluz, con especial atención a la aportación de las pequeñas y medianas empresas al desarrollo territorial (Guzmán 1994 y 1995; Guzmán, et al., 2000; Santos, 2001; Cáceres, 2002).

I.2. OBJETIVOS.

Como se acaba de mencionar, el presente trabajo se inscribe en la línea de investigación del grupo "Las PYMEs y el Desarrollo Económico". De esta manera, la idea fundamental que subyace en el mismo es la existencia de una estrecha relación entre el *entrepreneurship*, de un lado, y los niveles de desarrollo y crecimiento económico alcanzados por una economía, de otro. En concreto, consideramos que esa relación viene determinada por ciertos rasgos y cualidades de los empresarios, de sus empresas y de los sistemas empresariales que configuran localizados en el territorio y no exclusivamente del número de empresas existentes o de la tasa de creación de nuevas empresas.

Desde esta perspectiva, el objetivo general de este trabajo de investigación consiste en analizar la relación existente entre el *entrepreneurship* y el desarrollo económico -expresado a partir de los niveles de renta y empleo de un territorio- desde un enfoque eminentemente cualitativo, poniendo énfasis en ciertas características dinámicas de los empresarios y sus empresas.

A partir de este planteamiento central, se proponen dos grandes grupos de objetivos específicos, tanto en el plano teórico como empírico, que van a ser contemplados en este trabajo de investigación. Son los siguientes:

I.2.1. En el plano teórico.

Cuatro son los objetivos específicos que dan sentido al desarrollo teórico de esta investigación y que se relacionan con la propia estructura del mismo.

- a) Plantear un concepto de entrepreneurship que permita su vinculación con los procesos de desarrollo territorial.

El *entrepreneurship* se ha convertido en un fenómeno difícil de sistematizar tanto desde el punto de vista teórico como empírico. Los problemas para abordar su estudio se relacionan con el carácter multidimensional, multifacético y multidisciplinar que posee la actividad emprendedora. Estos problemas, sin embargo, no han impedido que se hayan dado multitud de aproximaciones diferentes sobre el *entrepreneurship* según las necesidades de cada autor. En este sentido, el primer objetivo que plantea este trabajo de investigación es, a partir de la revisión de la literatura especializada, establecer una definición de *entrepreneurship* que permita situarla en el centro de los procesos de desarrollo y crecimiento económico.

Para lograr objetivo, es necesario que la definición cumpla con determinados requisitos. En concreto, para nuestros propósitos el *entrepreneurship* será tratado desde una perspectiva eminentemente cualitativa y no exclusivamente bajo la consideración de la creación de empresas, será un factor que introduce dinamismo en la economía y deberá recoger determinadas características espaciales y/o geográficas del territorio.

- b) Profundizar en el análisis de la significación teórica de la empresarialidad en el desarrollo económico.

Desde un punto de vista de la preocupación por el desarrollo y crecimiento económico de los países, el estudio del *entrepreneurship* ha quedado en un segundo

plano puesto que se ha partido del supuesto de que son dos ámbitos de análisis perfectamente diferenciados. Precisamente, este trabajo de investigación pretende superar dos de las carencias que han caracterizado -y obstaculizado- generalmente los estudios desarrollados bajo el fenómeno del *entrepreneurship* como factor de desarrollo territorial:

- En primer lugar, se observa en la literatura especializada un cierto vacío en cuanto a modelos que describan el impacto de la actividad emprendedora en niveles territoriales reducidos, como pueden ser los casos de las regiones y, especialmente, de las provincias. En este sentido, nuestro objetivo ha sido diseñar un modelo teórico que explique las disparidades económicas que pueden observarse en distintos niveles geográficos, ya sean reducidos (como una localidad o provincia) o más amplios (como una región o nación).
- En segundo lugar, los diversos estudios realizados se han caracterizado por una falta de conexión entre los enfoques micro y macro, impidiendo dar una visión global del fenómeno. Efectivamente, como expone Guzmán (2006) la mayoría de trabajos que se han realizado hasta el momento en la línea de investigación del *entrepreneurship* se han centrado preferentemente en el ámbito microeconómico analizando cómo se lleva a cabo el proceso del nacimiento de una empresa o cuáles son las características del agente económico que inicia la actividad emprendedora. Nuestro trabajo de investigación tiene como objetivo profundizar en cómo, tras los resultados obtenidos por una economía (nivel macroeconómico), se encuentran la generación de riqueza y empleo que se produce en sus empresas (nivel micro). Esto obliga, no sólo al análisis detallado del *entrepreneurship* a nivel microeconómico, sino a considerar un nivel intermedio (nivel mesoeconómico) a partir de la agregación de empresas que permita vincular la empresarialidad con el desarrollo y crecimiento económico.

c) Profundizar en el papel que juega la empresarialidad en la mejora del desempeño o crecimiento de una empresa.

De acuerdo con Turok (1991), en el plano académico existe un considerable interés por identificar las características principales que distinguen a las empresas más estables

y que crecen, de aquellas que fracasan y desaparecen. Este trabajo de investigación se encamina hacia esa dirección con una doble finalidad:

- En primer lugar, el objetivo es comprender por qué los empresarios y empresas se comportan de una determinada manera. Es decir, se trata de determinar los factores que favorecen e impulsan esos comportamientos emprendedores y que pueden relacionarse con ciertas características, actitudes y motivaciones del agente (o agentes) empresarial a cargo de la misma (Guzmán y Santos, 2001). Para ello, prestamos atención tanto a los elementos relacionados con la motivación del empresario, como a sus posibles vínculos con los comportamientos dinamizadores (innovación, cooperación, etc.) que se demuestran en la empresa.
- En segundo lugar, el objetivo es determinar de qué manera esas motivaciones y esos comportamientos que definen la calidad de la empresa determinan el éxito o fracaso de su proyecto y, en definitiva, la mejora del desempeño o crecimiento empresarial. Esto implica que, en el ámbito microeconómico de este trabajo de investigación, se seguirá la metodología propuesta por los analistas de la Orientación Emprendedora (Miller, 1983).

d) Delimitar las características de los sistemas de empresas localizados en un territorio y sus posibles vínculos con el desarrollo endógeno.

En el plano académico las características empresariales relevantes para el crecimiento de las economías han sido generalmente consideradas de manera individual -ya sea a nivel de empresario o de empresa-. En este sentido, en el ámbito académico escasean los estudios que, de manera global, profundicen sobre las características agregadas del conjunto empresas y su relación con el nivel de desarrollo económico. De esta manera, uno de los objetivos específicos propuesto en esta investigación es demostrar que, precisamente, son las características del sistema de empresas localizado en el territorio las que inciden sobre el nivel de desarrollo y crecimiento económico del mismo (Guzmán et al., 2003). Bajo este nivel mesoeconómico de análisis-resultado de la agregación de las empresas- nuestro propósito es establecer una determinada

tipología de características empresariales que permitan explicar las disparidades económicas a largo plazo y, por tanto, la existencia de situaciones de subordinación o liderazgo económico entre diversas economías ya sean locales, regionales o nacionales. Así pues, estas características diferenciales de los sistemas empresariales se configuran los eslabones de enlace entre los niveles micro y macro del *entrepreneurship*.

Entre estas características, destacamos dos indicadores denominados “dependencia o autonomía funcional” y “dependencia o autonomía productiva”. Estos indicadores fueron propuestos por primera vez en Guzmán et al. (2006) para analizar las posibles debilidades del tejido empresarial de la provincia de Sevilla. De manera resumida, la autonomía/dependencia funcional analiza la procedencia y destino de los inputs y outputs de las empresas de un territorio, diferenciando varios tipos de mercados como un indicador de la calidad del sistema empresarial local. Por su parte, la autonomía/dependencia productiva puede ser contemplada como el grado en que los inputs u outputs de una empresa se encuentran concentrados en un número reducido de sus proveedores o clientes. En este sentido, nuestro objetivo es avanzar en el desarrollo y justificación teórica de estos dos novedosos indicadores, poniendo énfasis en las relaciones inter-empresas como un elemento clave para el conocimiento del perfil cualitativo del sistema empresarial y, por tanto, para los procesos de desarrollo endógeno.

I.2.2 En el plano empírico.

Desde un punto de vista empírico los objetivos que se plantean alcanzar en esta investigación son los siguientes.

- a) Validar la metodología sobre el perfil cualitativo del sector empresarial empleado por el grupo de investigación “Las PYMEs y el Desarrollo Económico”.

El grupo de investigación de la Universidad de Sevilla “Las PYMEs y el desarrollo económico” lleva realizando desde 2001 una serie de estudios sobre la importancia de los aspectos cualitativos de tejido empresarial. El fin de este tipo de

análisis es abordar la mayor o menor calidad de los mismos a través de determinados rasgos determinantes de sus fortalezas y debilidades empresariales y, por tanto, de sus niveles de competitividad. De esta manera, desde un punto de vista empírico, este trabajo de investigación pretende continuar validando la metodología empleada por el mencionado grupo de investigación. Para ello, se analizarán fundamentalmente ciertas características y rasgos que determinan la calidad empresarial de los empresarios y empresas que componen el sistema empresarial de un territorio con la información recogida a partir de una encuesta realizada a empresarios gerentes y dinamizadores de cuatro provincias españolas: Álava, Badajoz, Cádiz y Valencia.

- b) Elaborar una serie de medidas a partir de las variables seleccionadas en el análisis teórico.

Tomando como marco de referencia los estudios realizados en el seno de dicho grupo, este trabajo de investigación también se propone presentar una nueva tipología de variables empresariales que permitan obtener una imagen global y estructurada de los niveles de calidad del sistema empresarial. De esta manera, se ha elaborado una serie de medidas sobre los conceptos empleados a nivel teórico y se ha procedido a definir y justificar la medición llevada para cada una de ellas. En este sentido, las medidas del desempeño empresarial, la medición de la motivación empresarial, la medición de la orientación emprendedora y, finalmente, los índices propuestos para los niveles de autonomía y dependencia funcional y productiva han sido elaborados específicamente para los fines planteados en esta investigación.

- c) Analizar el papel de la motivación emprendedora como antecedente de los comportamientos estratégicos de una empresa.

En este sentido, los trabajos realizados siguiendo los planteamientos de la orientación emprendedora se han centrado en analizar el papel que ésta desempeña en los resultados empresariales, teniendo en cuenta diversos factores del entorno externos a la empresa. Sin embargo, existen pocos estudios que hayan puesto

atención en los factores explicativos de las dimensiones estratégicas de una orientación emprendedora. En este sentido, nuestro objetivo comprobar empíricamente los posibles vínculos existentes entre el tipo de motivación del agente empresarial a cargo de la empresa y los comportamientos resultantes que componen una orientación emprendedora realizada en la misma.

d) Analizar el papel del crecimiento de las ventas como factor de la calidad empresarial.

En este sentido, el objetivo de este análisis es doble. Por un parte, presentar al desempeño empresarial expresado a través del crecimiento de las ventas como un primer componente de la calidad empresarial a nivel microeconómico y, por otro lado, reforzar la idea de la necesidad de considerar otros aspectos más cualitativos a la hora de vincular la empresarialidad con los niveles de desarrollo de los distintos territorios. Consideramos que, en ocasiones, el estudio del desempeño de las empresas de un territorio puede resultar insuficiente para vincular la empresarialidad con los niveles de desarrollo relativo observados en distintos territorios.

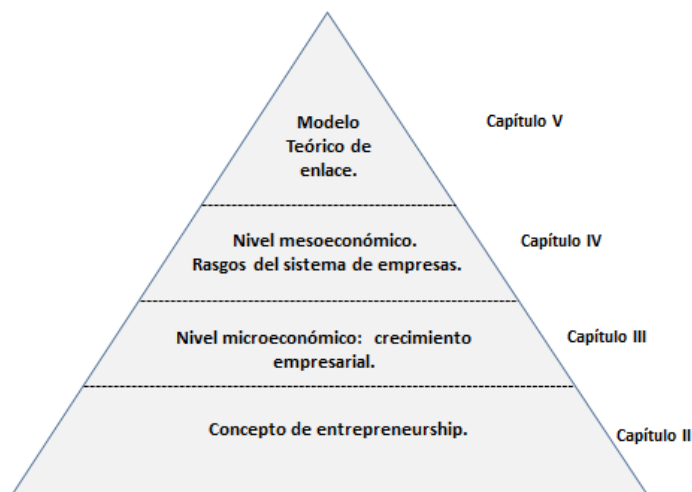
e) Analizar la dependencia productiva y funcional como características estructurales del sistema de empresad de un territorio.

Desde un punto de vista empírico, el objetivo de este trabajo de investigación consiste en comprobar la validez del vínculo entre las características del sistema empresarial planteadas en el desarrollo teórico y los niveles de PIB per cápita y empleo mostrado en los distintos territorios. En concreto, se busca determinar si existen diferencias significativas en cuanto al tipo de motivación, de comportamientos emprendedores y grado de autonomía o dependencia funcional y productiva entre los sistemas de empresas de territorios con diferentes niveles de desarrollo relativo. En este sentido, es especialmente interesante comprobar la validez de estos últimos indicadores. Hasta la fecha, no se han analizado con profundidad los distintos niveles de dependencia y/o autonomía funcional y productiva que pueden presentar territorios con distintos niveles de desarrollo relativo.

I.3. ESTRUCTURA DEL TRABAJO.

El *entrepreneurship* presenta un perfil multidimensional y poliédrico (Audrestch, 2000). Esta característica implica su estudio puede realizarse a partir de diferentes niveles de análisis: micro, meso y macro. La estructura de este trabajo viene determinada precisamente por estos niveles de análisis (**Figura I.1**). De esta manera, el presente trabajo se divide en siete capítulos incluyendo este primero de introducción y un último capítulo dedicado a las conclusiones generales. De los cinco capítulos que componen el análisis central del trabajo, los cuatro primeros (Capítulos II al V) albergan las consideraciones de carácter teórico. El Capítulo VI, antes de las conclusiones, se dedica al análisis empírico aplicado a cuatro provincias españolas.

Figura I.1. Estructura del trabajo de investigación a nivel teórico.



Fuente: Elaboración propia.

De manera más concreta, en el primer capítulo de carácter teórico, Capítulo II, se presentan los fundamentos esenciales del concepto de *entrepreneurship*. A este respecto, se reflexionará en torno al propio concepto de la empresarialidad y sus principales características que guardan relación con el carácter multidimensional, multidisciplinar y de difícil cuantificación del fenómeno. En este capítulo, se realiza una

necesaria revisión de la literatura especializada, analizando las principales aportaciones realizadas sobre su contenido y significado a lo largo de la historia del pensamiento económico. A partir de esta revisión, se analizan los elementos que consideramos claves en cualquier concepto de *entrepreneurship* para que se pueda vincular con los procesos de desarrollo territorial y se plantea una definición operativa sobre este fenómeno. El capítulo se cierra con un epígrafe dedicado a la evolución del *entrepreneurship* en las últimas décadas, prestando especial atención a la distinción entre la *managerial economy* y la *entrepreneurial economy* propuesta por Audretsch y Thurik (2000).

Delimitado el concepto, el Capítulo III plantea el análisis del *entrepreneurship* desde el punto de vista microeconómico. En este nivel, consideramos que un mayor desempeño o crecimiento empresarial es el principal efecto apreciable de la calidad de una empresa. Este hecho implica, lógicamente, que la creación de riqueza y empleo territorial comienza a nivel de microeconómico. De esta manera, el Capítulo III comienza con una revisión histórica sobre los principales enfoques económicos que han analizado el crecimiento empresarial. Entre ellos, destacaremos y justificaremos el concepto de la Orientación Emprendedora (OE) como una explicación válida desde un punto de vista cualitativo para el crecimiento empresarial. Delimitado este concepto, el resto del capítulo gira en torno al análisis de la motivación empresarial y de los comportamientos emprendedores que componen una estrategia de orientación emprendedora. Concretamente, prestaremos atención al papel de los aspectos cognitivos y los rasgos de la personalidad del empresario como elementos claves para el éxito de la empresa que permiten explicar los comportamientos y estrategias desarrolladas en la misma. Asimismo, prestaremos especial atención a esos comportamientos emprendedores: la innovación, la asunción de riesgos, la autonomía o la proactividad, entre otras, son variables que serán analizadas en este capítulo.

Continuando con la estructura delimitada por los niveles del *entrepreneurship*, el Capítulo IV está dedicado al nivel mesoeconómico del fenómeno. En este nivel, es el conjunto de empresas el que determina la fortaleza o debilidad económica del territorio. Por ello, en este capítulo se introduce una clasificación de variables que consideramos claves para enlazar el *entrepreneurship* con el desarrollo territorial. En concreto, proponemos dos grupos de variables: un primer grupo dedicado a variables básicas como la especialización, el tamaño medio y la densidad empresarial y otro nuevo,

basado en los niveles de autonomía y dependencia empresarial. En este segundo grupo, tres componentes son analizados: la autonomía o dependencia financiera, la autonomía o dependencia funcional y la autonomía o dependencia productiva. Por la novedad en el enfoque realizado sobre estas variables como factores de desarrollo endógeno vinculados a la empresarialidad, se realiza una necesaria justificación de la dependencia y autonomía funcional y productiva, analizando tanto su papel en el sistema empresarial, como su impacto en el desarrollo y crecimiento económico.

Finalmente, en un último capítulo teórico (Capítulo V) se procede al enlace de las variables propuestas en los dos capítulos anteriores con el objeto de realizar una visión macroeconómica del fenómeno empresarial. Para ello, se plantea un modelo teórico de enlace que vincula las variables consideradas en los niveles micro y meso de la empresarialidad con el desarrollo y crecimiento económico de los territorios. Para lograr este objetivo, se analizan dos antecedentes teóricos –el modelo de Reynolds et al. (2001 y 2002) y el modelo de Wennekers y Thurik (1999)- en los que basamos parte de nuestra propuesta. Bajo estos planteamientos previos, realizamos nuestro modelo teórico y proponemos las hipótesis a contrastar en el siguiente capítulo empírico.

La parte empírica de este trabajo se realiza en el Capítulo VI. El primer epígrafe está dedicado a analizar, desde un punto de vista macroeconómico, las cuatro provincias consideradas. El análisis del PIB per cápita y del empleo nos ayudará a separar dos grandes grupos de provincias entre ellas: los territorios relativamente más avanzados con mayores niveles de PIB per cápita y empleo y los territorios relativamente más atrasados con menores niveles de PIB per cápita y empleo. Algunos indicadores adicionales (porcentaje de PYMEs, especialización productiva, etc.) son utilizados para comprender esta clasificación. Finalmente, tras analizar los aspectos relacionados con la encuesta (recogida, metodología, población muestral, etc.) se procede al análisis empírico. Siguiendo la estructura de nuestras hipótesis generales, este análisis empírico se ha dividido en dos etapas. Concretamente, en un primer epígrafe, se analiza el papel que la motivación y los comportamientos emprendedores tienen para mejorar el desempeño o crecimiento de una empresa y se procede al estudio del crecimiento empresarial a nivel provincial en base a sus distintos niveles de desarrollo relativo. Posteriormente, se plantean una serie de variables del sistema de empresas de las

provincias para determinar qué tipo de características emprendedoras distinguen a los territorios relativamente más avanzados de los atrasados.

Finalmente, el Capítulo VII está dedicado a plantear las principales conclusiones de este trabajo de investigación tanto desde el punto de vista teórico como empírico.

I.4. METODOLOGÍA.

El objeto de estudio es elaborar un modelo que vincule la empresarialidad con los niveles de desarrollo y crecimiento de un territorio, para lo cual, se realizará un análisis empírico empírico en base a las características del sistema de empresas de cuatro provincias españolas (Álava, Badajoz, Cádiz y Valencia). Dos de ellas, Álava y Valencia, poseen altos niveles de PIB pc y empleo, mientras que las otras dos, Badajoz y Cádiz, se caracterizan por sus bajos niveles de PIB pc y empleo en términos relativos.

Como se ha comentado anteriormente, el *entrepreneurship* puede ser analizado desde tres niveles de análisis distintos. Este trabajo plantea una visión integral del mismo a través de estos tres niveles: a) en el nivel micro, incluimos el papel del empresario y de su empresa; b) en el nivel meso, situamos al sistema empresarial, resultado de la agregación territorial de empresas y c) finalmente, en el nivel macro, relacionamos ciertas características del sistema empresarial a nivel mesoeconómico con los niveles de empleo y riqueza provincial. De esta manera, aunque realizamos un estudio de ámbito microeconómico, centrado en el crecimiento individual de una empresa, la relevancia de nuestro análisis recae esencialmente en el plano mesoeconómico. Es en este nivel donde situamos los “eslabones” de enlace entre las características cualitativas del conjunto de empresas con el objetivo más amplio del desarrollo y crecimiento territorial.

Bajo este marco de análisis, consideramos que la empresarialidad resulta fundamental cuando el desarrollo económico se plantea y se concibe como un proceso de “*abajo-arriba*”, es decir, como un proceso endógeno, ya que es en esta perspectiva donde la iniciativa empresarial debe asumir la responsabilidad de dinamizar la economía local o regional y movilizar los recursos productivos autóctonos (Romero,

2003). Precisamente, el análisis empírico desarrollado a nivel provincial permite analizar las características y mecanismos definitorios de los procesos de acumulación de riqueza territorial y resulta idóneo para situar al *entrepreneurship* como factor de desarrollo endógeno.

Asimismo, se ha planteado un enfoque multidisciplinar. De esta manera, se han empleado dos grandes grupos de las investigaciones realizadas en el campo del *entrepreneurship*. Por una parte, el enfoque relacionado con el enfoque económico y del *management* centrado en las estrategias empresariales y en las características del tejido empresarial y, por otra parte, el enfoque psicológico más centrado en los factores individuales o los rasgos psicológicos del agente empresarial individual que determinan su actividad emprendedora.

En cuanto a la metodología empírica que se ha seguido hay que destacar dos aspectos:

- En primer lugar, para alcanzar los objetivos planteados en la parte empírica, y dado que la información cualitativa necesaria no estaba disponible en la mayor parte de los casos en fuentes de datos oficiales, se ha realizado una encuesta entre las empresas de las cuatro provincias objeto de estudio.
- En segundo lugar, el cuestionario destaca por la inclusión de variables cualitativas, en su mayoría variables definidas por intervalos (dicotómicas, ordinales y multinominales). De esta manera, ha sido necesario emplear procedimientos de análisis de regresión logística y análisis de correlación para establecer los vínculos establecidos entre las variables seleccionadas. El tratamiento estadístico de estos datos se ha realizado empleando el programa SPSS 11.0 para Windows.

I.5. FUENTES.

A continuación, se señalan brevemente las principales fuentes, tanto bibliográficas como estadísticas, empleadas para confeccionar esta investigación:

a) Fuentes bibliográficas.

Al final del trabajo se recogen las fuentes bibliográficas empleadas a lo largo de su desarrollo. A este respecto, para la elaboración de la parte teórica han sido empleados fundamentalmente trabajos publicados en revistas científicas especializadas, así como trabajos monográficos y publicaciones tanto nacionales como internacionales. Se ha acudido a las fuentes originales disponibles en los fondos bibliográficos de la Universidad de Sevilla. En este sentido, hay que destacar el acceso a las publicaciones científicas informatizadas a través de sus recursos electrónicos.

La bibliografía utilizada puede ser clasificada en varios grupos según el objetivo planteado en cada nivel de análisis. En este sentido, para el nivel microeconómico de este trabajo de investigación destacan los trabajos realizados dentro de la teoría de la administración de empresas y del management donde se encuentran la mayoría de estudios sobre el concepto de la orientación emprendedora de la empresa. Asimismo, para este nivel de análisis también ha sido necesario consultar artículos procedentes de las especialidades de Psicología y Sociología, al objeto de analizar analizar los aspectos relacionados con los rasgos personales de los empresarios y su motivación. Para el nivel mesoeconómico, se han consultado fundamentalmente la literatura económica vinculada con la Teoría del Desarrollo, la Teoría del Crecimiento, la Nueva Geografía Económica y las Cadenas de Valor Globales.

De todos modos, los avances más importantes realizados en el plano académico sobre el vínculo entre la empresarialidad y el desarrollo y crecimiento económico proceden fundamentalmente de los propios investigadores del *entrepreneurship*. En este sentido, la literatura es relativamente abundante y reciente y ha sido publicada en diversas revistas científicas internacionales que giran en torno al *entrepreneurship*. Entre ellas, hay que destacar: *Journal of Business Venturing*, *Entrepreneurship: Theory & Practice*, *Small Business Economics*, *International Small Business Journal*, *Journal of Small Business Management*, *Entrepreneurship & Regional Development*, *Regional Studies*, *Strategic Management Journal*, *Academy of Management Review*, *The Economic Journal*, *Academy of Management Journal* y *The American Economic Review*.

a) Fuentes estadísticas.

En el desarrollo de este trabajo se han utilizado diversas fuentes de carácter estadístico. El estudio de las pautas de especialización productiva y del tamaño empresarial de las economías objeto de estudio se han realizado a partir de las estadísticas suministradas por el Instituto Nacional de Estadística (INE) a través de su Directorio Central de Empresas (DIRCE). La información sobre empresas y locales (establecimientos empresariales) procedente de esta fuente estadística ha permitido una primera aproximación a las características del tejido empresarial de las cuatro provincias objeto de estudio (Álava, Badajoz, Cádiz y Valencia) y ha sido la base para el cálculo de la población censal. Asimismo, se ha procedido analizar los grandes macroagregados de estas provincias (PIB, PIB per cápita, población y empleo) mediante el uso de de la Encuesta de Población Activa (EPA) y, sobre todo, de la Contabilidad Regional de España elaboradas por el INE. Asimismo, otros indicadores han sido obtenidos a través de los datos suministrados por la Seguridad Social.

En cualquier caso, las principales conclusiones de este trabajo proceden de la explotación de los datos procedentes de la encuesta realizada a empresarios gerentes y dinamizadores de las cuatro provincias objeto de estudio. El cuestionario utilizado es una versión ampliada y mejorada de uno anterior empleado en otros proyectos del grupo de investigación las "PYMEs y el Desarrollo Económico". La versión actual del cuestionario empleado en esta tesis doctoral incorpora preguntas para medir la motivación, la orientación emprendedora y la dependencia de la empresa. Los principios que inspiraron la elaboración de las preguntas del sondeo fueron la sencillez y claridad - tanto de las preguntas como de las posibles respuestas-, así como su rapidez de ejecución. Estos objetivos se alcanzan mediante el uso preguntas breves y respuestas cerradas. De esta manera, el cuestionario se ha configurado como una herramienta rápida, sencilla y clara de obtener, con la máxima eficiencia posible, la mayor cantidad de información sobre los aspectos considerados claves que conforman la calidad de una empresa. Como se ha comentado en el epígrafes anterior, los aspectos relacionados con el proceso de obtención y tratamiento de la información desde el punto de vista metodológico (definición de la población objeto de estudio, confección del cuestionario, selección del tamaño de la muestra y depuración y procesamiento de la información) serán tratados en el Capítulo VI.

Capítulo II. Empresarialidad: contenido y significado. Hacia una definición operativa del fenómeno.

II.1. Introducción.

II.2. *Entrepreneurship*: un concepto complejo.

II.2.1. Algunas consideraciones sobre el término “empresarialidad”.

II.2.2. Los factores de la indefinición.

II.2.3. Contenido y significado de la empresarialidad.

II.3. Hacia una definición operativa de la empresarialidad.

II.4. El cambio de importancia de la empresarialidad en las economías.

II.1. INTRODUCCIÓN.

La idea de fundamental que subyace en este trabajo de investigación es la existencia de una estrecha relación entre la empresariedad o como se conoce en la literatura anglosajona *entrepreneurship*, de un lado, y el nivel de crecimiento y desarrollo alcanzado por una economía, del otro. Más concretamente, la creación de nuevas empresas y el dinamismo de las existentes generan un tejido productivo que favorece el desarrollo económico de un área económica específica.

La existencia de este vínculo es un supuesto ampliamente compartido hoy en día, no sólo por economistas, sino también por otras muchas instituciones y agentes económicos de distinta índole. Así por ejemplo, organismos internacionales, como la OCDE (1998), proponen la puesta en marcha de políticas de promoción de pequeñas y medianas empresas (PYMEs) -que se suelen aproximar por su tamaño y funcionamiento con la figura del empresario- como medio de garantizar la adaptación y competitividad de los sistemas económicos de los países al nuevo contexto de globalización internacional¹. Esta misma institución considera que el *entrepreneurship* es uno de los factores clave para crear una economía sólida capaz de impulsar el desarrollo económico y los cambios estructurales. El desarrollo se fomenta cuando los empresarios aceleran la creación, divulgación y aplicación de ideas innovadoras, ya sean tecnológicas o de organización, y mejoran la asignación de recursos mediante la búsqueda de nuevas posibilidades de utilización de los mismos. De esta manera, los empresarios son agentes primordiales del cambio estructural y constituyen el motor de las posibilidades tecnológicas y de la utilización eficaz de los recursos en las economías de mercado (OCDE, 1999). Su relevancia resulta aún mayor cuando dicho desarrollo económico se plantea y se concibe como un proceso de “abajo-arriba”, es decir, como un proceso endógeno, ya que es en esta perspectiva donde la iniciativa empresarial debe asumir la responsabilidad de dinamizar la economía local o regional y movilizar los recursos productivos autóctonos (Romero, 2003). McClelland (1961) va aún más lejos y

¹ Autores como Cuadrado (1988), Blakely (1989), Vázquez (1988, 1993, 1999), Garofoli (1992), Maillat (1998) o Liñán (2000), entre otros, ponen de manifiesto la importancia de la promoción de la actividad empresarial como instrumento de política regional y de adaptación a un contexto internacional marcado por el continuo avance tecnológico.

sugieren que el avance de la sociedad en su conjunto no depende de los recursos “externos” (como mercados, materias primas, rutas comerciales, o fábricas), sino del propio espíritu empresarial, encargado de sacar provecho de los mismos y capaz, aún en ausencia de dichos factores, de hacer que el desarrollo económico se produzca. Todo ello conduce a considerar que el fomento del *entrepreneurship* en una sociedad se debe concebir como una variable fundamental, si no la principal, para el desarrollo y el crecimiento económico.

Sin embargo, esta situación no ha sido siempre así. Conforme la Economía Neoclásica se hizo más formalizada y las matemáticas de la teoría del equilibrio se hicieron más importantes, las referencias al empresario y a su actividad desaparecieron de los libros de texto microeconómicos (Wennekers y Thurik, 1999). En términos generales, se puede afirmar que la Ciencia Económica ha moldeado y obviado en muchas ocasiones el espíritu empresarial para dotar de coherencia ciertos desarrollos teóricos en los que su inclusión hubiera dificultado el análisis (Cáceres, 2000). No es de extrañar, por tanto, que el *entrepreneurship* se haya convertido para la Ciencia Económica en un fenómeno de difícil tratamiento tanto desde el punto de vista teórico - qué debe englobar-, como empírico -cómo cuantificar sus elementos no observables y complejos-.

Por estas razones, y puesto que su inclusión, como se ha mencionado más arriba, resulta ineludible para explicar el desarrollo y el crecimiento económico de un territorio, antes de explicar la relación *entrepreneurship* con el desarrollo y crecimiento económico se debe realizar una necesaria incursión en la propia teoría del *entrepreneurship* para acotar sus elementos más representativos y establecer un marco teórico donde poder desarrollar nuestro análisis. Éste es el objetivo específico del presente capítulo. Bajo estas premisas, en el epígrafe II.2 se plantea la controversia existente sobre dicho concepto y su traducción al español, así como los problemas para abordar su estudio relacionados con el carácter multidimensional, multifacético y multidisciplinar que posee la empresariedad. Estos problemas, sin embargo, no han impedido que se hayan dado multitud de aproximaciones diferentes sobre la empresariedad, lo que hace necesario presentar las principales aportaciones sobre su contenido y significado. A partir de esta revisión de la literatura especializada, en el epígrafe II.3 se plantea una definición operativa sobre la empresariedad para nuestros

propósitos. Para ello, enumeramos las variables claves que deben considerarse en cualquier delimitación y proponemos una definición que se apoya en Guzmán (1994). Finalmente, en un cuarto apartado, se examinará la importancia de la empresarialidad en la economía actual. La evolución económica, a medida que avanzaba la segunda mitad del siglo XX, ha supuesto el “resurgir” de la empresarialidad en las economías occidentales como una fuente de competitividad primordial en el actual proceso de globalización.

II.2. ENTREPRENEURSHIP: UN CONCEPTO COMPLEJO.

Como expone Audretsch (2000), resulta paradójico que mientras el *entrepreneurship* ha sido ampliamente admitido como un impulso vital para las economías de los países desarrollados, no exista consenso acerca de lo que realmente constituye este fenómeno. De esta forma, después de más de doscientos años de desarrollo científico, la Economía no ha esclarecido aún con total nitidez los elementos que definen un elemento tan básico y fundamental en el funcionamiento económico como es la empresarialidad. Una revisión breve de la literatura especializada sugiere que los economistas no tienen una teoría económica que explique su papel en el desarrollo económico y muchos de los estudios sobre el *entrepreneurship* se han centrado en analizar los rasgos y patrones de personalidad² de los empresarios dejando al margen sus repercusiones más macroeconómicas.

Sin embargo, su delimitación económica no resulta nada fácil. Bajo el ámbito de estudio del *entrepreneurship* se han ido incluyendo un conjunto muy amplio de temas que parece imposible que todos ellos formen parte de una misma denominación y que, en muchas ocasiones, genera confusión, incluso entre los expertos en la materia (Westhead y Wright, 2000). Todos los autores, con mayor o menor ímpetu, suelen plantear esta falta de consenso sobre su ámbito de estudio. A este respecto, Shane y

² Este tipo de estudios fue el que dominó el campo de la investigación empírica sobre el *entrepreneurship* en las décadas de los setenta y ochenta del pasado siglo XX a partir de los trabajos pioneros de McClelland (1961): “The achieving society” y Collins y Moore (1964): “The entreprising man”. Para el análisis de los atributos de los empresarios españoles puede consultarse Veciana (1989): “Características del empresario en España” y Lafuente y Pérez (1985): “Tipos de empresario y de empresa. El caso de las nuevas empresas españolas”.

Ventakaraman (2000) y Audrestch (2002) consideran que el fenómeno de la empresarialidad ha carecido de un marco teórico conceptual. El *entrepreneurship* no se corresponde con ninguna disciplina académica establecida como la Economía, ni tampoco con ninguna sub-disciplina dentro de ella. Para estos autores, en vez de explicar y predecir un único conjunto de fenómenos empíricos, el *entrepreneurship* se ha convertido en un marco de estudio bajo el cual se aloja una extensa variedad de investigaciones incluyendo, aunque no sólo, los estudios económicos (Audrestch, 2002). De esta manera, se está produciendo un intenso debate entre los expertos en la materia sobre si la empresarialidad posee un único dominio de investigación o se trata de una disciplina basada en la investigación desarrollada en múltiples campos. En todo caso, la naturaleza interdisciplinar del *entrepreneurship* refleja que se trata de un fenómeno socio-económico multifacético y complejo (Acs y Audrestch, 2003).

Esta “falta de consenso” provoca que cualquier estudio que intente vincular el *entrepreneurship* con el crecimiento y desarrollo económico se enfrente, en primer lugar, al reto de esclarecer, con la mayor nitidez posible, en qué consiste el propio concepto del *entrepreneurship*. Por tanto, es necesario no sólo realizar una búsqueda en la teoría del desarrollo y del crecimiento económico para encontrar los elementos definitorios del papel del factor empresarial y su acción, sino también en la propia teoría empresarial para definirlo y delimitarlo previamente.

II.2.1. Algunas consideraciones sobre el término “empresarialidad”.

Si la confusión expuesta en el sub-epígrafe anterior ocurre con el término anglosajón que, con independencia de su conceptualización, es profusamente utilizado e incluso de uso común entre los diferentes especialistas en la materia, en la lengua española ni siquiera existe un término que refleje adecuadamente el contenido esencial del vocablo *entrepreneurship* (Guzmán, 2004). Efectivamente, en el Diccionario de la Real Academia Española no existe aún ninguna palabra que constituya una traducción precisa de dicho término. De esta manera, factor empresarial, espíritu empresarial, “empresarialidad”, actividad emprendedora, función empresarial, empresariado,

“emprededorismo”, “emprendimiento”, creación de empresas, e incluso empresario³, son algunas de las denominaciones más comunes que en castellano la literatura especializada le ha dado al término *entrepreneurship*.

Importantes instituciones internacionales entre las que destaca la OCDE⁴, y, en particular, la Comisión Europea, prefieren utilizar el término espíritu empresarial o empresariado para referirse a dicho concepto. Desde un punto eminentemente lingüístico, una posición muy cercana a ésta es la que corresponde a la Real Academia de la Lengua Española. A este respecto, Orti (2003) intentando evitar el uso de los términos anglosajones planteó una consulta a dicha institución para solicitar cuál era la traducción literaria del término *entrepreneurship*. La contestación fue la de “espíritu emprendedor”, si bien dicha Institución dejó constancia de que son los especialistas de las materias los que deben utilizar los términos técnicos de cada disciplina, limitándose a registrarlos en el Diccionario académico si se extienden en su uso⁵.

A lo largo de la Historia del Pensamiento Económico también ha sido ampliamente empleada la expresión “función empresarial”. La consideración del *entrepreneurship* bajo esta óptica enlaza con la aportación o visión funcional del empresario (qué hacen los empresarios en el desarrollo de su actividad) también conocido como roles empresariales, de corte eminentemente microeconómico. Igualmente, desde los años sesenta, el interés por los rasgos del empresario y por la emergencia empresarial para conocer los factores que impulsan u obstaculizan la aparición de nuevos empresarios y empresas, ha difundido el uso de este vocablo como sinónimo al de creación de empresas (Veciana, 1999).

Sin embargo, cada vez es más utilizado, especialmente en Latinoamérica, el término empresarialidad como asimilable al vocablo anglosajón. Como expone Guzmán (2004) el término empresarialidad incorpora el sufijo “-dad”, que caracteriza al

3 Así por ejemplo, en la nota a pie de página del artículo de Suárez-Villa (1989): “Entrepreneurship, in the Space-Economy” el traductor apunta: “en el texto se traduce “entrepreneurship” como empresario, factor empresarial y organizativo, empresariado o función empresarial, según cual sea el contexto”.

4 En concreto, su publicación de 1998 “Fostering Entrepreneurship” ha sido traducida como “Estimular el espíritu empresarial”.

5 Orti (2003) prefiere el término “emprededorismo” para referirse al entrepreneurship, al cual define como un cuerpo de conocimiento destinado a fomentar el espíritu emprendedor.

sustantivo abstracto en el castellano y que, en un primera aproximación, se podría definir como “*el conjunto de circunstancias y caracteres que comprenden la cualidad de empresario y determina la acción y efectos de su actividad*”. Esta traducción, prácticamente literal de la palabra anglosajona, permite enlazar con el término *entrepreneur*, utilizado por Cantillón (1755) y acogido por la lengua inglesa⁶, y que se ajusta más exactamente al significado del término en castellano “empresario emprendedor o innovador” que cualquiera de los términos ingleses *employer* o *undertaker*⁷, de igual manera que la palabra *entreprise*, se diferencia de *firm*, en que se asemeja más al concepto de empresa como innovación y riesgo (Santos Redondo, 1997; Santos, 1998).

A pesar de lo impopular que todavía supone en castellano la utilización del término “empresarialidad”, a lo largo de este trabajo recurriremos a él en la mayoría de ocasiones⁸. De hecho, uno de nuestros principales objetivos es plantear una definición operativa sobre la empresarialidad que permita medir su contribución al desarrollo y crecimiento económicos.

De todas formas, como expone Veciana (1999) no tenemos por qué preocuparnos ni envidiar a los países anglosajones por su término “*entrepreneurship*” por la simple pero importante razón de que en el ámbito académico no existe aún unidad de criterio sobre su definición, significado y ámbito de estudio. De esta manera, como veremos en el próximo subepígrafe, bajo una misma palabra se sigue haciendo referencia a multitud de realidades y fenómenos diferentes.

6 Redlich (1949) y Hoselitz (1951) realizaron un análisis histórico detallado a partir de diccionarios de lengua francesa de los términos *entreprendre* y *entrepreneur*. Según estos autores, las primeras utilidades del vocablo *entrepreneur* se sitúan en la Edad Media como referencia a los guerreros o personas que llevaban a cabo acciones bélicas. La evolución lingüística de la palabra hizo que pasase a designar a “aquel que emprende cualquier cosa”, referido en especial a las personas que realizaban la construcción de grandes obras arquitectónicas como castillos, fortificaciones, edificios públicos y que mantenían una relación contractual con el gobierno. Finalmente, en el siglo XVI adquiriría su significado actual al permitir la inclusión, además de la realización de obras y de otras construcciones, de la persona que realiza manufacturas. Esta definición acabaría siendo concretada por Cantillón (1755) al referirse al artesano, al granjero o al comerciante, figuras que desarrollaban un papel económico relevante y que se pueden considerar los antecedentes del empresario que surgiría en la Revolución Industrial.

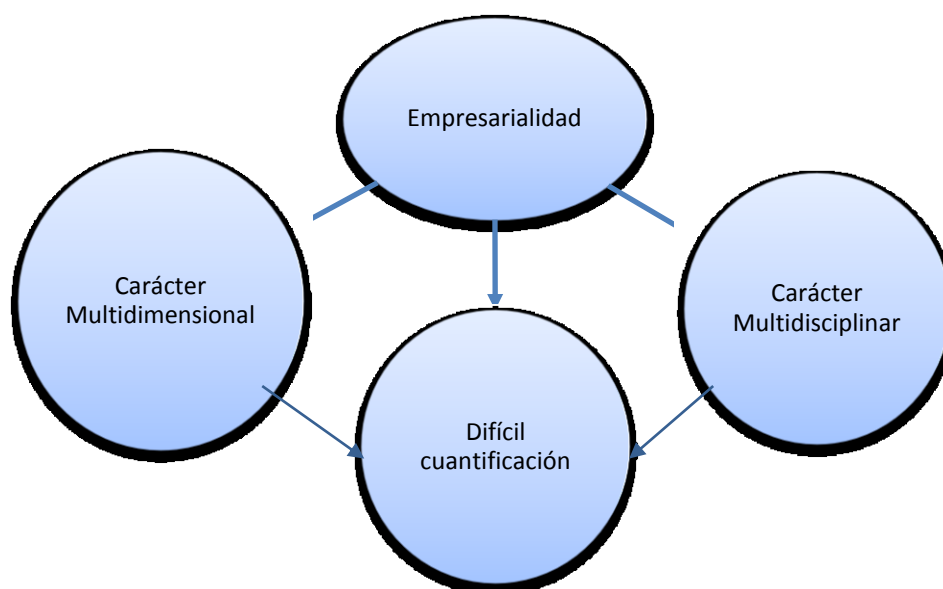
7 Que se aplica actualmente en el inglés corriente al empresario de los servicios funerarios.

8 Por ejemplo, autores como Veciana (1999) rechaza su utilización porque considera que no es un término de uso aún habitual en los países de habla española.

II.2.2. Los factores de la indefinición.

Salvado el problema lingüístico, lo expuesto hasta el momento lleva a plantear dos cuestiones básicas: ¿por qué ha sido imposible hasta el momento ponerse de acuerdo acerca de qué elementos deben integrar la empresariedad? y ¿qué factores han provocado la “escasa preocupación” por la empresariedad como factor de desarrollo y crecimiento, empujándola fuera de las principales doctrinas de pensamiento económico?.

Figura II.1. Características del concepto de empresariedad.



Fuente: Elaboración propia.

Santos y Fernández (2004) han señalado algunas razones⁹ sobre esta cuestión que guardan relación con la propia esencia del concepto de empresariedad. De esta

9 Junto a estos factores innatos o propios de la empresariedad, habría que considerar otro elemento que se configura a su vez como causa y efecto de esa falta de consenso y exactitud sobre dicho término, se trata del “esencialismo metodológico” de la mayoría de aportaciones realizadas sobre el empresario en la Ciencia Económica. De esta manera, los intentos de elaboración de una definición del empresario se han movido en el marco de las llamadas definiciones esencialistas, de manera que cada autor considera más esencial y característico un rasgo u otro de la figura del empresario o de la empresariedad (Veciana, 1999). Así por ejemplo, a lo largo de la historia del pensamiento económico se han destacado diversos contenidos o componentes de la actividad empresarial, como la aportación de capital (fisiócratas, clásicos y marxistas) la organización (en Marshall), la innovación (con Schumpeter), la asunción de incertidumbre y riesgos (Knight), etc.

manera, la empresarialidad se puede entender como un fenómeno complejo que se caracteriza por tres elementos (**Figura II.1**):

a. Su carácter multidimensional. Hay que tener en cuenta que la empresarialidad presenta un perfil eminentemente multidimensional y poliédrico (Audrestch, 2000). Empresarios y empresas actúan respondiendo a factores del contexto donde actúan (Jenning, 1994; Glancey y McQuaid, 2000). Estos son unas veces de carácter personal o particular tanto del empresario como de la propia empresa, mientras que otras veces son de carácter económico, sociocultural o político-institucional propias de contexto geográfico en el que desempeñan su actividad. Esta característica implica que la aproximación al estudio de la empresarialidad pueda realizarse a partir de diferentes niveles de análisis: micro, meso y macro.

A este respecto, una de las características más notables de la empresarialidad es que cruza un número de unidades cruciales de análisis. En un primer nivel implica las decisiones y las acciones de individuos. Estos individuos pueden actuar aisladamente o dentro del contexto de un grupo. En otro nivel, la empresarialidad envuelve unidades de análisis a nivel de la industria, así como también a nivel espacial, como las ciudades, las regiones y los países (Wennekers y Thurik, 1999; Acs, 1999; Audretsch, 2002).

En este sentido, Veciana (1999) clasifica los distintos enfoques sobre la empresarialidad a partir de los tres niveles de análisis mencionados. Según este autor, en el nivel micro, el objetivo principal del análisis se incardina en el ámbito individual o personal del empresario. Entre las teorías desarrolladas a este nivel, destacan la teoría de la función empresarial como cuarto factor de producción (Say, 1803 y 1823; Marshall, 1890), la del beneficio del empresario (en particular, la basada en el riesgo a partir de Cantillon, 1755; Knight, 1948 o Weber, 1969), la de los rasgos de personalidad (McClelland, 1961), la teoría de la eficiencia X (Leibenstein, 1968 y 1978) o la de proceso de creación de empresas (Scout y Bruce, 1987), por citar las más conocidas. En el segundo nivel, nivel mesoeconómico, el objeto de atención se centra en la propia empresa, más allá del beneficio personal del empresario y viene a englobar,

entre otras, la teoría de los costes de transacción (Coase, 1980), la teoría de redes (Johannisson, 1986 y Aldrich, 1986), la teoría de incubadoras de empresas (Cooper, 1973), las teorías evolucionistas (Nelson y Winter, 1982), el *corporate entrepreneurship* (Guth y Gisberg, 1990; Covin y Slevin, 1991; Lumpkin y Dess, 1996) y, en conjunto, todas las modalidades del campo de la gestión empresarial (*management*)¹⁰. Finalmente, frente al interés personal o empresarial, en el estadio macro se persigue el beneficio del conjunto del sistema económico que rodea la actividad empresarial. Naturalmente, incluye los intereses individuales del empresario y los propios de la empresa como tales, pero el objeto fundamental del análisis radica en el desarrollo de la economía. Tienen cabida en este nivel la teoría del desarrollo de Schumpeter (1968) o Weber (1969) y la teoría del empresario de Kirzner (1975). En esta perspectiva macroeconómica se presta atención, por tanto, a qué pueden lograr los empresarios y empresas en términos de creación de riqueza y empleo. Yamada (2003) divide esta aproximación macro en dos tipos de estudios: por un lado, los estudios que intentan identificar los factores “ambientales” que dan lugar a la generación de un gran número de empresarios e identifica los diversos rasgos culturales de localizaciones específicas o de grupos étnicos que fomentan el éxito económico en una región y, por otra parte, los estudios que vierten luz sobre factores “institucionales” como los mercados laborales o las políticas de apoyo empresarial que favorecen a la empresarialidad.

De manera similar, Audrestch et al. (2002) exponen que el nivel micro se focaliza en el proceso de decisión de las personas físicas y los motivos para convertirse en autoempleado, efectúa investigaciones sobre los factores personales, los rasgos psicológicos, la educación formal y otras habilidades, sus recursos financieros o la experiencia de trabajo previa. Los estudios en el nivel meso de la empresarialidad prestan atención a menudo a los factores determinantes específicos del espíritu empresarial, como las oportunidades de

10 Todas estas parcelas de estudio conforman un conjunto de especialidades que configuran el contenido esencial de las escuelas de negocios (business school) y que, englobando el interés personal de los propietarios de la empresa, también puede perseguir, entre otros, un objetivo de fortalecimiento, saneamiento o crecimiento de la propia unidad productiva que puede afectar no sólo a los intereses individuales de sus propietarios, sino también al de sus directivos, empleados, e incluso a proveedores, clientes y otras instituciones relacionadas directa o indirectamente con la empresa en cuestión (Guzmán, 2004).

beneficios o las oportunidades de entrada y salida en los mercados. Finalmente, la perspectiva macro se centra en “factores ambientales”, como las variables culturales, la regulación del gobierno, la estructura del tejido empresarial, así como a otras cuestiones territoriales.

b. Su carácter multidisciplinar. Como la empresarialidad está vinculada con los comportamientos del empresario individual en el ejercicio de su actividad, muchos economistas consideran que es un factor que debería ser estudiado y analizado por investigadores de otras ciencias sociales (Baumol, 1993). Así por ejemplo Shane y Ventakaraman (2000) opinan que el *entrepreneurship* necesita ser dotado de un cuerpo específico de conocimiento basado en áreas afines a la Sociología. Esta característica de la empresarialidad ha supuesto que se lleven a cabo importantes aportaciones en diversas disciplinas científicas no limitadas a la Economía, como por ejemplo la Psicología, el Institucionalismo, la Política o la Historia¹¹. Estas aportaciones han sido, por otra parte, necesarias, ya que sólo una visión multidisciplinar es capaz de captar la propia esencia de la empresarialidad.

Según Veciana (1999), entre las diversas aproximaciones teóricas sobre la empresarialidad destacan aportaciones con enfoque económico (la teoría del desarrollo de Schumpeter, la teoría de los costes de transacción), psicológico (las teorías sobre los rasgos de la personalidad del empresario), institucional o sociocultural (la teoría de la marginación, la teoría de redes, la teoría del desarrollo de Weber) y con enfoque administrativo o gerencial (la teoría de la eficiencia X, la teoría del comportamiento del empresario). A su clasificación habría que añadir las aportaciones de tipo histórico-económico¹² (Cole, 1942; Sombart, 1946 y Redlich, 1979) como destaca Santos (1998).

11 De hecho, una importante parte de las investigaciones realizadas en el campo de la empresarialidad ha sido -y continúa siendo- desarrollada en publicaciones de otras disciplinas, como *Sociological American Review*, *Administrative Science Quarterly*, *Journal of Financial Economics*, *Strategic Management Journal*, entre otras.

12 Habría que destacar Cole, A (1942): *Entrepreneurship as an area of research*. *Journal of Economic History*, suplemento de Diciembre. Sombart, W (1946): *El apogeo del capitalismo*. (1ª Ed. en alemán 1902). Fondo de cultura económica de México. Redlich, F (1979): *The business leader in theory and reality*, *The American Journal of Economic and Sociology*, vol 8, nº3.

Esta observación no es nueva, ya en 1988 Low y MacMillan en su artículo “*Past Research and Future Challenges*” publicado en *Journal of Management* exponían la naturaleza ecléctica del análisis sobre la empresarialidad y el hecho de que la investigación en este campo estuviese conformada por estudiosos de disciplinas muy diferentes. Como se expuso con anterioridad, en la actualidad existe un debate entre los que defienden que la empresarialidad debe poseer un único campo de estudio propio y los que consideran que debe abarcar una gran diversidad de temas. En este sentido, una serie de investigadores (Audretsch et al., 2001; Audretsch et al., 2002; Wennekers y Thurik, 2002) defienden una aproximación ecléctica a la empresarialidad que permita proveer de un armazón teórico integrado a partir de las dispersas aportaciones realizadas en la literatura especializada y alcanzar una mejor comprensión del papel que juega en distintos países y en períodos de tiempo diferentes. Esta visión, no sólo enfatiza el nivel de análisis macroeconómico, sino que también considera el nivel micro a través de las elecciones ocupacionales de los individuos. Consecuentemente, según sus argumentos, su análisis no puede ser confinado exclusivamente a los economistas, sino que se hacen necesarias aportaciones de la Psicología y de la Sociología (Audretsch et al., 2001).

c. Finalmente, y como resultado de las dos características anteriores, su difícil cuantificación. La dificultad para ser medida adecuadamente, sobre todo cuando se buscan comparaciones a nivel internacional, ha sido otra cuestión que ha influido en la falta de consenso de los investigadores en la materia (Audretsch, 2002). La medida y la comparación del nivel de empresarialidad para países y períodos de tiempo diferentes resultan muy complicadas porque no existe un conjunto universalmente aceptado de indicadores sobre la empresarialidad (Tauro y Willard, 1993; Lumpkin Y Dess, 1996; OECD, 1998; Van Steel, 1999; Wennekers et al., 2002). Este hecho lleva a plantear medidas indirectas mediante el uso de diferentes *proxys* entre las que se puede encontrar el número de autoempleados, el ratio de empleadores respecto la población ocupada, el número empresas de reciente creación, el porcentaje de personas que se encuentran involucradas en la puesta en marcha de empresas nacientes, la capacidad innovadora –medida, por ejemplo, a través del número de patentes o

de nuevos productos en la industria-, el porcentaje de empresas que nacen o mueren cada año, etc. Aunque todos ellos presentan algunas ventajas e inconvenientes, hay que tener presente que el carácter multidimensional y multidisciplinar de la empresarialidad impide que cualquier *proxy*, de manera individual, capte todos los factores que la configuran¹³.

De todas formas, ninguna de estas dificultades debe suponer un obstáculo para intentar definir y dar contenido a la empresarialidad. Todo lo contrario, el reto consiste en crear una definición operativa y medible, que abarque si no todos, sí los factores fundamentales del contenido multifacético y multidisciplinar de la empresarialidad para, una vez conseguido, poder vincularla con el crecimiento y el desarrollo de los territorios. Para ello, se hace necesario ahondar en la teoría del *entrepreneurship* para acotar su contenido de estudio y plantear las principales aproximaciones a dicho concepto. Éste es el objetivo que nos proponemos desarrollar en el siguiente sub-epígrafe.

II.2.3. Contenido y significado de la empresarialidad.

Como hemos comentado al inicio de este epígrafe, la imprecisión en el uso del vocablo *entrepreneurship* procede de la propia confusión existente entre los investigadores sobre qué es lo que se debe estudiar bajo dicho concepto. A lo largo de la historia, los investigadores han ido proponiendo un amplio conjunto de definiciones sobre la empresarialidad, lo cual, a su vez, se ha traducido en un número igualmente amplio de indicadores diferentes (Hebert y Link, 1989; OCDE, 1998; Wennekers y Thurik, 2001; Audrestch, 2002; Reynolds et al., 2002).

13 En Santos y Liñán (2001), se elabora un índice que trata de medir de forma sintética a partir del modelo empresarial de Santos y Guzmán (2001) la calidad de los empresarios.

Aunque los primeros intentos de construcción de una teoría empresarial se encuentran en el siglo XVI con las aportaciones del Cantillón (1755)¹⁴, el análisis de las aproximaciones a las nociones de *entrepreneur* y *entrepreneurship* que se han elaborado a lo largo de la historia del pensamiento económico muestran una gran variedad de planteamientos realizados de manera inconexa y desconectados los unos de los otros (Cáceres, 2000). En cierta manera este panorama cambió en la década de los ochenta del siglo XX. Tras un cierto período de olvido por parte de los analistas, el estudio de la empresarialidad resurgió con gran fuerza en esos años, creando una amplia literatura sobre este fenómeno. Es entonces cuando se llevan a cabo importantes estudios de síntesis sobre las aportaciones pasadas (sobre todo desde el punto de vista funcional) e intentos de delimitar de manera unívoca su contenido¹⁵. No obstante, aunque los intentos -y esfuerzos- por establecer una única definición han sido cuantiosos, continúan siendo infructuosos: Kilby (1971), Casson (1982), Baumol (1987), Herbert y Link (1989), Suárez Villa (1989), Guzmán (1994), Wennekers y Thurik (1999) o Audretsch y Keilbach (2003) son algunos de los muchos trabajos destacados donde se ha abordado esta tarea que continúa inacabada.

En este sentido, la amplia variedad de temas que engloba la empresarialidad han sido recogidos por diversos estudios en un intento de dar coherencia al contenido de dicho fenómeno. Así por ejemplo, VanderWerf y Brush (1989) en un artículo de expresivo título "*Toward Agreement On The Focus of entrepreneurship Research: progress without definition*" encuentran hasta 25 definiciones de empresarialidad indicando que ésta ha sido delimitada como una actividad de negocios (*business activity*) consistente en la intersección de los siguientes comportamientos: la creación de empresas, la administración de un negocio, la innovación, la asunción de riesgos y la intención de desarrollo empresarial.

De igual modo, Gartner (1990) investigó los significados básicos que los investigadores y profesionales habían dado a la empresarialidad y proporcionó un marco

14 Herbert y Link (1986) afirman que fue Cantillón el primero en reconocer el rol crucial que juega el empresario en la teoría económica y lo colocan como punto de partida de las posteriores aportaciones de las distintas escuelas -la Austriaca, la Germana y la de Chicago- sobre la empresarialidad.

15 Estos hechos guardan relación, sin duda, con el resurgir de las pequeñas y medianas empresas en las economías tras la crisis de los setenta y la preocupación de los gobiernos por fomentar las iniciativas emprendedoras (Santos, 2001).

general de algunos temas incluidos en su campo de estudio¹⁶. Este autor identificó ocho temas fundamentales que caracterizan a la empresarialidad. De manera resumida, dichos temas recogían los siguientes elementos: a) el empresario individual, bajo la consideración de que la empresarialidad involucra a personas con determinadas características de personalidad y habilidades especiales; b) la innovación, caracterizada en su sentido *schumpeteriano* como el descubrimiento de una nueva idea, producto, servicio, mercado o tecnología en una organización nueva o ya establecida; c) la creación del negocio, incluyendo los comportamientos necesarios para la creación de la organización empresarial; d) la creación de valor en la organización; e) la existencia o no de lucro, donde se pone énfasis en si la empresarialidad debe, o no, implicar necesariamente una ganancia para la organización; f) el crecimiento de la organización; g) análisis de los atributos o cualidades esenciales de la empresarialidad, como la necesidad de logro, la habilidad para aprovechar oportunidades de negocios, etc. y h) el estudio del propietario-gerente, es decir, del empresario como propietario y director de su propio negocio.

Estos ocho temas los agrupó en dos, que han sido utilizados por su sencillez como definición del campo de estudio de la empresarialidad. En el primer grupo se presentan las “características de la empresarialidad” (*characteristics of entrepreneurship*) que reflejaba principalmente la consideración del empresario individual, la innovación o cualidades especiales. Por su parte, el segundo grupo engloba las “consecuencias de la empresarialidad” (*outcomes of entrepreneurship*), tales como la creación de valor, los beneficios, o la posesión de un negocio en curso (Gartnet, 1990). Koppl y Minniti (2003:218) expresan esta diferencia de la siguiente forma: “*algunas veces la empresarialidad quiere decir cómo es el actor y otras veces quiere decir lo que el actor hace*”. Esta visión guarda relación claramente con la separación que realiza Casson (1991) entre el enfoque funcional (qué hace) y el enfoque indicativo (quién es) en el estudio del empresario (Santos, 1998).

Asimismo, la multitud de temas y asuntos que parecen abarcar la empresarialidad es descrita en la *Entrepreneurship Division* de la *Academy of*

16 Para identificar los temas y las definiciones que caracterizan la empresarialidad utilizó la técnica Delphi en base a una serie de tres cuestionarios enviados a políticos e investigadores académicos del tema.

Management desde principios de la década de los noventa del pasado siglo de la siguiente manera¹⁷:

- Dominio, área o campo específico: creación y gestión de nuevos negocios, PYMEs y comercios familiares y características y problemas especiales de los empresarios.
- Temas adicionales: nuevas ideas y estrategias de negocio, influencias ambientales de creación y cierre de negocios, adquisición y gestión del capital riesgo y de los equipos de riegos, autoempleo, propietario-gerente, sucesión de la gestión, desarrollo de nuevos negocios en organizaciones ya existentes (*corporate venturing*) y relación empresarialidad y desarrollo económico.

Asimismo, Veciana (1999) expone que la empresarialidad como programa de investigación científica se centra en el estudio del empresario, la función empresarial y la creación de empresas, siendo habitual incluir en él tres subprogramas o campos de estudio íntimamente relacionadas que comprenden¹⁸:

- a) El empresario, la función empresarial y la creación de empresas, que puede referirse y estudiarse a nivel de empresario independiente o a nivel de empresas ya existentes¹⁹.
- b) La dirección, crecimiento, desarrollo y problemática de las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) y, finalmente.

17 Véase ENT division/mission en <http://ent.aonline.org/> , última revision 27-10-2008.

18 En esta clasificación hay que destacar la aparición del empresario y de la empresa como objetos de análisis en el ámbito del Entrepreneurship. Esta circunstancia reside en que la empresarialidad, en la medida que implica el control del proceso a cargo del empresario propietario, tiende a ser identificado con las pequeñas empresas normalmente dirigidas por administradores propietarios.

19 Es decir, como la generación de nuevos proyectos innovadores en empresas ya establecidas, fenómeno también conocido como corporate entrepreneurship. Más concretamente, se refiere a la capacidad para crear y explotar continuamente oportunidades relacionadas con la innovación o con el desarrollo de nuevas actividades que permiten a las empresas obtener ventajas competitivas a largo plazo. Dicho comportamiento se asocia con actividades desarrolladas por empresas ya establecidas que conducen al nacimiento de otra empresa, al desarrollo de una nueva actividad o a la transformación de la propia organización. (Pinillos-Costa, 2002). Se profundizará en dicho concepto en el Capítulo III.

c) Las características y problemática específica de las empresas familiares.

Aportaciones más recientes apuntan a los procesos de creación de valor, a la búsqueda de oportunidades y a ciertos comportamientos -en vez de rasgos y atributos- de los agentes económicos como elementos claves del marco teórico de la empresariedad²⁰. A este respecto, hay que destacar la aportación realizada por Shane y Ventakaraman (2000). Estos autores definen el marco de análisis de la empresariedad como la investigación sobre cómo, quién y con qué efectos las oportunidades de creación de bienes y servicios futuros son descubiertas, evaluadas y explotadas. Consecuentemente, dicho campo implicaría el estudio de las propias fuentes de oportunidades de negocio, los procesos de descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades y el conjunto de personas que descubren, evalúan y sacan provecho de las mismas. De esta manera, para estos autores, aunque el fenómeno del *entrepreneurship* implica diferentes cuestiones en muchas disciplinas científicas, los investigadores de la organización de empresas están fundamentalmente preocupados por tres conjuntos de preguntas: a) por qué, cuándo y cómo las oportunidades de creación de bienes y servicios llegan a existir; b) por qué, cuándo y cómo algunas personas, y no otras, descubren y sacan provecho de estas oportunidades y c) por qué, cuándo y cómo diferentes modos de acción son usados para la explotación de oportunidades empresariales.

En este contexto, para los objetivos planteados en este trabajo de investigación se va a considerar un marco de análisis amplio y genérico bajo el cual la empresariedad puede referirse a aspectos específicos del empresario, como sus motivaciones, habilidades y capacidades para buscar oportunidades de negocio y crear empresas, así como a determinadas características de las empresas y de los rasgos de la cultura empresarial de un territorio que repercuten en la tendencia para crear, expandir y consolidar empresas en la economía. Bajo este marco de estudio, podemos utilizar el

20 En este sentido Mitchell (2011) apunta hacia un posible cambio en la temática principal de la Academy of Management que englobaría dos temas principales: (a) los actores, acciones, recursos, influencias ambientales y resultados asociados con la aparición de oportunidades y/o actividades económicas, y (b) las características, acciones y retos de los gerentes-propietarios y sus negocios.

criterio de la OCDE (1998:15) para clasificar las distintas aportaciones sobre el contenido de la empresarialidad en dos grandes grupos:

- a) En primer lugar, la empresarialidad puede contemplarse como una descripción de la creación y el desarrollo de nuevas y pequeñas empresas.
- b) En segundo lugar, también se puede utilizar como una descripción de características más generales de las actividades comerciales, denotando una disposición a asumir riesgos, a ser innovador y a tomar iniciativas para aprovechar oportunidades comerciales.

Esta delimitación nos resulta muy útil para nuestros propósitos puesto que consideramos que otorga una doble dimensión a la empresarialidad:

- a) En primer lugar, la empresarialidad está formada por una “dimensión o visión cuantitativa” que recoge el resultado de la acción emprendedora y que se manifiesta en la creación de una nueva actividad empresarial. El resultado final de esta dimensión se manifestaría en unos elevados niveles de creación de empresas y en una mayor densidad del sistema empresarial.
- b) Y en segundo lugar, la empresarialidad está formada por una “dimensión o visión cualitativa”, referida a ciertas características o comportamientos de empresas y empresarios -tanto nuevos como establecidos- así como del conjunto de empresas que interactúan en un territorio. El resultado final de esta dimensión se manifestaría en unos determinados niveles de calidad del sistema empresarial.

Ciertamente, para la OCDE (1998) el empleo del término *entrepreneurship* para referirse a la creación de nuevas y pequeñas empresas²¹ es el más obvio y el más utilizado. Este hecho lo relaciona con las acciones emprendidas por los gobiernos en este ámbito que han tendido a estimular la creación, el desarrollo y la supervivencia de las pequeñas empresas a través de una amplia oferta de medidas de apoyo al empresa-

21 No obstante, la OCDE no margina el papel de la gran empresa: “Las nuevas y pequeñas empresas constituyen un ejemplo particular de espíritu empresarial, pero esto no debería ocultar el hecho de que también es primordial para la economía que también se estimule en las empresas de mayor envergadura” (OCDE, 1998:13).

riado. No es de extrañar que el estudio de la empresarialidad referido a la creación de empresas haya tomado un fuerte impulso durante las últimas décadas. En este sentido, existe evidencia del impacto favorable que tienen las nuevas empresas en el desarrollo y el crecimiento económico (Reynolds et al., 2002; Audretsch y Keilbach, 2004 y 2005; Plummer y Acs, 2005; Acs y Varga, 2005; Audretsch, 2006, entre otros muchos). Este fenómeno ha sido explicado desde distintas perspectivas teóricas y enfoques empíricos que identifican sus causas y efectos (Wennekers y Thurik, 1999; Reynolds, 1999; Acs, 2006).

En esta línea “cuantitativa” de la empresarialidad se dirigen autores como Gartner (1988). Para este autor, la empresarialidad no es otra cosa que un proceso consistente en la creación y organización de nuevas empresas, por lo que se debe prestar atención al ambiente, al individuo, al proceso y a la propia organización. Esta aportación fue vital para desviar la atención desde la teoría de los rasgos del empresario – predominante desde los años setenta del siglo XX- hacia los modelos de comportamiento y el estudio de la empresarialidad como un proceso que no se desarrolla en una sola etapa sino de manera continua (Liñán, 2004).

Del mismo modo, Low y MacMillan (1991) sugieren que la investigación del espíritu empresarial debería estar focalizado en la nueva empresa y en su papel en el progreso económico. Para este autor, la empresarialidad comprende todas las actividades que conducen a la creación de una empresa y, en particular, los programas de conciencia y orientación de carrera, la creación de una nueva empresa, la supervivencia del negocio propio y el estímulo del espíritu empresarial en la comunidad. Por su parte, Stevenson (1996) define la empresarialidad como un proceso por medio del cual las personas físicas toman conciencia sobre la titularidad de un negocio como una opción o alternativa viable, desarrollan ideas y aprenden los procesos para convertirse en un empresario. Asimismo, la OCDE (1999) considera a la empresarialidad como la capacidad de movilizar los recursos en pro de nuevas oportunidades comerciales, mientras que Hindle y Rushwort (2000) definen la empresarialidad como la creación y la gestión de una organización nueva diseñada para perseguir una oportunidad única, innovadora y lograr un crecimiento rápido y provechoso.

No obstante, aun siendo importante el fenómeno de la creación de empresas, creemos que no puede reducirse la empresarialidad a la misma. Un ejemplo bastante claro en este sentido puede ser el del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), quizás el estudio más ambicioso en la actualidad sobre la empresarialidad a nivel internacional. Con el objeto de comprender el papel de la empresarialidad en el crecimiento económico Reynolds et al. (1999) definían a la empresarialidad como cualquier intento de nuevos negocios o nuevas empresas, tales como el autoempleo o una nueva organización comercial por un individuo, un equipo de personas físicas, o un negocio establecido. La creación de nuevas entidades comerciales se convierte así en un factor explicativo del crecimiento económico. Sin embargo, a partir de la edición del 2003 el GEM incluye una visión mucho más amplia del fenómeno que abarca también la actividad emprendedora de empresas activas y los factores de entorno que rodea a la empresarialidad. De esta manera, la empresarialidad está asociada con la creación de negocios nuevos, la reorientación de los negocios existentes hacia objetivos empresariales y la redirección de la infraestructura institucional nacional.

Teniendo presente estas premisas, este trabajo de investigación centrará su análisis en la dimensión cualitativa del fenómeno, poniendo énfasis en las cualidades y características empresariales que componen la calidad del sistema empresarial. Aportaciones que comparten este enfoque son, por ejemplo, las de Wennekers y Thurik (1999), Audretsch y Thurik (2000 y 2001), Santos y Camúñez (2001) o Santos y Fernández (2004), estas dos últimas además son propuestas para analizar su impacto en el crecimiento económico. En este sentido, Santos y Fernández (2004) plantean que la empresarialidad recoge el conjunto de comportamientos de empresarios y empresas que influyen en la configuración de un determinado tipo de estructura productiva y empresarial, y, por consiguiente, en el desarrollo y crecimiento económico de cualquier territorio. Por su parte, la definición desarrollada por Wennekers y Thurik (1999) se refiere al conjunto de habilidades y capacidades de individuos y organizaciones para generar valor. En concreto, para estos autores la empresarialidad se relaciona con una *voluntad y habilidad manifiesta* de los individuos, ya sea por ellos mismos o mediante equipos, dentro o fuera de organizaciones existentes de crear nuevas oportunidades económicas (nuevos productos, nuevas formas de organización, nuevos métodos de producción, etc.), e introducir sus ideas en los mercados, haciendo frente a la

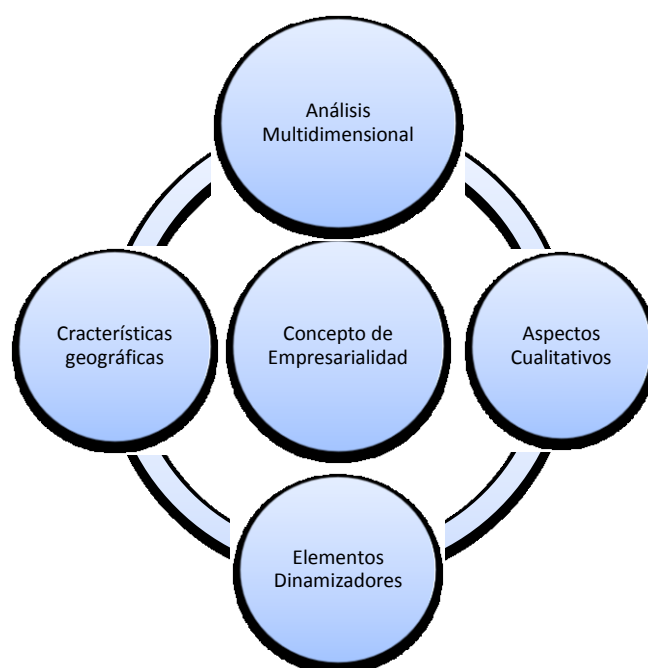
incertidumbre y a otros obstáculos, adoptando decisiones sobre la localización el uso de los recursos y de las instituciones, etc.

En resumen, bajo una dimensión cualitativa, más allá de la creación de nuevas empresas, la empresariedad puede tomar innumerables formas y puede presentarse en grandes y pequeñas empresas, en empresas nuevas y en aquellas consolidadas, en la economía formal e informal, en actividades legales e ilegales, novedosas o tradicionales, en los proyectos que suponen riesgos y en todos los subsectores económicos (OCDE, 1998).

II.3. HACIA UNA DEFINICIÓN OPERATIVA DE LA EMPRESARIEDAD.

A partir del desarrollo teórico sobre el contenido y significado de la empresariedad desarrollado en el epígrafe anterior, se pueden establecer varias cuestiones o elementos claves que consideramos que deben estar presentes en cualquier intento de delimitación de dicho fenómeno si se quiere vincular con el desarrollo y crecimiento de un territorio. En este sentido, para nuestros propósitos, una definición de empresariedad debería tener en cuenta los siguientes factores (**Figura II.2**).

Figura II.2. Los elementos claves para una definición operativa de empresariedad.



Fuente: Elaboración propia.

1. Tiene que permitir un análisis multidimensional. Para poder establecer sus efectos a nivel agregado consideramos que la empresariedad debe englobar no sólo el papel del empresario sino también el papel de las empresas que son resultantes tanto de un determinado comportamiento empresarial (el agente empresarial individual de las PYMEs) como de la propia dinámica interna empresarial (el *corporate entrepreneurship* de las grandes empresas). Así pues, y aunque en ocasiones resulte difícil²², la empresariedad debe englobar dos vertientes de análisis (Guzmán, 2004):
 - El empresario, entendido como aquel agente, o agentes, que posee determinada “característica” o desarrolla determinada “función, proceso o comportamiento”.

²² Sobre todo a medida que aumenta el tamaño y la complejidad de la empresa.

- La empresa, que se configura tanto como aquella organización “*a través de la cual*” se manifiesta la empresariedad -la creación empresarial es fruto de la figura del empresario y de la actividad y capacidad empresarial de una sociedad- como aquella organización “*en la cual*” se materializa determinada característica o función de carácter empresarial -empresariedad corporativa-.

Bajo estas premisas, empresa y empresario se “fundirían” en un primer nivel microeconómico²³ de la empresariedad: el empresario individual es una condición necesaria para la creación de valor, determina las modalidades de producción, el tamaño de la empresa, etc., se trata del “actor principal” de la empresariedad. Por su parte, la empresa se configura como el “soporte” para la creación de ese valor (Bruyat ,1993). La consideración del comportamiento y características de las empresas, más allá del agente empresarial individual, permitiría conectar la perspectiva microeconómica de la empresariedad con la realidad mesoeconómica de un territorio analizada a través del número y, sobre todo, de determinadas características y rasgos que generan la competitividad del conjunto de empresas, de los sectores productivos o de las industrias localizadas en un territorio. Finalmente, a partir de este nivel meso, sería posible conectar la empresariedad con el crecimiento de la renta y del empleo y, en definitiva, con la evolución macroeconómica de las ciudades, las regiones o los países y analizar sus vínculos con las anteriores variables.

2.- Debe recoger aspectos cualitativos. La empresariedad hay que tratarla desde una perspectiva eminentemente cualitativa y no exclusivamente bajo la consideración de la creación de empresas. A priori, parece obvio que un mayor número de empresarios implica un mayor número de empresas y, por tanto, una mayor producción, empleo y un mayor crecimiento económico (Audretsch y

23 Sin embargo, otros autores como Termes (2001) enfatiza de manera muy clara la distinción empresa-empresario: “[...] la empresa no puede confundirse con el empresario ya que éste es sólo una parte del todo que es la empresa, aunque pueda pensarse, con razón, que es la más importante.[...] Capital, trabajo y empresario son, pues, los tres elementos necesarios para que haya empresa. [...]. Pero, ni el capital ni el trabajo ni el empresario son la empresa; la empresa es una realidad superior que comprende los tres elementos dichos, [...]”. No obstante, hay que matizar que aunque tanto el empresario como la empresa son objetos de análisis para la empresariedad, el análisis se complica a medida que descendemos de tamaño empresarial; si nos situamos en el caso extremo de un trabajador autónomo donde empresario, trabajo y capital pueden confluir en una misma persona se podría identificar la empresariedad con el pequeño empresario individual.

Thurik, 2001). No obstante, en todo caso, consideramos que esta perspectiva cuantitativa es una condición necesaria pero no suficiente para que la empresarialidad influya en el desarrollo y crecimiento, pues estos se alcanzarán a largo plazo para las economías rezagadas si, y sólo si, existe una adecuada calidad de empresarios y empresas que generen un valor añadido incremental en la actividad que desarrollan. Se trataría, por tanto, de una definición de empresarialidad que englobaría también la actividad emprendedora de las empresas establecidas, así como las relaciones que se pueden desarrollar entre ellas y con su entorno. Esta característica permite contemplar a la empresarialidad como un factor fundamental para los procesos de desarrollo endógeno, en donde los recursos intangibles juegan un papel principal y, por tanto, ciertos aspectos cualitativos referidos a las características y comportamientos de empresas y empresarios, tanto nuevos como establecidos, adquieren una mayor importancia.

3. Debe prestar atención a elementos dinamizadores. Un tercer elemento a tener en cuenta es la consideración de la empresarialidad como un factor que introduce dinamismo en la economía a través del impulso de las actividades empresariales (Hebert y Link, 1989; Wennekers y Thurik, 1999). Por tanto, no cualquier tipo de característica es relevante para la empresarialidad, sino aquella que se configure como una fuente de dinamización, de cambio o de ventaja competitiva. De esta manera, cuando empresarios y empresas adoptan una actitud dinamizadora se impulsa el crecimiento económico en el territorio. Un primer mecanismo en el que se plasma ese dinamismo a nivel agregado sería aquel por el cual surgen nuevas empresas, las que ya existen se desarrollan y las que no prosperan, desaparecen; es decir, se puede entender en los términos del concepto de "destrucción creativa" de Schumpeter, donde la innovación juega un papel fundamental en los comportamientos del empresario. Sin embargo, diversos estudios (Hebert y Link, 1989) muestran que los comportamientos dinámicos no se limitan tan sólo a la innovación: la cooperación, la ambición, la visión a largo plazo, determinado tipo de motivación empresarial, etc. pueden ser aspectos que dinamicen la evolución de una empresa y la doten de competitividad y calidad. Estas ideas son compartidas por la Comisión Europea

cuando sostiene que la empresarialidad es un proceso dinámico por el cual las personas físicas constantemente identifican oportunidades económicas y actúan en ellas desarrollando, produciendo y vendiendo bienes y servicios. Para ello, se precisa cualidades como la confianza en sí mismo, la capacidad para asumir riesgos y un sentido de compromiso personal. Se trata, en palabras de la propia institución, de *“la actitud y el proceso de crear una actividad económica combinando la asunción de riesgos, la creatividad y la innovación con una gestión sólida, en una organización nueva o en una ya existente”* (Comisión Europea, 2003:10).

4. Debe tener en cuenta las características espaciales y/o geográficas del fenómeno. La empresarialidad es, en buena medida, un fenómeno local y/o sectorial, cambia entre regiones y sectores de actividad (Cámara de Comercio, 1999). Pero además, los factores territoriales (ya sean nacionales, regionales o locales) son sumamente importantes para el desarrollo de la empresarialidad. Por ejemplo, el éxito de los empresarios y de las instituciones financieras locales son, con frecuencia, interdependientes; las redes locales son una clave del éxito para las zonas empresariales; el empresariado suele propagarse mediante la imitación que se puede estimular por la proximidad y es en el territorio donde se localizan las economías externas para las empresas que las dotan de dinamismo, impulsando el crecimiento económico (OCDE, 1998). Esta consideración del entorno espacial, vuelve a configurar a la empresarialidad como un factor de desarrollo endógeno pues, a diferencia de las teorías tradicionales donde el territorio era un mero soporte de la actividad económica, en la teoría del desarrollo endógeno el territorio se convierte en un agente activo donde se interrelacionan los diferentes elementos económicos, sociales, políticos, institucionales y culturales, entre los cuales, evidentemente, debe incrustarse la empresarialidad.

Así pues, teniendo en cuenta estas consideraciones, la cuestión a resolver sería la siguiente: ¿existe alguna definición que posea las características expuestas y exprese el contenido esencial del fenómeno empresarial aquí recogido?. Aunque se pueden considerar importantes aportaciones de síntesis que reúnen los aspectos requeridos (Blaug, 1983; Suárez Villa, 1986; Barreto, 1989; Binks y Vale, 1990; Hebert y Link,

1989 o Casson, 1991, entre otros muchos), será la teoría propuesta por Guzmán (1994) la que nos permita dar una respuesta afirmativa a dicha pregunta. No sólo se trata de una de las definiciones de empresariedad más completas que se han elaborado en base al enfoque funcional de Casson (1991), sino que gracias a su operatividad, es posible, a partir de una serie de matizaciones, extraer una definición de empresariedad que permite colocarla en el centro de los procesos de desarrollo y crecimiento económico.

La síntesis realizada por Guzmán (1994) en "*Towards a Taxonomy of Entrepreneurial Theories*" se basa en una amplia revisión histórica de enfoques económicos y no económicos sobre las diferentes funciones empresariales. Se trata, por tanto, de una síntesis de carácter multidisciplinar cuyo objetivo es establecer una caracterización de la función empresarial captando la esencia del papel que desempeña el empresario de una forma sencilla y que resulta operativa para avanzar en el plano empírico.

Figura II.3. Las tres esferas funcionales de Guzmán (1994).



Fuente: Guzmán (1994).

A partir de esta taxonomía, Guzmán elabora una caracterización funcional del empresario que se compone de tres elementos o esferas básicas (**Figura II.3**):

- Esfera financiera o capitalista, que se refiere a la función de aportar capital y que confiere al empresario la propiedad del total de la empresa o una parte si se trata de una sociedad por acciones.
- Esfera managerial o gerencial, que implicaría realizar las funciones de dirección, gestión, organización y planificación del negocio, aunque sin asumir ningún riesgo empresarial.
- Esfera impulsora, considerada la esencia del empresario. Esta esfera, de carácter eminentemente dinámico, implicaría, en términos generales, la realización de funciones de carácter intangible como la promoción y creación de una nueva empresa, o el “impulso” de un nuevo proyecto de inversión, de una nueva investigación, de un nuevo sistema organizativo, etc²⁴. La función impulsora, desde su perspectiva dinámica, se configura como el espíritu o comportamiento empresarial de una sociedad, y puede, a su vez, descomponerse en dos elementos o sub-funciones:
 - La sub-función promotora que es aquella que desempeñaría todo empresario que crea, inicia o emprende una nueva empresa. Recoge la labor emprendedora de futuros empresarios o empresarios potenciales que se lanzan por primera vez a la actividad empresarial. Se trata, por tanto, de lo que se conoce como la emergencia empresarial de una sociedad (Cáceres, 2002).
 - La sub-función dinamizadora, que es aquella que desempeña todo empresario que trata de impulsar su empresa ya existente con nuevos proyectos, modernizándola, ampliándola, haciéndola más competitiva o, simplemente, manteniéndola viva. Recogería la calidad de los empresarios de una sociedad y, por tanto, del conjunto de empresas localizado en el territorio.

24 Según Guzmán (1994), también esta esfera implicaría riesgos de tipo empresarial, incluso superiores a los riesgos derivados de la esfera capitalista.

Las ventajas del enfoque de Guzmán (1994) para nuestro estudio de la empresarialidad son evidentes. En primer lugar, estas tres funciones empresariales son desempeñadas por un solo individuo en la pequeñas empresas, puesto que en ellas suele ser el empresario quien aporta el capital, dirige e impulsa la empresa, pero a medida que crece la dimensión de la empresa, esas funciones se van diluyendo entre un grupo cada vez mayor de individuos pues la complejidad y/o dimensión que van adquiriendo la realización de estas funciones requiere de personas especializadas en cada área (Guzmán, 1994). Por tanto, y aunque se trata de un enfoque funcional esencialmente individual, esta concepción es fácilmente extensible a cualquier tipo de empresa, tanto a los propietarios de pequeños negocios, como a las grandes empresas *-corporate entrepreneurship-*, recogiendo la dualidad empresario/empresa que consideramos clave en la visión microeconómica del fenómeno.

En segundo lugar, en la propuesta de Guzmán (1994) se combinan las dimensiones cuantitativas y cualitativas del fenómeno. Por una parte, el ejercicio de la sub-función promotora implica la creación o iniciación de nuevas empresas. De esta manera, cuanto mayor sea el número de personas que están dispuestas a iniciar una nueva empresa, mayor será la tasa de creación de empresas de una sociedad y, por tanto, mayor será el número de empresas existentes²⁵. Sin embargo, la función impulsora es considerada también como un componente dinámico que capta la cultura o personalidad de la empresa a través de los objetivos que persigue y de su dinámica de desenvolvimiento. Estos elementos son recogidos por la sub-función dinamizadora que establece la calidad de los empresarios y de las empresas del territorio. Estas consideraciones implican que es posible el análisis de determinadas características y comportamientos de los empresarios y sus empresas –ya sean nuevas o establecidas- en donde la motivación, la intención o ciertos comportamientos y atributos de carácter eminentemente cualitativos juegan un papel primordial como componentes de la empresarialidad.

En tercer lugar, y centrándonos en la sub-función dinamizadora, ésta hace referencia a la labor de impulso empresarial de empresarios ya existentes por lo que su correcto desempeño -la realización de un elevado número de ampliaciones, innovaciones o modernizaciones en las empresas existentes- aumenta la calidad del

²⁵ Este componente ha sido tratado por Cáceres (2000) en su modelo de emergencia empresarial.

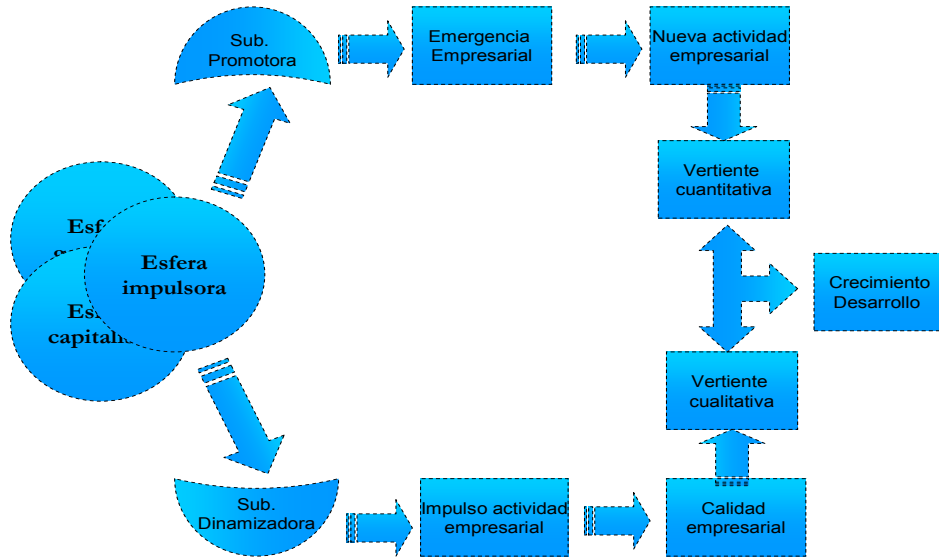
empresario de una determinada sociedad e impulsa el crecimiento empresarial. La propuesta de Guzmán (1994) incluye, por tanto, aspectos dinámicos (como la innovación o la cooperación) que deben ser considerados como impulsores del crecimiento y desarrollo territorial y permiten su integración en los modelos de desarrollo endógeno (Santos, 1998).

Finalmente, la definición de Guzmán (1994) recoge que ambos componentes – la sub-función promotora y la sub-función dinamizadora- desempeñados de forma adecuada, deben conducir inexorablemente, junto a las facetas financiera y gerencial, hacia el desarrollo económico de aquellas zonas más atrasadas y hacia la disminución de su distancia respecto a las zonas más desarrolladas (**Figura II.4**). Por tanto, el buen funcionamiento de la función impulsora determina los procesos de desarrollo y crecimiento del territorio donde se lleva a cabo dando importancia a los aspectos locales y geográficos. De esta manera, un mayor número de empresas de calidad localizadas en el territorio permiten generar una mayor cantidad de valor y empleo en el mismo. En otras palabras, es un factor decisivo para los procesos de crecimiento y desarrollo económico a largo plazo.

Bajo estos planteamientos, consideramos que la delimitación teórica de la función empresarial de Guzmán (1994) extrapolada al nivel macroeconómico permite su estudio como factor de desarrollo y crecimiento económico. En concreto, y sin restar importancia a las otras dos esferas, planteamos una definición de empresarialidad apoyada en su función impulsora de la siguiente manera:

La empresarialidad es el conjunto de características, cualidades y comportamientos de carácter dinámico (innovación, búsqueda oportunidades de negocio, cooperación, ambición, etc.) de empresarios y empresas de un territorio y de los factores que influyen sobre ellas, que permiten la puesta en marcha de nuevas actividades productivas y, sobre todo, el aumento de calidad de las existentes configurando un determinado tipo de estructura productiva y empresarial que impulsa la generación de valor añadido y el desarrollo económico a largo plazo.

Figura II.4.Función empresarial: empresariedad.



Fuente: Santos (1998).

Una vez expuesta la definición de la empresariedad que adoptaremos en este trabajo de investigación, la siguiente cuestión a resolver es porqué considerarla un factor clave en los procesos de avance económico. Para ello, en el siguiente epígrafe se analizará cuál ha sido y cómo ha evolucionado el papel de la empresariedad en la economía internacional en el último medio siglo.

II.4. EL CAMBIO DE IMPORTANCIA DE LA EMPRESARIALIDAD EN LAS ECONOMÍAS.

El papel de la empresariedad en la sociedad, considerada tanto en su vertiente cuantitativa como cualitativa, ha cambiado drásticamente en el último medio siglo.

En un primer momento, durante el período inmediatamente posterior a la Segunda Guerra Mundial la creación de empresas disminuyó en las economías

occidentales. Numerosos trabajos²⁶ ponen de manifiesto la concentración de la producción, ventas y empleo en empresas maduras de gran tamaño a medida que avanzaba el siglo y, sobre todo, después de la Segunda Gran Guerra. De esta manera, hasta los años setenta del pasado siglo XX, el avance de la gran empresa fue muy intenso en EE.UU, Europa occidental y Japón (Acs, 1996). Pero esta importancia no se limitaba a los países del primer mundo. En los países comunistas, el tejido productivo estaba compuesto exclusivamente de grandes empresas, en este caso públicas, y en muchos países emergentes, como en los latinoamericanos o en España, la gran empresa ganó en dimensión e importancia en numerosos sectores gracias a una estrategia de industrialización sustitutiva de importaciones (Santos, 2004).

Como apuntan Piore y Sabel (1984) el incremento de la importancia de la gran empresa se debió a la difusión generalizada de una tecnología que requería la producción en serie y el aprovechamiento de las economías de escala al objeto de reducir costes y elevar la eficiencia y la rentabilidad. Para poder sacar partido de ese tipo de sistema tecnológico, las empresas debían crecer en tamaño y ganar en cuota de mercado²⁷. Este sistema de producción implicaba producir en serie productos estándares, aunque de baja calidad, para una demanda estable y creciente, la economía internacional se encontraba inmersa en la etapa de madurez del “sistema de producción en masa”. De manera paralela, el crecimiento económico estable de los años cincuenta y sesenta permitió la elevación de los salarios y el nivel de vida, lo que repercutió negativamente en la emergencia de nuevas PYMEs, disminuyendo progresivamente su peso en las economías (Carree et al., 2002). El aumento del tamaño de las unidades económicas de producción parecía confirmar las hipótesis de Schumpeter sobre la

26 Por ejemplo, el trabajo de Storey (1988) documenta esta tendencia. Para este autor desde comienzos de siglo hasta finales de los años sesenta y primeros setenta, y especialmente después de la Segunda Guerra Mundial, la producción y el empleo se concentraron en las grandes empresas. Para el caso de Alemania, las empresas de más de 1000 trabajadores pasaron de representar un 13.8% del empleo en 1907, a suponer un 31.2% en 1970, mientras que la participación de las de menos de 10 trabajadores cayó desde el 41.8% al 22.0% en el mismo periodo.

27 Los mercados internos relativamente pequeños en la mayoría de países europeos en los años de posguerra no fueron una amenaza seria por dos estrategias empresariales. La primera fue la internacionalización, es decir la búsqueda de mercados fuera del mercado interno. La segunda fue confiar en el capital humano para producir productos que, aunque de mayor coste, fueran de calidad superior. Las grandes corporaciones transnacionales prosperaron mediante esta estrategia dual basando la ventaja comparativa en la producción en gran escala que unía una organización y gestión superior combinada con trabajo cualificado. En general, la ventaja comparativa de Europa recayó en la producción de productos de tecnología media en industrias tradicionales, como maquinaria y herramientas, automoción, productos metálicos, productos químicos y la industria agroalimentaria (Audretsch y Thurik, 2001).

evolución del capitalismo, a la vez que se reducía el papel de las pequeñas y medianas empresas independientes.

De esta forma, la empresarialidad, contemplada bajo una óptica cuantitativa de creación de nuevas empresas, se frenaba en esos años centrales del siglo XX. No obstante, ya hemos dicho que la empresarialidad también se puede encontrar en la gran empresa y es en ella precisamente donde hay que contemplar los aspectos más cualitativos del fenómeno en los primeros años de posguerra. Bajo esta óptica, se puede afirmar que en un primer momento la gran empresa era la opción más adecuada para aprovechar las economías de escala del sistema tecnológico vigente. Se trataba de una época caracterizada por la aparición de importantes empresarios que crearían grandes multinacionales y aplicarían las tecnologías militares al ámbito civil, generando un intenso proceso de crecimiento económico en las economías occidentales de postguerra. Servan (1968) advirtió a los europeos sobre el gran dinamismo organizativo y el coraje que las gigantes corporaciones americanas mostraron para tirar de la economía norteamericana en esos años. En la revista *The Economist*²⁸ las empresas de la posguerra se describen como: “[...] organizaciones jerárquicas y burocráticas dedicadas al negocio de la gran producción en serie de productos estandarizados. Introdujeron nuevos productos y variedades mejoradas con regularidad previsible; proveyeron a trabajadores de empleo estable indefinido a jornada completa y disfrutaron de buenas relaciones con los grandes sindicatos”.

Los problemas comenzarían a surgir cuando desaparecieron los aspectos impulsores del proceso empresarial causado por una rutina innovadora y una falta de dinamismo y flexibilidad frente a los cambios de la demanda que llevaría a la quiebra al propio sistema de producción en masa a finales de los sesenta. Como exponían Schumpeter (1942) y Galbraith (1967) en sus investigaciones, un tejido empresarial basado en grandes empresas maduras podría suponer un peligro para el desarrollo económico a largo plazo por la excesiva automatización y burocratización de las iniciativas e innovaciones. Por tanto, la enorme estabilidad de los mercados con una demanda asegurada, hizo decaer la necesidad de aspectos dinámicos de unas grandes corporaciones burocratizadas e integradas verticalmente.

²⁸ *The Economist*, 22 December, 2001:76.

En este sentido, Schumpeter y Galbraith, no se equivocaron cuando la crisis de los setenta introdujo en la economía mundial una mayor competencia, incertidumbre y fragmentación de mercados que provocaron la caída del “sistema de producción en masa”. Del mismo modo, Piore y Sabel (1984) apuntan como el predominio de unas unidades de producción, con necesidad de planificar a largo plazo grandes sumas de inversiones y garantizar un mercado amplio y duradero, provocaba la falta de flexibilidad del tejido productivo en su conjunto. Este cambio fundamental en el desarrollo tecnológico generó diseconomías de escala como consecuencia del descenso de los costes de transacción. En otras palabras, la esfera impulsora del tejido empresarial pasó a un segundo plano: la *corporate entrepreneurship* se frenaba y la calidad del sistema empresarial disminuía. De esta manera, la empresariedad, tanto en sus aspectos cuantitativos como cualitativos, tendía desaparecer a medida que nos íbamos acercando a la década de los setenta.

El nuevo rumbo del progreso tecnológico y las transformaciones en la economía mundial a partir de la crisis de los años setenta se han traducido en un cambio estructural que afecta a todas las economías y han demostrado la incapacidad de la tecnología de producción de masas para adaptarse a las nuevas condiciones económicas.

Una serie de estudios han identificado los factores determinantes de esas transformaciones (Audretsch y Thurik, 2000 y 2001; Audretsch et al., 2001; Carre y Thurik, 2002; Santos, 2004). El cambio tecnológico -con la revolución de la comunicaciones y la importancia del conocimiento-, la globalización de la competencia -con la aparición de países emergentes con producciones de bajo coste-, los procesos de desregulación, los cambios en la oferta de mano de obra, la variedad en la demanda y los mayores niveles de incertidumbre han sido considerados como los factores determinantes de este cambio estructural de la industria, desde la centralización y concentración, hacia la desconcentración y descentralización.

Así pues, se puede concluir que a raíz del estallido de la crisis económica de los años setenta se ha producido un importante cambio de tendencia que ha modificado drásticamente el panorama empresarial y el patrón de crecimiento y desarrollo de las economías. Desde entonces, la empresariedad, concebida tanto en su vertiente

cuantitativa –creación de empresas-, como cualitativa –calidad del sistema empresarial-, se debe considerar como el motor de desarrollo económico y social en todo el mundo y, de esta manera, como un fenómeno digno a tener en cuenta por parte de los estudiosos del crecimiento y del desarrollo a largo plazo.

Pero, ¿en qué ha consistido este cambio estructural? y ¿cuáles son las repercusiones del mismo para los niveles de empresarialidad de las economías?. Thurik y Verheul (2002) consideran que se han producido tres transformaciones relevantes en los sistemas productivos:

- a) En primer lugar, en la estructura de la industria han ganado peso las empresas más pequeñas. De esta manera, se observa una creciente presencia de las PYMEs en las economías, con un mayor protagonismo en la creación de empleo, la producción, la innovación o la exportación. No es de extrañar, por tanto, que se afirme que estas empresas han hecho las contribuciones más significativas al crecimiento económico en los últimos años, tanto directamente como mediante el estímulo de sus competidores establecidos (Storey, 1988; Acs y Audretsch, 1990 y 1993; Loveman y Sengenberger, 1991; Schwalbach, 1994). Desde entonces, la creación de empresas unido a un proceso de turbulencia (de entrada y salida de empresas) se han hecho un hueco en los sistemas económicos.

Los determinantes del resurgimiento de la PYME han sido tratados en multitud de artículos -véase por ejemplo, Piore y Sabel (1984), Storey (1988), Maillat (1988), Brock y Evans (1989), Acs et al. (1990), Loveman y Sengenberger (1991), Harrison (1994) o Santos (2004)- y guardan relación con las nuevas características de la economía surgida tras la crisis de los setenta y el desarrollo de los sistemas de producción flexibles. Así por ejemplo, Acs et al. (1990) realizan una síntesis de los factores agrupándolos en seis grupos: 1) el desarrollo de nuevas tecnologías flexibles, como el factor más decisivo por su efecto neutralizador de las economías de escala; 2) la creciente globalización de los mercados que provoca una mayor competencia internacional y la volatilidad de los tipos de cambio, potenciando la flexibilidad productiva y organizativa; 3) los cambios en la

composición del trabajo, relacionados con mayores niveles educativos y menores exigencias salariales, junto a la incorporación de la mujer al mercado de trabajo; 4) la diversificación de la demanda de los consumidores, debida a los mayores niveles educativos y de renta, así como al mayor acceso a la información sobre costumbres y culturas del resto del mundo; 5) la desregulación en numerosos mercados a partir de los años ochenta y 6) la aceleración en el ritmo de introducción de innovaciones.

Asimismo, Santos (2004) apunta cinco razones que explican el auge que han tenido las pequeñas empresas desde los años setenta del siglo XX: 1) Las pequeñas empresas son más flexibles que las grandes empresas para adaptarse a la elevada competencia incertidumbre y fragmentación de los mercados, 2) Las nuevas tecnologías de la informática y las comunicaciones han reducido la importancia de las economías de escala en muchos sectores. 3) Las PYMEs desempeñan un papel muy importante en la innovación que se está produciendo en nuevos sectores, como el software o la biotecnología. 4) El autoempleo se ha convertido en una importante elección como carrera profesional, y 5) La terciarización de la economía ha dado lugar a la aparición de nuevas actividades que ofrecen más posibilidades para crear nuevas pequeñas empresas.

- b) El segundo lugar -y muy relacionado con el anterior- la extensión de este cambio no es idéntico en todos los países. Es decir, hay países donde el cambio estructural del tejido industrial ha sido más intenso debido a los factores específicos de dicha economía. Las instituciones, valores imperantes o las políticas en ciertos países han facilitado una mayor y más rápida respuesta para aprovechar el cambio tecnológico y la globalización, incrementándose el proceso de descentralización y la aparición de la nueva economía. De esta manera, el cambio en las estructuras de la industria hacia una mayor importancia de organizaciones de menor tamaño ha sido heterogéneo y, en parte, ha dependido de factores específicos locales.

- c) Finalmente, un tercer hecho de naturaleza diferente a los dos anteriores, es que los países rezagados en este proceso de reestructuración muestran un crecimiento inferior (Audretsch et al., 2001; Audretsch et al., 2002). Como apuntan Thurik y Verheul (2002), aunque las explicaciones del crecimiento económico generalmente han estado restringidas en el terreno de la macroeconomía -como por ejemplo las aportaciones de Romer (1990) o Krugman, (1991)- existe una tradición de estudios diferentes de economía industrial que asocian el crecimiento con la propia organización industrial. Esta tradición tiene sus orígenes en los estudios de Schumpeter (1934) y se basa en la idea de que la evolución de una economía, medida en términos del crecimiento económico, depende del grado por el cual la estructura de la industria es capaz de utilizar los recursos escasos más eficazmente.

En definitiva, si partimos de la base de que la magnitud de este cambio no ha sido la misma en todos los países y que existe una penalización en términos de crecimiento y de oportunidades de empleo para aquellos que no se adapten o aprovechen de manera rápida los cambios que se están produciendo, se puede afirmar que unos países avanzarán más rápido que otros. En otras palabras, se van a generar disparidades económicas entre países, -o entre regiones de un mismo país- que pueden incrementar la dispersión de la renta mundial como consecuencia de distintos niveles de empresariedad.

De manera más genérica, se trataría en palabras de Audretsch y Thurik (2000) de reconocer que nos enfrentamos a un nuevo funcionamiento del sistema económico, a una “nueva economía” o “economía del conocimiento”, a la que denominan “economía empresarial” (*entrepreneurial economy*) basada en el papel de las PYMEs, en innovaciones dinámicas y en producciones diferenciadas realizadas por empresarios emprendedores surgida en el último tercio del siglo XX, frente a la “economía dirigida o administrada” (*managed economy*) vigente durante las tres cuartas partes del siglo que alcanzó su máxima expresión en el período de posguerra y que estaba basada en las grandes empresas especializadas en producciones estandarizadas e innovaciones rutinarias que acabarían con su dinamismo con el paso del tiempo.

En definitiva, bajo la “nueva economía”, la empresarialidad es el factor determinante de la senda del crecimiento y desarrollo económico actual debido tanto a aspectos cuantitativos -con un gran crecimiento del número de empresas, generalmente de pequeño tamaño-, como cualitativos -referidos a la calidad del conjunto de empresas donde las innovaciones radicales, la cooperación, la visión a largo plazo y otros aspectos dinamizadores e impulsores de los territorios y áreas específicas- son fundamentales para aumentar las competitividad internacional de las economías.

Conocer las características de ambas economías permite analizar el papel que en la actualidad juega la empresarialidad en el devenir económico de los países. En este sentido, Audrestch y Thurik (2000) determinan un total de 14 variables agrupadas en cuatro grandes bloques o grupos que permiten analizar estas diferencias.

El primer grupo de variables recoge tres “fuerzas subyacentes” de estos modelos económicos: la localización, continuidad y “sueldos altos o empleo” característicos de la economía dirigida se contraponen a la globalización, cambio y “sueldos altos y empleo” de la economía empresarial. Veámoslas más detalladamente.

- a. La localización *versus* la globalización. La importancia y significado del espacio geográfico es completamente diferente en ambas economías. En este sentido, en la economía dirigida, la normalización de los productos y de la producción reduce la importancia de las características específicas regionales e idiosincrasias de los territorios. El espacio es un mero soporte donde combinar los factores de producción clásicos: naturaleza, trabajo y capital. Sin embargo, para la economía empresarial el conocimiento se ha convertido en el factor más importante de producción. La nueva teoría del crecimiento sostiene que el conocimiento difiere esencialmente de los factores tradicionales de producción, ya que no puede ser transferido sin coste a través del espacio geográfico. Por ello, en la economía empresarial, los aspectos geográficos surgen como un importante foco de competitividad económica ya que el conocimiento tiende a ser desarrollado en redes de producción empresariales o *clusters* innovadores incrustados en el territorio con importantes efectos de “derrame” (*knowledge spillovers*) que se localizan en el mismo.

- b. El cambio *versus* la continuidad. La economía dirigida se basaba en la continuidad, la economía empresarial provoca y prospera en el cambio. En sectores tradicionales como el textil, la maquinaria industrial o la automoción, que fueron protagonistas de la expansión económica de los años cincuenta y sesenta del siglo XX, los procesos de innovación se fueron convirtiendo cada vez más en rutinarios. De hecho, se dice que en esa etapa el tejido productivo estaba en un régimen tecnológico schumpeteriano Mark II o de “creación acumulativa” basado en innovaciones incrementales. Sin embargo, en la economía empresarial se ha iniciado un nuevo régimen tecnológico de “destrucción creativa”, denominado régimen tecnológico Mark I, caracterizado por una innovación no rutinaria, más dinámica y, por tanto, de tipo radical.
- c. “Empleo y sueldo elevados” *versus* “empleo o sueldos elevados”. Mientras en la economía dirigida existía un dilema político consistente en un trade-off entre empleo y salarios (más desempleo implicaba salarios mayores), en la economía empresarial es posible crear empleo y mantener los salarios elevados, del mismo modo que sueldos más bajos no significan necesariamente mayor empleo. En la economía empresarial, las PYMEs dinámicas y la creación de empresas se sitúan como los motores de la creación de empleo y aseguran que un empleo mayor no se traduzca en sueldos inferiores. En la economía dirigida, la creación de empleo de las PYMEs sí se asociaba a sueldos inferiores y a peores condiciones laborales, mientras que los salarios mayores eran proporcionados por las grandes empresas que paulatinamente iban aumentando su participación en el empleo. La “decadencia” de creación de nuevas empresas se traduciría, con la llegada de la crisis de los setenta, en procesos de reestructuración de plantillas aplicados por las grandes empresas, aumentando los niveles de desempleo en la época.

El segundo grupo de discrepancias se refieren a las diferencias en el ambiente subyacente de la economía dirigida frente a la empresarial. La turbulencia, la diversidad y la heterogeneidad son centrales para la economía empresarial. Por el contrario, la

estabilidad, la especialización y la homogeneidad fueron las bases de la economía dirigida.

a) Turbulencia *versus* estabilidad. La estabilidad de la economía dirigida era resultado de una estabilidad de la demanda que generaba una tasa de rotación de productos, trabajadores y empresas reducida. Mientras, la economía empresarial se caracteriza por un grado alto de turbulencia, en donde muchas empresas nuevas son creadas pero sólo un reducido grupo sobrevive dentro de un contexto marcado por una demanda cambiante y fragmentada.

b) Diversificación *versus* especialización. Como las externalidades y los procesos de derrame son una fuente importante de la actividad innovadora que generan nuevos conocimientos, la diversificación de actividades es un prerequisite para la economía empresarial. De esta manera, las empresas en una economía empresarial prefieren sacrificar menores costes de transacción por mayores oportunidades de externalidades de conocimiento. Por su parte, las características de la economía dirigida provocaban que hubiera menos que ganar con los *spillovers* de conocimiento, por lo que el coste de oportunidad en términos de conocimientos adquiridos disminuía y hacía preferible la especialización a fin de ganar eficiencia.

c) Heterogeneidad *versus* homogeneidad. En una población heterogénea la comunicación entre personas tiende a ser difícil y costosa, pero es más probable que emerjan nuevas ideas de la comunicación entre un grupo heterogéneo de personas que entre uno homogéneo. Así, entre una población heterogénea es más fácil que surjan innovaciones. En la economía dirigida, los menores costes de transacción resultado de una población homogénea no se asocian con un coste de oportunidad alto porque las externalidades de conocimiento carecen de importancia para generar actividad innovadora. Sin embargo, las externalidades de conocimiento son una fuerza motriz en la economía empresarial, por lo que se prefiere costes superiores asociados con una población heterogénea pero con mayor probabilidad de producir nuevas ideas e innovaciones.

El tercer grupo consiste en cuatro intercambios enfocados hacia el funcionamiento de las empresas en las diferentes de economías. La motivación *versus* el control, el intercambio en el mercado *versus* la transacción en la empresa, la competición y cooperación como “complementarios” *versus* “substitutivos” y la flexibilidad *versus* la escala, son los elementos a considerar.

a) La motivación *versus* el control. La esencia de la economía dirigida era el orden y el control de la fuerza laboral. El factor trabajo era considerado similar a los demás inputs, en particular al capital. Sin embargo, como la ventaja comparativa de los países ha cambiado hacia la acumulación del conocimiento, el orden y el control de los trabajadores se hacen menos efectivos. Lo que importa en la actualidad es la motivación de los trabajadores del conocimiento para facilitar el descubrimiento y la implementación de nuevas ideas.

b) El intercambio en el mercado *versus* la transacción en la empresa. En la economía dirigida, dominada por un grado alto de certeza y previsibilidad de la información, las transacciones dentro de empresas tendían a ser más eficientes que el intercambio en el mercado. En la economía empresarial, estas tendencias han sido modificadas, lo que se traduce en una disminución en el tamaño de la empresa y de la integración vertical, aumentando el número de transacciones realizadas en el mercado entre empresas jurídicamente independientes.

c) Competición y cooperación como complementarios *versus* substitutivos. En la economía dirigida la competición y la cooperación son contempladas como actividades sustitutivas. En este tipo de economía, las empresas están verticalmente integradas y compiten primordialmente en productos estandarizados comercializables por lo que la cooperación entre empresas en el mercado se traduciría en la reducción del número de competidores y, por tanto, del grado de competencia. Es decir, a mayor cooperación menor competencia en los mercados. Sin embargo, en la economía empresarial las empresas son verticalmente independientes y se encuentran especializadas en determinados mercados. El mayor grado de desintegración vertical supone que la cooperación entre empresas independientes reemplaza a las transacciones internas dentro de una gran corporación verticalmente integrada a la vez que el mayor número de

empresas produce un incremento de la competencia. Por tanto, la necesidad de cooperar y el incremento de la competencia se dan simultáneamente en la economía empresarial

d) La flexibilidad *versus* la escala. La manera para reducir el coste por unidad de producto en la economía dirigida consistía en la explotación de las economías de escala, de manera que la gran empresa era la forma óptima de organizar la producción, conduciendo a una estructura industrial concentrada. Por su parte, la economía empresarial se basa en la flexibilidad, por lo que las industrias que cubren una demanda cambiante precisan un sistema flexible de producción que se pueda adaptar rápidamente a las preferencias cambiantes de los consumidores.

El último grupo de diferencias recoge determinados aspectos de la política y de los objetivos del gobierno aplicados a los dos modelos de economías. Consta de cuatro factores: la estimulación *versus* la regulación, los inputs *versus* los outputs, lo local *versus* lo nacional y las diferencias de financiación.

- a) Estimulación *versus* regulación. Las políticas públicas del período de posguerra de la economía dirigida orientadas hacia las empresas eran esencialmente de naturaleza reguladora e intervencionista. Se trataba de cómo podía el gobierno limitar el abuso de poder de mercado de las grandes empresas. Hubo tres tipos generales de políticas públicas encaminadas a alcanzar este objetivo: la defensa de la competencia, la regulación y la creación de empresas públicas. En la nueva economía empresarial se parte de una pregunta de distinta naturaleza: ¿cómo pueden crear los gobiernos un ambiente que fomente el éxito y la viabilidad de empresas?. De esta manera, los objetivos han girado hacia el logro de una mayor competitividad internacional, crecimiento y empleo. En este contexto, el fomento de nuevas actividades y la creación de empresas competitivas se vuelven objetivos prioritarios para los dirigentes políticos si quieren que sus territorios prosperen.
- b) Inputs *versus* outputs. La certeza relativa de los mercados, productos e inputs en la economía dirigida, propició que la política se centrara en los resultados y en los outputs (qué productos deberían ser producidos, cómo deberían ser

producidos, y por quién). Las industrias específicas para ello pudieron ser promovidas a través de los programas gubernamentales aplicados en la época. En la economía empresarial, basada en el conocimiento y la incertidumbre, aumenta la dificultad para seleccionar los resultados correctos y la política apropiada es aquella dirigida a los inputs que implican la creación y la comercialización del conocimiento (Krugman, 1994).

d) Local versus nacional. En la economía dirigida el ámbito de aplicación de las políticas era el nivel nacional o regional; los destinatarios a los que iban dirigidas estaban localizados en una o en pocas regiones mientras que las instituciones políticas se situaban a nivel nacional. En la economía empresarial, el ámbito territorial de la política dirigida hacia las empresas tiende a estar más descentralizado y, por tanto, es de naturaleza más local.

d) Distintos tipos de financiación. En la economía dirigida, los sistemas financieros proveían a las empresas de suficiente liquidez para la inversión. La gran certidumbre permitía una fuerte conexión entre bancos y empresas. Bajo la economía empresarial, esta manera tradicional de financiación ya no es la más apropiada y los bancos han cambiado su manera de invertir. La certeza ha dejado paso a la incertidumbre, apareciendo modos de inversión distintos en lo que se incrementa la importancia del capital riesgo y el mercado de capitales informal como fuente de financiación, en particular para las de empresas de alto riesgo e innovadoras.

Llegados a este punto habría que preguntarse si estas tendencias continuarán en un futuro o estamos ante un fenómeno pasajero. En otras palabras, ¿irá desapareciendo el impulso empresarial de esta nueva economía como sucedió con el sistema de producción en masa de la economía dirigida?. Aunque la respuesta a esta cuestión es obviamente una mera previsión, autores como Cooper (2004) consideran que estas directrices no se frenarán a corto plazo. Las tasas de creación de nuevas empresas no muestran síntomas de agotamiento y sugieren que la riqueza y la creación de empleo asociadas con las empresas nacientes continuarán en el futuro. El continuo proceso de cambio tecnológico no sólo no se frena sino que se acelera, creando oportunidades para

las nuevas empresas y favoreciendo la emergencia empresarial. El crecimiento del sector de servicios se mantiene y aumenta el número de empresas de rápido crecimiento dedicadas a estas actividades, la externalización y la subcontratación (*downsizing* y *outsourcing*) siguen siendo fuentes de ventajas competitivas para las grandes empresas y la preferencia por el negocio pequeño nunca ha sido más favorable. La globalización del comercio no parece que vaya a dar marcha atrás y posibilita que las oportunidades para empresarios locales dentro de un número creciente de países puedan plasmarse en oportunidades en otros lugares. Todos estos cambios provocan que la empresarialidad sea considerada como el núcleo de la ventaja competitiva nacional, y por tanto, vital para el desarrollo y el crecimiento de las economías (Porter, 1990).

En definitiva, aspectos cualitativos relacionados con la calidad de las empresas y de los empresarios (como las innovaciones, la cooperación, el dinamismo empresarial, la flexibilidad, la asunción de riesgos en un entorno de gran incertidumbre, etc.) y aspectos cuantitativos (referidos al número y creación de empresas) bajo la consideración de aspectos territoriales y espaciales relacionados con la explotación de las externalidades del conocimiento, hacen que en la actualidad el fenómeno de la empresarialidad, tal y como ha sido planteada a partir de la función impulsora de Guzmán (1984), esté hoy más vigente que nunca como factor de avance de las economías.

El siguiente paso lógico es definir el conjunto de características - eminentemente cualitativas- tanto a nivel microeconómico (empresario/empresa) como mesoeconómico (conjunto de empresas) que impulsan el desarrollo económico y que permiten exponer a la empresarialidad como factor de desarrollo y crecimiento territorial. Estos serán los objetivos planteados en los próximos Capítulos III y IV.

Capítulo III- El nivel microeconómico de la Empresarialidad: orientación emprendedora y crecimiento empresarial.

III.1. El crecimiento empresarial y los estudios cualitativos sobre la empresarialidad.

III.2. *Corporate entrepreneurship* y crecimiento empresarial.

III.3. Antecedentes teóricos y delimitación de la Orientación Emprendedora.

III.4. Los determinantes de la Orientación Emprendedora: el papel de la motivación de los empresarios.

III.4.1. La Teoría de los atributos o rasgos personales.

III.4.2. Enfoques derivados de la teoría del aprendizaje social.

III.4.3. El papel de la motivación en los comportamientos emprendedores.

III.5. Las dimensiones de la orientación emprendedora.

III.5.1) Propensión a la innovación.

III.5.2) La predisposición a asumir riesgos.

III.5.3) La proactividad.

III.5.4) La autonomía.

III.5.5) Agresividad competitiva.

III.5.6) Cooperación o propensión al asociacionismo.

III.6. Modelos de Orientación Emprendedora.

III.7. La relación entre la Orientación Emprendedora y el desempeño empresarial.

III.1. EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL Y LOS ESTUDIOS CUALITATIVOS SOBRE LA EMPRESARIALIDAD.

La competitividad de una economía nacional se construye sobre la competitividad de las empresas –tanto establecidas como nuevas- que operan en su interior. Son estos agentes los que aportan la energía necesaria para vertebrar un tejido empresarial sólido y sostenible sobre el que debe apoyarse la mejora de la competitividad territorial (Porter, 1980 y 1991). Este hecho, ha permitido aumentar el consenso a la hora de considerar que en el desarrollo económico, en la creación de empleo y en la mejora del bienestar social juegan un papel protagonista los emprendedores, como individuos, y las empresas, como organizaciones.

Este último razonamiento, como ya hemos comentando en el Capítulo II, implica dos cosas, por una parte poner atención a determinados elementos y características más allá de agente empresarial individual, abarcando la empresa y por otra parte, poner énfasis en otros aspectos cualitativos al margen de la creación de nuevas empresas. Se necesitan nuevas empresas, más empresas, pero al mismo tiempo es necesario que éstas crezcan, se desarrollen y alcancen un tamaño mínimo suficiente con el fin de garantizar su supervivencia y la creación de empleo y riqueza en un contexto competitivo global. Puesto que no todas las empresas generan el mismo número de empleos, ni contribuyen en la misma medida al crecimiento del Producto Interior Bruto, los aspectos cuantitativos del tejido empresarial, referidos a al número de empresas y a la creación de otras nuevas, se muestran como una condición necesaria pero no suficiente para el crecimiento y el desarrollo económicos a largo plazo. Además de la cantidad, para aumentar el nivel de competitividad y las posibilidades de crecimiento y desarrollo futuros se vuelven fundamentales ciertas características y comportamientos cualitativos de ese sistema empresarial. En otras palabras, hay que contar con un tejido empresarial emprendedor o de calidad (Guzmán y Santos, 2001; Romero y Santos, 2006; Santos y Liñán, 2007, Guzmán-Cuevas et al., 2009).

Es evidente que la capacidad de crecimiento de las empresas es el principal efecto apreciable de su calidad y, por tanto, de su éxito. Este hecho permite considerarlo como un primer componente o eslabón básico que permite enlazar la empresarialidad con el crecimiento de la riqueza y del empleo desde un punto de vista cualitativo más

allá de la creación de empresas. En un reciente trabajo empírico a partir de la utilización de la fuente de datos del GEM, Stam et al. (2007) demuestran que la presencia de empresarios ambiciosos lleva al crecimiento económico a través de una adecuada gestión de la empresa que asegura su desarrollo y éxito a largo plazo. Este estudio sugiere que los empresarios con “altas expectativas de crecimiento” contribuyen mucho más al crecimiento económico nacional que los empresarios en general. Por tanto, para estos autores, lo verdaderamente importante es tener un número sustancial de empresarios con estas características de “ambiciones de crecimiento”. De igual manera, los trabajos de Guzmán y Santos (2001) y Santos y Liñán (2007) parten de la hipótesis de que el problema de atraso económico de determinadas zonas se debe fundamentalmente a la forma que tienen los empresarios actuales de desempeñar sus funciones, es decir, el atraso se relaciona con aspectos cualitativos referidos al comportamiento empresarial que determinan su calidad y capacidad de dinamización de su negocio. Estos hechos resultan más acentuados en la economía española: nuestra economía se muestra como un caso atípico dentro del panorama de la OCDE al poseer un elevado número de empresas y empresarios y, sin embargo, caracterizarse por las más altas tasas de paro del grupo de países europeos occidentales (Thurik y Verheul, 2002).

De acuerdo con Turok (1991), en el plano académico existe un considerable interés por identificar las características principales que distinguen las empresas que crecen de aquellas más estables o aquellas que fracasan y desaparecen. Esto implica que las investigaciones deber ir dirigidas hacia la comprensión de porqué los empresarios y empresas se comportan de una determinada manera, es decir, se trata de determinar tanto los aspectos que definen la calidad de la empresa y que determinan el éxito o fracaso de su proyecto, como los factores que favorecen e impulsan ese proceso que pueden relacionarse con ciertas características, actitudes y motivaciones del agente (o agentes) empresarial a cargo de la misma (Guzmán y Santos, 2001).

Con este objetivo, el presente Capítulo III se ha articulado de la siguiente manera. En el siguiente epígrafe se realiza una visión general sobre la evolución de las corrientes teóricas que han analizado las causas del crecimiento empresarial en las últimas cinco décadas. El objetivo es encontrar aquella teoría que aborde el crecimiento de las empresas desde un punto de vista cualitativo en base a los comportamientos

empresariales adoptados por las empresas de un territorio. Consideramos que el estudio del *corporate entrepreneurship* y el análisis de los comportamientos estratégicos de la empresa permiten enlazar ambos componentes. De esta manera, encontramos en el concepto de la Orientación Emprendedora (OE) una herramienta útil para nuestros propósitos. Precisamente a su delimitación e importancia para nuestro estudio está dedicado el apartado tercero (Epígrafe III.3). En él se aclara este concepto y se estudia los aspectos más relevantes del mismo que permite considerarlo como un instrumento apropiado que refleja la actitud emprendedora de una empresa que impacta en su capacidad de crecimiento.

En el siguiente epígrafe (Epígrafe III.4) planteamos la necesidad de incluir la motivación empresarial como factor determinante a la hora de realizar esa actitud emprendedora a la empresa. De esta manera, como se analizó en el Capítulo II, proponemos un análisis microeconómico de la empresarialidad que recoge aspectos del empresario y de su empresa. En el Epígrafe III.5, se delimitan con claridad las variables que componen esta Orientación Emprendedora, prestando atención a las principales aportaciones realizadas para incluirlas como dimensiones de la misma. Finalmente, los dos últimos epígrafes están dedicados a indagar cómo actúa la orientación emprendedora en la empresa y cuáles son sus repercusiones para la misma. Para ello, en primer lugar se plantean las relaciones de la OE con otras variables tanto internas como externas a la empresa a través de los diversos modelos de orientación emprendedora que han sido considerados por los principales autores (Epígrafe III.6). Finalmente, la relación entre la orientación emprendedora y el desempeño empresarial se examina con detenimiento en el último apartado (Epígrafe III.7).

III.2. CORPORATE ENTREPRENEURSHIP Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL.

En los últimos cincuenta años han proliferado un amplio conjunto de teorías y enfoques sobre el crecimiento empresarial que provienen de diferentes corrientes de pensamiento y disciplinas científicas como la Teoría Económica, la Gestión de Empresas, la Dirección Estratégica, la Psicología o la Sociología (O'Farrel y Hitchens,

1988). Durante la década de los cincuenta y sesenta, los estudios con mayor impacto académico se desarrollaron en el contexto de la economía industrial y de la teoría de administración de empresas (*management*) con el objetivo de explicar el comportamiento de las grandes compañías (Andrews, 1949; Downie, 1958; Haire, 1959; Penrose, 1959; Marris, 1963). Dichos modelos sugieren una gran cantidad de factores que influyen sobre el crecimiento (capital necesario para la expansión, la existencia de clientes necesarios para absorber la producción, ahorros en los costes unitarios, recursos internos, entre un amplio etcétera). De manera paralela, surgieron también un importante conjunto de trabajos que trataban de verificar si el tamaño de la empresa influye en su crecimiento y en qué grado dicho crecimiento era un fenómeno aleatorio. Este tipo de trabajos se engloban bajo la conocida denominación de la Ley de efectos proporcionados o Ley de Galbraith (Hart y Prais, 1956; Simon y Bonini, 1958; Mansfield, 1962).

A partir de finales de los setenta, los estudios referidos a la importancia de las pequeñas y medianas empresas en la creación del empleo neto en las sociedades actuales tras la crisis de la gran empresa, la proliferación de resultados contradictorios y confusos en los trabajos empíricos precedentes y la necesidad de incorporar variables de otros campos hasta el momento no consideradas por los enfoques económicos precedentes, como la geografía económica o la teoría institucional, fueron algunas de los factores que volvieron a impulsar y revitalizar el interés sobre el crecimiento empresarial en aquellos años (Correa et al. 2003). A partir de entonces, los trabajos de Birch (1979 y 1987), Drucker (1985), Storey (1994) o Barkhan, (1996), enfocados al crecimiento de las PYMEs y de las nuevas empresas de crecimiento rápido, comienzan a analizar los vínculos empresariales con el desarrollo y crecimiento de una economía. Estos trabajos diferencian entre distintos tipos de crecimiento empresarial, centrándose en aquellas empresas que demuestran unos patrones de crecimiento muy elevados a corto plazo denominadas empresas gacelas (Birch, 1979). Este tipo de crecimiento rápido presenta algunas características particulares derivadas de la necesidad de introducir factores de cambio en la empresa y suelen requerir recursos y capacidades diferentes al crecimiento que se desarrolla lentamente en un amplio periodo de tiempo (Rabetino, 2005). Esta línea de análisis ha mostrado que el crecimiento de las empresas –especialmente en las PYMEs -es una fuente importante para la creación de empleo neto y riqueza de un territorio. Asimismo, muchos estudios se han centrado en el

análisis de los factores que permiten predecir dicho crecimiento, como es el caso de la teoría de la Orientación Emprendedora (OE) de Miller (1983) y Covin y Slevin (1989) que establecen las bases del *corporate entrepreneurship* de los noventa (Guth y Gimbert, 1990), o los desarrollos a partir del “redescubrimiento” de la teoría de los recursos de Penrose iniciada en su trabajo de 1959 (Wernerfelt, 1984; Rumelt, 1987; Conner, 1991).

En síntesis, y a partir de las propuestas de O’Farrell y Hitchens (1988), Wiklund (1998), Davidsson y Wiklund (1999), Hart (2000) y Rabetino (2005) las principales teorías y modelos sobre el crecimiento empresarial se pueden agrupar en cuatro grandes grupos:

- El primer grupo está formado fundamentalmente por estudios procedentes de la Ciencia Económica, entre los que destacan las teorías de carácter neoclásico/marginalista y las investigaciones sobre la Ley de efectos proporcionados, prestando atención al análisis de la relación tamaño-edad-crecimiento de las empresas.
- Un segundo grupo está integrado por teorías de la organización y de la dirección estratégica y se centra en el estudio del crecimiento desde las perspectivas estratégica y gerencial, poniendo atención a los efectos del entorno sobre el crecimiento y a la relación comportamiento estratégico-entorno-desempeño empresarial.
- Por otro lado, el tercer conjunto de trabajos está sustentado en las teorías del capital humano y capital relacional y analiza la influencia que el empresario, su equipo y sus vínculos externos tienen sobre la empresa.
- Finalmente, existe un conjunto de trabajos que “cruza transversalmente” a los anteriores entre los que cabe destacar la Teoría de los recursos (Penrose ,1959) que resalta la importancia del empresario como recurso clave de la empresa, pero sin desestimar la necesidad de analizar el entorno, así como un grupo de trabajos de la literatura de *entrepreneurship* dentro el marco propuesto por Storey (1994), que estudian de manera multidimensional los

determinantes del crecimiento en diferentes países y el papel de las PYMEs en la sociedad.

Esta diversidad de puntos de vista distintos sugiere que no existe aún una teoría general del crecimiento empresarial y que los estudios existentes están lejos de generar consenso a nivel teórico (Medina y Correa, 1999; Davidsson y Wiklund, 1999). Como señala Wiklund (1999) el campo carece de estudios conceptualmente fuertes y empíricamente comprensivos, así, aunque una gran cantidad de trabajos se ha dedicado a identificar los factores de éxito de las empresas, los distintos autores llegan a resultados bastante diferentes y no han sido desarrollados marcos explicativos para el análisis del crecimiento de nuevas empresas dirigidas por sus dueños.

Algunas de las razones argumentadas para explicar estas discrepancias se relacionan con las diferencias en el objeto de las investigaciones, de forma que ciertos trabajos analizan nuevas empresas y otros nuevos empresarios, algunos estudian sectores específicos, mientras otros consideran un amplio rango de actividades, etc. (Schutjens y Wever, 2000). A ello se le une una enorme fragmentación entre los modelos propuestos, ya que raramente los nuevos estudios se construyen sobre las teorías y los modelos desarrollados por otros investigadores (Wiklund, 1998).

Por tanto, el conocimiento del porqué algunas empresas muestran mejores niveles de crecimiento mientras que otras fracasan es todavía insuficiente por lo que continúa siendo necesario profundizar en los factores que conducen al crecimiento empresarial como una variable clave para comprender el desarrollo y crecimiento económico en cualquier territorio. Con este objetivo, entre las diferentes aproximaciones que analizan el crecimiento de una empresa es posible encontrar una línea análisis perteneciente a la literatura especializada del *management* que presta atención a los comportamientos de las empresas y su relación con el desarrollo o desempeño de las mismas: es lo que se conoce con el nombre de *entrepreneurial orientation*, la Orientación Emprendedora. Se podría afirmar, por tanto, que dentro del variado objeto de estudio de la literatura especializada sobre la empresarialidad examinado en el Capítulo II, la Orientación Emprendedora se configura como un área de investigación bien definida que enfoca su atención hacia el comportamiento

estratégico y otros factores de carácter cualitativo que impulsan el crecimiento de una empresa.

Diversos trabajos han profundizado en la identificación de las características de la orientación emprendedora de la empresa (Miller, 1983; Covin y Slevin, 1988, 1989 y 1991; Zhara, 1990; Lumpkin y Dess, 1996) señalando al menos tres dimensiones que la configuran: la innovación, la proactividad y la asunción de riesgos. De igual manera, muestran la existencia de una relación positiva entre la orientación emprendedora y el crecimiento de la empresa a través de diversas medidas de rendimiento o rentabilidad. Parece adecuado, por tanto, indagar en el concepto, antecedentes y dimensiones de la orientación emprendedora y sus vínculos con el crecimiento de la empresa como un primer paso para comprender la capacidad de crecimiento del tejido empresarial de un territorio desde un punto de vista cualitativo (Romero y Santos, 2006; Cáceres y Romero, 2006).

El nacimiento de este concepto se relaciona con el progresivo interés por la empresa y su funcionamiento interno al margen de los planteamientos de “*caja negra*” procedentes de la literatura marginalista neoclásica. Hasta la década de los ochenta, la mayor parte de las investigaciones en el área de la empresarialidad se basaban en los rasgos que poseía un empresario y las acciones que tomaban (Schumpeter, 1942; Colza, 1946; Hartman, 1959; McClland, 1964; Collins y Moore, 1970). Los estudios sobre la empresarialidad estaban caracterizados desde una perspectiva individual focalizada en la figura del empresario. Incluso una de las definiciones de la función empresarial más influyente como la de Hebert y Link (1989) gira en torno quién es un empresario y qué es lo que hace²⁹. Sin embargo, en la búsqueda del enlace entre el espíritu empresarial y el crecimiento, la dimensión individual del empresario no es suficiente. La dinámica de percibir y crear nuevas oportunidades económicas y las dimensiones competitivas de las empresas deben ser analizadas a nivel de empresas (Zhara, 1996).

De esta manera, a partir de la década de los ochenta el campo de estudio del *entrepreneurship* se amplía para dar cabida a los comportamientos emprendedores dentro de las organizaciones. En esos años, se produce un mayor interés por el estudio del espíritu empresarial desde una perspectiva organizativa o corporativa (Zhara, 1996).

29 Para Hebert y Link (1989) el empresario es alguien que se especializa en tomar responsabilidades y adoptar decisiones críticas que afectan la localización y el uso de bienes, recursos, o instituciones.

Corporate entrepreneurship (Schollhammer, 1982), *corporate venturing* (Ellis y Taylor, 1987) e *intrapreneurship* (Pinchot, 1985), son algunos de los términos que se usan para definir las actividades empresariales dentro de las organizaciones existentes o el comportamiento emprendedor de las grandes empresas. Esta consideración de la empresarialidad desde una perspectiva organizativa estaba ya presente en la teoría *schumpeteriana* del empresario innovador. Schumpeter (1942) consideraba la empresarialidad dentro de las grandes organizaciones como un factor clave para el éxito económico a largo plazo para la empresa. Este autor sostenía la opinión de que la empresarialidad sería dominada por las grandes empresas que eran capaces de asignar más recursos a la innovación.

Investigaciones más recientes presentan otras razones de porqué las empresas querrían aumentar su actividad emprendedora. Intuitivamente, el incremento de la competitividad en los mercados junto al énfasis en la disminución de los costes y el incremento de los ingresos son dos factores claves para que las empresas aumenten su actividad emprendedora. En este sentido, el dinamismo emprendedor de la empresa juega una parte importante en la creación de innovaciones radicales y constituye la base de la renovación estratégica y de la creación de nuevos negocios en las organizaciones (Ahuja y Lampert, 2001). A su vez, la implementación de esta actividad emprendedora estimula el crecimiento de los beneficios (Mair, 2001). Consecuentemente, para el *corporate entrepreneurship* el acto emprendedor, ya sea la creación de una nueva actividad o una innovación, tiene lugar dentro de una organización (Zhara, 1996). De esta manera, se trata de un área de suma importancia para la investigación académica porque en esa actitud emprendedora de las empresas está su potencial de crecimiento e innovación.

Las definiciones más claras e influyentes de este concepto se encuentran en los trabajos de Burgelman (1983), Brazel y Herbert (1999), Guth y Ginsberg (1990), Zahra (1993 y 1996) o Sharma y Chrisman (1999). Todos estos autores realizan un esfuerzo analítico para dar coherencia a las múltiples definiciones consideradas por los distintos enfoques adoptados. De sus aportaciones se pueden extraer tres elementos que deben ser tenidos en cuenta para delimitar el contenido del *corporate entrepreneurship*. Son los siguientes:

- Se trata de un proceso por el cual las empresas incentivan la diversificación a través del desarrollo interno. Tal diversificación requiere nuevas combinaciones de recursos para extender las actividades de la empresa hacia áreas no relacionadas, o marginalmente relacionadas, con su dominio de competencia actual (Burgelman, 1983; Baumol, 1986).
- Está enfocada al desarrollo interno del negocio, esto es, a la creación y persecución de nuevas oportunidades de negocio por parte de la empresa (Guth y Ginsberg, 1990; Zahra, 1993). Bajo esta idea, las empresas fijan y extienden el conocimiento existente o importan y adquieren nuevo conocimiento en las dimensiones comerciales y/o tecnológicas con el propósito de invertir en I+D y desarrollar nuevos productos y servicios.
- Se trata de un concepto multidimensional formado por dos dimensiones relacionadas pero bien delimitadas: la creación de nuevas empresas dentro de una organización ya existente (*corporate venturing*) y la renovación estratégica interna (Guth y Ginsberg, 1990; Zahra, 1993 y 1996; Sharma y Chrisman, 1999).

Precisamente esta segunda dimensión del *corporate entrepreneurship* incorpora las actividades de renovación que realzan la habilidad de una empresa para competir y afrontar riesgos (Miller, 1983). Esta renovación empresarial tiene muchas facetas, incluyendo la redefinición de los objetivos comerciales, la reorganización, o la introducción de cambios en el sistema de innovación. La renovación es lograda a través de la redefinición de la estrategia de la empresa mediante la redistribución creativa de recursos que generan nuevas combinaciones de recursos y tecnologías (Guth y Ginsberg 1990). La renovación también requiere desarrollarse o adoptar nuevas estructuras organizativas que conduzcan a la innovación y la toma de riesgos (Miller, 1983; Zahra y Zahra, 1992). Asimismo, conlleva amplios cambios en el sistema empresarial que mejoran la organización creativa, la resolución de problemas e impulsa los sistemas internos que conducen a la innovación (Hitt et al. Hitt, Hoskisson, y Harrison, 1991; Hitt y Hoskisson, 1990; Kanter 1989).

Esta naturaleza estratégica del espíritu empresarial dentro de las empresas conduce precisamente al desarrollo de la orientación emprendedora como una corriente especializada de investigación dentro del *corporate entrepreneurship*. Aunque continúa existiendo una cierta confusión sobre estos conceptos y hay autores que los confunden - como por ejemplo en los estudios de Zhara (1993) o Gunth y Gimbert (1990)-, se puede considerar a la orientación emprendedora como una de las muchas formas que tienen las empresas para impulsar la empresariedad³⁰ en sus dos vertientes de creación y renovación (Lumpkin y Dess, 2005). En este contexto, las raíces de la teoría de la orientación emprendedora se encuentran en los conceptos e ideas desarrollados por la literatura del *management* y de la dirección estratégica (Khandwalla, 1973; Miller, 1983; Covin y Slevin 1989 y 1991). En las dos últimas décadas Miller (1983) y Covin y Slevin (1989) han desarrollado aproximaciones teóricas y empíricas del concepto, si bien hay que hacer referencia a los trabajos realizados por Lumpkin y Dess (1996 y 2005) donde se delimita de manera precisa el concepto y sus dimensiones. Todas estas aportaciones serán analizadas en el siguiente apartado, permitiendo delimitar el concepto y el contenido de la orientación emprendedora con mayor nitidez.

III.3. ANTECEDENTES TEÓRICOS Y DELIMITACIÓN DE LA ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA.

Como se ha analizado en el Capítulo II, existe una amplia inconsistencia sobre el concepto y objeto de estudio de la empresariedad, usándose términos diferentes para definir conceptos e ideas similares. Aunque con menor intensidad, la noción de la orientación emprendedora ha sido también víctima de esta terminología inconsistente, al menos, hasta el artículo seminal de Lumpkin y Dess (1996) que configuran un marco teórico que da sentido y orden a dicho concepto que ha tenido una gran repercusión sobre investigaciones posteriores. Hasta entonces, dentro de la amplia literatura de

30 Las empresas pueden presentar un número de orientaciones diferentes además de una orientación emprendedora. Así, diferentes orientaciones o grupos de estrategias enfatizan diferentes funciones dentro de la empresa. Una orientación emprendedora reflejará el compromiso, la habilidad y el deseo de la empresa por descubrir y perseguir nuevas oportunidades de negocios. Otra orientación muy analizada en la última década es la orientación de mercado (OM). Recogiendo las definiciones generalmente aceptadas (Kohli y Jaworski, 1990; Narver y Slater, 1990), una organización orientada al mercado es aquella que desarrolla comportamientos coordinados de las diferentes funciones dirigidos a buscar y recoger información de los consumidores, de la competencia y del entorno; disemina dicha información por la organización y diseña e implementa una respuesta acorde con la información obtenida, basándose para ello en la identificación y construcción de capacidades distintivas de la organización, con el objetivo de satisfacer a los consumidores proporcionándoles un valor superior. En teoría, es posible que una empresa tenga una orientación estratégica global que contenga elementos de OE y OM (Miles y Snow, 1991).

investigación, el término orientación emprendedora es también denominado “espíritu empresarial” (Miller y Friesen 1982; Miller 1983), “comportamiento empresarial” (Covin y Slevin, 1986), “postura estratégica” (Covin y Slevin, 1989), “postura empresarial” (Covin y Slevin, 1990 y 1991), “estrategia emprendedora” (Dess et al., 1997), “calidad empresarial” (Guzmán y Santos, 2001; 1998; Santos y Liñán, 2007) y, por supuesto, “*corporate entrepreneurship*” (Gunth y Gimbert, 1990; Zhara, 1996).

Como ya se ha comentado, los antecedentes en el estudio de la orientación emprendedora hay que buscarlos en los estudios sobre la conducta y dirección estratégica de la empresa a principios de la década de los setenta. Más concretamente los trabajos de Peterson y Bergen (1972), Mintzber (1973), Khandwalla (1977) y Miller y Friesen (1978 y 1982). Estos trabajos aunque no están exclusivamente enfocados al estudio de la empresarialidad, son los primeros que desarrollan las bases conceptuales para el entendimiento y medición del posterior concepto de la orientación emprendedora y del *corporate entrepreneurship*.

Así por ejemplo, Peterson y Bergen (1972) realizaron un estudio cuyo propósito era identificar los factores de la organización y del entorno que afectaban la actividad emprendedora de la empresa. Por su parte, los trabajos de Mintzber (1973), Khandwalla (1977) y Miller y Friesen (1978) tienen como objetivo fundamental comparar una tipología empresarial en base a las estrategias que implementan las empresas. Para ello, definen un número de variables que caracterizan a las organizaciones y miden la influencia relativa de cada variable dentro de la empresa. Mintzberg (1973) sugirió tres tipos de conductas estratégicas empresariales: adaptables, planificadoras y empresariales. Esta última tipología, según el autor, estaba caracterizada por una búsqueda activa de nuevas oportunidades e impulsos para hacer frente a la incertidumbre.

Para Khandwalla (1977) la orientación emprendedora es una elección estratégica. La aportación fundamental de este autor se encuentra en el desarrollo de una escala de elementos para medir ciertas características de las empresas y que sería desarrollada por posteriores autores como Miller y Friesen (1978). En Miller y Friesen (1978 y 1982) se identificaron once dimensiones del proceso de toma orientación estratégica a partir de la adaptación de la escala de elementos considerados por

Khandwalla, obteniendo una escala de seis elementos para medir el nivel de empresarialidad en las organizaciones. De esta manera, se sientan las bases de las medidas de la orientación organizacional y se anticipan las dimensiones de la orientación empresarial de los años ochenta, así como las variables contingentes que pueden afectarla (entorno, organización y elementos estratégicos).

El momento clave en la investigación sobre la OE se producirá con la publicación del artículo seminal de Miller en 1983. El artículo Miller (1983) se puede considerar como el primero que trata de una manera directa la orientación emprendedora, tanto por su construcción teórica como por la medición operativa de la misma. Miller (1983) está interesado en analizar los determinantes de la empresarialidad en diferentes tipos de empresas. Su trabajo encuentra sus bases en los anteriores artículos de Miller y Friesen (1978, 1979 y 1982) y concluye que el espíritu empresarial en las empresas está relacionado con un conjunto de variables de entorno, la estructura u organización, la estrategia y la personalidad del líder. Para Miller (1983) las empresas emprendedoras son aquellas que están orientadas hacia la innovación en el ámbito producto-mercado llevando a cabo iniciativas arriesgadas y son las primeras en desarrollar innovaciones de un modo proactivo tratando de derrotar a sus competidores. De esta manera, su definición operacional de OE está caracterizada por elementos de innovación, proactividad y aceptación del riesgo. Asimismo, Miller (1983) es el primer investigador que hace operativo el concepto de OE empleando una escala para medir sus diversas dimensiones. Investigadores de todo el mundo han utilizado su teoría y sus instrumentos de medición para examinar las relaciones encontradas entre las variables entorno estratégico, entorno organizacional y la variable actividad emprendedora de la empresa.

Posteriormente, otras investigaciones han extendido y modificado la conceptualización de OE realizada por Miller. Así por ejemplo, Covin y Slevin (1988 y 1991) amplían la medida y presentan hasta nueve variables que moderan la relación entre la OE y el rendimiento de la empresa, siendo los primeros en poner de manifiesto de manera explícita que una orientación emprendedora favorece el desempeño de la empresa. Las variables son agrupadas en tres categorías: las variables externas, las variables estratégicas y las variables internas. Aunque estas categorías equivalen a las utilizadas por Miller (1983) para medir OE (el entorno, la organización y la postura

estratégica) no son idénticas. Asimismo, Covin y Slevin (1991) identifican la sofisticación tecnológica y la etapa de ciclo de la industria como dos variables externas que tienen un fuerte efecto en la OE. Además señalan que la estrategia referida a las prácticas comerciales y a los métodos competitivos influyen igualmente en la OE.

Enriqueciendo la literatura que define la construcción de la orientación emprendedora, Lumpkin y Dess (1996) igualan el concepto de la orientación emprendedora de la empresa con la clave del proceso emprendedor de la empresa en sí mismo. Así la literatura clásica sobre capacidad emprendedora trataba de responder a la pregunta de “en qué negocio debe entrar una empresa” (Miles y Snow, 1978) y el objetivo de investigación se centraba en el establecimiento de un marco de análisis que permitiese orientar las decisiones sobre qué ámbito producto/mercado era el más adecuado a la hora de decidir penetrar en él. Frente a esta visión, Lumpkin y Dess consideran que la orientación emprendedora se enfoca en el proceso emprendedor, esto es, en los métodos y en los mecanismos de toma de decisiones empleados por los directivos que permiten desarrollar un comportamiento emprendedor en la empresa.

En un intento por aclarar la confusión en la terminología, proveen una distinción clara entre OE y *entrepreneurship*. El *entrepreneurship* hace referencia a una “nueva entrada”: a la introducción en mercados nuevos o establecidos con nuevos productos y servicios o existentes, emprendiendo un nuevo negocio. Por su parte, la orientación emprendedora es definida para describir cómo se emprende esa nueva entrada: la OE representa los procesos, prácticas y actividades de toma de decisiones que conducen a una entrada nueva (Lumpkin y Dess, 1996). En base a esta idea, la empresarialidad puede ser considerada como el producto de una orientación emprendedora (Lumpkin y Dess, 1996, 2001 y 2005). En un artículo más reciente reiteran esta idea cuando afirman que las empresas que quieren desarrollar con éxito la empresarialidad corporativa necesitan adoptar una orientación emprendedora (Lumpkin y Dess, 2005). Desde esta perspectiva, la OE es considerada como la práctica de comportamientos estratégicos que los negocios usan para identificar y lanzar nuevos negocios. Lumpkin y Dess (1996) proponen cinco dimensiones cruciales (autonomía, innovación, tolerancia al riesgo, proactividad y agresividad competitiva) para caracterizar esa orientación emprendedora. Las cinco dimensiones son una extensión de las tres variables originales propuestas por Miller (1983).

En resumen, para nuestros objetivos, la orientación emprendedora es una postura fundamental dentro de la estrategia global desarrollada por una empresa, particularmente bajo condiciones cambiantes del entorno de la empresa, que es aplicable a cualquier empresa con independencia del tamaño y del tipo, que estimula un desempeño superior y puede ser el elemento clave para procurar una ventaja competitiva respecto a los competidores (Miller, 1983, Covin y Slevin, 1989, Lumpkin y Dess, 1996, Knight ,1997). En base a estas ideas, es posible extraer una serie de características generales que permiten considerar a la OE como un instrumento útil para explicar el fenómeno del desarrollo o crecimiento empresarial desde un punto de vista cualitativo. Las características a destacar son las siguientes:

a) La OE es un concepto a nivel de empresa.

Ya se ha apuntado la necesidad de contar dentro del campo de la empresarialidad con el nivel de empresa para explicar los fenómenos de crecimiento y desarrollo de un territorio. A este respecto, una primera característica del concepto de la orientación emprendedora consiste precisamente en su nivel de análisis centrado, esencialmente, en la empresa, más allá del empresario individual. De esta manera, aunque el comportamiento emprendedor puede ser iniciado por un individuo o por una unidad de negocio de una gran corporación, el nivel adecuado para su estudio es el de la unidad empresarial. Como se ha apuntado anteriormente, aunque se desarrollaron estudios previos que enfatizaban este nivel -como por ejemplo Khandwalla (1977) o Miller y Friesen (1978)-, no fue hasta la llegada del artículo de Miller (1983) cuando se produce el giro hacia el nivel de la empresa como foco de investigación del espíritu empresarial.

El trabajo de Miller (1983) examina características y comportamientos de la empresa en sí misma, abstrayendo los rasgos y las características de los gerentes individuales y otros actores dentro de la empresa. La OE es un aspecto relevante del comportamiento empresarial por lo que el uso de las características y las propiedades de la empresa es un indicador más preciso de la actividad emprendedora de la organización que los rasgos de un actor individual dentro de

la misma (Covin y Slevin, 1989 y 1991; Miller y Friesen, 1982). Los siguientes investigadores en el área del *corporate entrepreneurship*, en general, y los de la orientación emprendedora, en particular, tomarán un nivel de análisis similar (Covin y Slevin, 1991; Lumpkin y Dess, 1996, Zhara, 1996, Wiklund, 2001). De esta manera, para el *corporate entrepreneurship* la empresa se convierte en la unidad de análisis en vez del individuo.

b) La OE hace referencia a procesos y comportamientos.

Una característica común del concepto de orientación emprendedora es que se trata de un “proceso que es ejecutado por la empresa” (Miller, 1983; Covin y Slevin, 1991; Lumpkin y Dess, 1996). Como el propio Miller (1983) señala lo más importante no es quién es el actor crítico sino “el proceso del espíritu empresarial en sí mismo y los factores organizativos que lo fomenta y lo impiden”. Covin y Slevin (1991) sugieren un acercamiento al comportamiento emprendedor de las empresas a través del análisis de un “conjunto de comportamientos estratégicos”. Lumpkin y Dess (1996) definen la orientación emprendedora como un “conjunto de procesos, prácticas y actividades de toma de decisiones [...]”. Esto significa que la OE puede ser conceptualmente modelada a través de ciertos procesos o prácticas que permiten su implementación en las empresas. Asimismo, los objetivos planteados en este trabajo de investigación, esta característica implica la posibilidad de estudiar en qué tipo de empresas se dan estos comportamientos y configurarla como uno de los factores que explican las disparidades económicas entre distintos territorios.

c) La OE se caracteriza por su naturaleza multidimensional.

La orientación emprendedora de una empresa se manifiesta en diferentes ámbitos. Los diversos acercamientos tanto teóricos como empíricos a la orientación emprendedora han prestado atención a un conjunto de dimensiones que individualmente pueden ser conectadas con el crecimiento empresarial. Normalmente se han considerado tres dimensiones que componen una estrategia emprendedora: la propensión a la innovación, la proactividad y la propensión a

asumir riesgos (Miller, 1983). Estas variables a su vez, ya sea de manera conjunta o separada, actúan como variables claves que impactan en el desempeño de la empresa (Miller, 1983; Covin y Slevin, 1989; Lumpkin, 2001). En el apartado III.5 se analizarán con mayor detenimiento éstas y otras dimensiones que se han ido añadiendo como componentes de una orientación emprendedora.

Dos son las corrientes de trabajo que pueden encontrarse en la literatura especializada a la hora de identificar qué dimensiones son las que configuran una estrategia emprendedora desde un punto de vista operativo. La primera tiene su origen en el trabajo de Miller de 1983 aplicada por Ginsbert (1985), Covin y Slevin (1989), Zahra (1993), Lumpkin y Dess (1996 y 2001), Wiklund (1999), entre otros. La segunda surge a partir del trabajo teórico de Stevenson y Jarillo (1990) y ha sido desarrollado empíricamente por Brown et al. (2001) donde se realiza una aproximación a la gestión emprendedora (*entrepreneurship management*) la cual definen como los procesos, métodos y estilos de las organizaciones que utilizan para desarrollar comportamientos emprendedores. La primera corriente, la orientación emprendedora de Miller (1983), ha demostrado un mayor desarrollo tanto por su consistencia teórica como empírica. En la actualidad, ambas propuestas, si bien difieren en las dimensiones que consideran, coinciden al señalar la independencia de cada una de las dimensiones a la hora de configurar una estrategia emprendedora.

En las siguientes secciones se analizarán las principales conclusiones extraídas de estos tres ámbitos de estudio destacando los aspectos más relevantes y su vinculación con el crecimiento de la empresa y, por tanto, del territorio en donde se localizan este tipo de comportamientos emprendedores.

III.4. LOS DETERMINANTES DE LA ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA: EL PAPEL DE LA MOTIVACIÓN DE LOS EMPRESARIOS.

Como hemos analizado en el epígrafe anterior, algunos desarrollos teóricos propuestos sobre la OE, como Miller (1983), Guth y Ginsber (1990), Covin y Slevin

(1991), Zhara (1993), Moreno y Casillas (2008 y 2010) han señalado que los comportamientos emprendedores adoptados dependen de una serie de condicionantes o antecedentes entre los que destacan los factores del entorno o factores externos, la estructura u organización y determinadas características (valores, creencias, personalidad) del líder estratégico o del agente empresarial individual.

En este sentido, los factores del entorno actúan como un importante condicionante del comportamiento emprendedor, tanto para los futuros empresarios como para los ya establecidos, e incluyen, entre otros, elementos como los factores políticos (restricciones legales, estabilidad política y estabilidad monetaria, etc.), las fuerzas del mercado (estructura de la industria, régimen tecnológico, barreras de entrada, tamaño del mercado, etc.) y los recursos disponibles (disponibilidad de capital para inversión, mercado de trabajo y capital humano, infraestructura de transporte, etc.).

Ahora bien, aun siendo importantes los factores externos, en un mismo entorno las personas difieren en su voluntad y capacidad para actuar sobre las oportunidades económicas existentes lo que da lugar a distintos procesos y comportamientos emprendedores. En otras palabras, cada empresario, ya sea potencial o existente, captura la influencia de su ambiente externo a través de sus características personales, motivaciones y percepciones, generando actitudes e intenciones que determinan sus comportamientos (Fernández et al., 2009). Como expone Locke (2000) toda acción humana es el resultado de factores motivacionales y cognitivos, incluyendo éste último, la capacidad, la inteligencia y las habilidades del individuo.

En este sentido, ciertos aspectos cognitivos y rasgos de la personalidad del empresario o del grupo de directivos pueden actuar como elementos clave para el éxito de la empresa, permitiendo explicar los comportamientos y estrategias desarrolladas en la misma como sería el caso de una orientación emprendedora. Este planteamiento es compartido por otros autores como Sexton y Bowman-Upton (1991) quienes critican los modelos de crecimiento empresarial que no tienen en cuenta el papel de las actitudes y motivaciones de los gerentes de las pequeñas empresas. Es más, estos autores llegan a afirmar que son precisamente esas actitudes las que establecen los propios límites del crecimiento de los negocios.

Este hecho permite, como hemos expuesto en el Capítulo II, completar nuestra visión microeconómica de la empresarialidad donde se mezclan determinadas características de empresas y empresarios para establecer un primer nexo de unión entre la calidad empresarial de una empresa y el desarrollo y el crecimiento económico.

Teniendo presente estos planteamientos, desde los años 60 del pasado siglo XX diversos investigadores han analizado cómo las diferentes propiedades cognitivas (determinados rasgos psicológicos, motivaciones, actitudes y sesgos cognitivos) influyen en el proceso emprendedor y en el descubrimiento de oportunidades empresariales, proporcionando explicación tanto de por qué nacen empresarios como de por qué algunos empresarios tienen éxito y otros no (Miner et al., 1989; Miner, 1990; Kaish y Gilad, 1991; Shaver y Scott, 1991; Kolvereid y Bullva, 1996; Busenitz y Barney, 1996). Así por ejemplo, Sarasvathy et al. (1998) han demostrado que los empresarios de éxito ven oportunidades en situaciones en las que otras personas tienden a ver tan solo riesgos, mientras que Baron (2001) considera que los empresarios están más predispuestos que otras personas al descubrimiento de las oportunidades ya que son menos propensos hacia el pensamiento “contrafactual”³¹ y de experimentar pesar por oportunidades perdidas.

Desde un enfoque multidisciplinar, existen diversas aproximaciones al análisis de las características y factores psicológicos de los individuos y su incidencia en sus capacidades y comportamientos emprendedores. Las aportaciones más influyentes se pueden clasificar en dos grandes grupos: la teoría de los atributos personales y la teoría del aprendizaje social. Las diferencias básicas de estas dos corrientes recaen en la consideración de si los empresarios son individuos con características innatas, adquiridas en los primeros años de vida y diferentes a las del resto de las personas o si es posible que esas características sean obtenidas a lo largo de la vida de empresario través de un proceso de socialización; en otras palabras, las disparidades entre ambas teorías se fundamentan en la consideración de si el empresario nace o se hace. Pasamos a analizar más detalladamente cada una de ellas.

31 Es decir, es menos probable que dediquen tiempo y esfuerzo a pensar en lo que "podría haber sido" una situación ya pasada.

III.4.1. La Teoría de los atributos o rasgos personales.

Existen una amplia variedad de estudios, fundamentalmente dentro de la psicología, que evidencian la influencia de la personalidad de un individuo en su comportamiento. Entre los numerosos autores que han adoptado este enfoque destacan McClelland (1961), Collins y Moore (1964), Hornaday y Abound (1971), Shapero (1975), Borland (1975), Brockhaus (1980), Jennings y Zeithaml (1983), Kets de Vries (1985), Bird (1989), Veciana (1989), Shein (1990), Scherer et al. (1991), entre otros. Este tipo de análisis suele completarse con el estudio de la influencia de algunas variables demográficas, especialmente, en la creación de nuevas empresas. Entre estas variables aparecen: la edad, el sexo, la religión, el grupo étnico, el nivel de educación, el nivel socioeconómico o la experiencia profesional (Cooper y Dunkelberg, 1987; Reynolds et al., 1994; Storey, 1994).

Siguiendo esta metodología se han desarrollado determinadas tipologías para clasificar y comparar distintos tipos de empresarios en base a sus características y objetivos perseguidos (Braden, 1977; Filley y Aldag, 1978; LaFuente et al., 1985; Gartner, 1989; Gartner et al., 1989; Dess et al., 1997). Así por ejemplo, la tipología propuesta por Braden (1977) distingue entre el empresario “cuidador” (*caretakers*) que realiza actividades que le gusta y está en el negocio por razones de autonomía e independencia y el “administrador” (*manager*) con una orientación más gerencial y atraído por el lucro y el crecimiento empresarial. Éste último además, suele mostrar un mayor nivel educativo, una mayor experiencia y una mejor adaptación a los cambios.

No obstante, la importancia de la teoría de los atributos personales recae en la búsqueda de rasgos innatos que permitan caracterizar a los empresarios del resto de la sociedad. Entre la amplia variedad de características psicológicas y rasgos de personalidad que han sido analizadas en la literatura especializada podemos destacar los cinco siguientes:

a) Necesidad de logro (n-logro).

La necesidad de logro o *n-logro* es uno de los conceptos que más atención ha recibido por parte de los investigadores en la materia. Este concepto implica un deseo de realizar bien las tareas, no tanto buscando un reconocimiento o prestigio social, sino para alcanzar un sentimiento interno de logro personal. McClelland (1961 y 1965) argumentó que los individuos que tienen un elevado contenido de *n-logro* son más propensos a participar en actividades que requieren un alto grado de responsabilidad, habilidad y esfuerzo personal y poseen un grado moderado de tolerancia al riesgo. Precisamente, McClelland consideraba que las funciones empresariales se caracterizan precisamente por actividades de este tipo, por lo que era muy probable que las personas con alta necesidad de *n-logro* fueran más proclives a la creación y desarrollo de empresas. En este sentido, precisamente el estudio de Collins et al. (2000) determina que la necesidad de logro está significativamente relacionado con la puesta en marcha de una nueva actividad empresarial.

b) La tolerancia a la ambigüedad.

Budner (1982) define este rasgo como la propensión de las personas a ver las situaciones sin resultados claros como atractivas en vez de como amenazas, recogiendo una disposición favorable a lo incierto. Schere (1982) argumentó que la tolerancia a la ambigüedad es una característica importante para los empresarios debido a que los retos y las posibilidades de éxito asociados con la creación y desarrollo de empresas son, por naturaleza, impredecibles puesto que se desenvuelven en un entorno de incertidumbre. Diversos estudios ha empleado este rasgo para distinguir entre los empresarios fundadores y los empresarios gerentes. En este sentido, los estudios realizados por Schere (1982), Miller y Drodge (1986) y Begley y Boyd (1987) muestran que los empresarios fundadores de empresas puntuaban significativamente más alto en la tolerancia a la ambigüedad que los gerentes no fundadores, razón que consideran guardan relación con la aportación de capital propio que han realizado los primeros.

c) El locus de control.

Este concepto se puede considerar una medida del grado de autoestima e indica hasta qué punto un individuo cree que su destino es controlado por él mismo o por factores externos a su voluntad. Las personas que tienen un locus de control externo creen que el resultado de un evento está fuera de su control, mientras que los individuos con un locus de control interno creen que sus acciones personales afectan directamente al resultado del evento (Rotter, 1966). De esta manera, la investigación empírica ha puesto de manifiesto el mayor locus de control interno que poseen los empresarios frente a la población en general (Rotter, 1966; Brockhaus, 1975; Shapero, 1977; Jennings y Zeithaml, 1983; Robinson et al., 1991).

d) Deseo o necesidad de Independencia.

La independencia implica tomar la responsabilidad de seguir el propio juicio en lugar de seguir los consejos y órdenes de los demás. A nivel empresarial, ha sido un rasgo psicológico estudiado por Collins y Moore (1964) que establecen que el empresario tiende a resistirse a la autoridad y se muestra incapaz de trabajar en la estructura jerárquica de una organización. El empresario prefiere trabajar por su cuenta para poner en práctica sus propias ideas y creaciones. A este respecto, Hisrich (1985) considera que el deseo de independencia es una de las principales motivaciones para iniciar un negocio. Asimismo, el modelo de Santos (2001) sobre la calidad emprendedora coloca a la preferencia por el autoempleo como la condición necesaria para un empresario de calidad.

e) Empuje o dinamismo (drive).

Según Shane et al. (2009) el empuje o dinamismo es un rasgo que guarda relación con la necesidad de logro o la ambición pero que tiene una interpretación más amplia. Cuando los empresarios buscan oportunidades, deben adoptar y tomar medidas para hacerlas realidad, de manera que Shane et al. (2009) emplean básicamente este término para referirse a la voluntad de hacer un esfuerzo, ya sea el esfuerzo de pensar una idea o el de llevar las ideas a la

realidad. Estos autores diferencian cuatro aspectos del empuje como rasgo empresarial: la ambición, el establecimiento de objetivos, la energía y la persistencia. La ambición influye en el grado en que los empresarios tratan de crear algo grande, importante y significativo cuando persiguen oportunidades. La naturaleza de la ambición empresarial es amplia y puede incluir tanto la realización material, en forma de una mayor renta, o inmaterial, como el deseo de crear algo nuevo. La ambición se traduce en el establecimiento de objetivos. En este sentido, Locke y Latham (1990) consideran que el establecimiento de objetivos ambiciosos y de elevado rendimiento fijados por los empresarios conducen a resultados empresariales mejores que si se fijan objetivos más discretos o conservadores. Para alcanzar los objetivos establecidos se requiere mucha energía y resistencia, de manera que la persistencia es otra característica que debe estar presente en el empuje empresarial.

No obstante, desde el punto de vista teórico el enfoque de los rasgos personales ha sido muy criticado tanto por sus problemas metodológicos y conceptuales como por su escasa capacidad explicativa (Gartner, 1989; Robinson et al., 1991; Krueger et al., 2000; Sexton, 2001). Afortunadamente, la investigación ha evolucionado hacia modelos más complejos que han ido ganando importancia y poder de explicación para la comprensión del espíritu empresarial.

III.4.2. Enfoques derivados de la teoría del aprendizaje social.

Una causa importante de la débil capacidad explicativa atribuida al enfoque de los rasgos personales y demográficos es que no tuvo en cuenta el comportamiento como consecuencia de la interacción persona-situación, en contraste con su amplia aceptación en la psicología cognitiva desde la década de 1960 (Shaver y Scott, 1991). Ante la evidencia de que los factores del entorno social afectaban a los atributos personales y también al comportamiento que se derivaban de ellos, surgió en el seno de la psicología social la Teoría del Aprendizaje Social a partir de las aportaciones de Bandura (1977 y 1982). Según esta teoría, el comportamiento es la consecuencia de estímulos ambientales, de procesos de retroalimentación (*feed-back*) y de observación permanente. Siguiendo esta línea de investigación, Ajzen (1991) construyó su “teoría

del comportamiento planificado” con el objetivo de capturar los factores motivacionales que influyen en el comportamiento. Ambos autores establecieron las bases de un enfoque que hace hincapié en el hecho de que todo lo que decimos o hacemos como seres humanos se ven influenciados por procesos mentales, tales como la motivación, las percepciones o las actitudes. A través de estos procesos, las personas adquieren información, la almacenan, la transforman y, finalmente, la utilizan para la toma de decisiones o la resolución de problemas (Krueger, 2003).

A partir de las aportaciones de Bandura y Ajzen, un amplio grupo de investigadores comenzaron a desarrollar diversos modelos acerca de los comportamientos de los empresarios que, desde un enfoque socio-psicológico, trataban de explicar cómo influyen las variables ambientales en las cualidades personales de los empresarios y, en consecuencia, sobre sus comportamientos (Busenitz y Barney, 1997; Baron, 1998; Mitchell et al., 2000; Baum et al., 2001). En este tipo de estudio se asume que determinadas características personales de los empresarios actuales y potenciales, así como los comportamientos relacionados con ellas, son adquiridos o modificados a lo largo de su vida mediante un proceso cognitivo o de socialización (Boyd y Vozikis, 1994). Este nuevo enfoque ha adquirido una gran relevancia en la actualidad para explicar la empresarialidad, no sólo en el nivel individual (Krueger et al., 2000) sino también, en el nivel agregado (Arenius y Minniti, 2005).

Entre los diferentes modelos surgidos a raíz de la teoría de aprendizaje social destacan la teoría del modelo a imitar (Collins et al., 1964; Shapero y Sokol, 1982), los modelos de educación empresarial (Gib, 1993) o los modelos de intencionalidad (Bird, 1988, 1989 y 1992; Davidson, 1991; Krueger, 2000).

En este sentido, una variable cognitiva fundamental que ha sido analizada por estos modelos ha sido la “motivación” (Chell, 1986; Ray, 1993; Herron et al., 1993; Krueger y Casrud, 1993). En palabras de Locke y Latham (1990), las motivaciones son aquellos factores que causan tensión al individuo, le dan vigor, dirigen y sostienen el comportamiento. Por tanto, podemos definir la motivación como el conjunto de razones que determinan que las personas se involucren en un comportamiento en particular (Shane et al., 2003).

Su papel como condicionante en los comportamientos empresariales ha quedado reflejado especialmente en los modelos de intención empresarial. Así por ejemplo, en el modelo de Herron y Robinson (1993) se expone que la motivación es una construcción cognitiva que viene determinada por determinadas habilidades, atributos personales y por la información que el individuo obtiene de los resultados de su comportamiento. Para estos autores, los atributos personales del empresario condicionan la motivación y son moderados por las habilidades en su conexión causal con el comportamiento resultante. De esta forma, consideran que la motivación dará lugar a una determinada “cantidad” de un comportamiento, mientras que la habilidad determinará “la calidad” de ese comportamiento. Del mismo modo, Krueger y Casrud (1993) aplican la teoría del comportamiento planificado desarrollada por Ajzen (1991) para explicar el potencial empresarial. Su modelo parte de la idea de que las actitudes condicionan las intenciones que a su vez determinan el comportamiento. Las intenciones captan los factores motivacionales que influyen en el comportamiento, convirtiéndose en indicadores del esfuerzo que el individuo planea realizar para llevarlo a cabo.

III.4.3.El papel de la motivación en los comportamientos emprendedores.

Como se acaba de exponer, los modelos de intención empresarial han realizado importantes avances a la hora de comprender el papel que juegan las variables motivacionales en las decisiones empresariales (Shane et al., 2003). Según Locke y Latham (1990) las personas pueden elegir cómo buscar la satisfacción de sus motivaciones y son libres para canalizarlas y ordenarlas. De esta manera, la creación de empresas y otros comportamientos emprendedores pueden ser el resultado de una gran diversidad de motivaciones (Bhola et al., 2006; Hechavarría y Reynolds, 2009; Kirkwood, 2009).

En este sentido, diversos investigadores del *entrepreneurship* han recogido esa variedad de motivos clasificándolos en dos grandes grupos siguiendo los planteamientos de la teoría “*push-pull*” (empuje-atracción) o los más actuales conceptos de motivación por necesidad y motivación por oportunidad desarrollados por el Global Entrepreneurship Monitor. Precisamente, hoy en día, la capacidad para reunir de una manera sencilla y coherente los diversos perfiles de los empresarios y el uso sistemático en los informes del Global Entrepreneurship Monitor han contribuido a la popularidad

de los conceptos de emprendimiento por oportunidad y necesidad que se asimila con la terminología *push-pull* antes mencionada (Acs et al., 2008; Hessels et al., 2008; Gurtoo y Williams, 2009).

Los orígenes de la teoría *push-pull* como explicación de la relación entre motivación y comportamiento emprendedor pueden situarse en los trabajos de Oxenfeldt (1943) y de Johnson y Darnel (1976). Oxenfeldt (1943) consideraba que los desempleados y las personas con bajas perspectivas de empleo asalariado pueden verse obligados a trabajar por cuenta propia para ganarse la vida. Sobre esta base, Johnson y Darnel (1976) desarrollaron una metodología para analizar los factores que “empujan” o “atraen” a las personas hacia la actividad empresarial. El estudio realizado por Johnson y Darnel (1976) suponía que la creación de empresas se basaba en el cambio desde una situación de asalariado o desempleado hacia una como trabajador por cuenta propia. Según estos autores, el cambio se llevaría a cabo cuando los beneficios netos (monetarios y no monetarios) resultantes del trabajo por cuenta propia (medido a través de una función de utilidad) eran considerados superiores a los beneficios netos del empleo asalariado o desempleo por parte del individuo. Los determinantes de este comportamiento emprendedor podían agruparse en dos categorías: por un lado, aquellos factores que empujan a determinados individuos a constituirse en empresarios (o factores *push*) y, por otro, aquellos factores atractivos y estimulantes que atraen y motivan a determinados individuos a proceder a la apertura de un nuevo negocio (factores *pull*).

La tipología sugerida por Johnson y Darnel (1976) guarda relación con la establecida por Shapero y Sokol (1982) quienes consideran que en, términos generales, las circunstancias que conducen a un individuo a la decisión de fundar una nueva empresa pueden ser positivas o negativas. De esta manera, mientras que los primeros, los factores de empuje o *push*, son considerados como sucesos negativos que precipitan la creación de empresas, los factores de arrastre o *pull* se consideran factores positivos que atraen y determinan el comportamiento emprendedor de los individuos.

Esta dualidad se puede expresar hoy en día siguiendo la metodología del GEM en motivación por necesidad y motivación por oportunidad a la hora de crear una nueva empresa. Según el modelo GEM todos los empresarios actúan con base a dos

situaciones puntuales: o bien son individuos que desean escapar de una situación de desempleo (motivo necesidad) o bien son individuos que han considerado la existencia de oportunidades sin explotar en los mercados (motivo oportunidad). Por supuesto, es posible que una misma persona manifieste ambas motivaciones cuando decide poner en marcha un nuevo negocio (Solymossy, 1997; Giacomini et al., 2007; Block y Sandner, 2009).

Ahora bien, aunque la motivación *push* es generalmente resultado de una situación de desempleo³², existen otros factores que pueden empujar a los individuos a realizar un comportamiento emprendedor. En este sentido, Evans y Leighton (1989) observan que las personas que han cambiado de trabajo con frecuencia y que tienen empleos precarios o de bajos salarios también son “empujados” a convertirse en trabajadores por cuenta propia. Del mismo modo, Burke (1997) considera que la ausencia de perspectivas profesionales es la principal motivación detrás del deseo de los músicos para crear sus propias marcas y canales de distribución. Para Brockhaus (1980) la falta de satisfacción en el trabajo actual es un factor decisivo para llevar a las personas a iniciar una actividad empresarial. Finalmente, Sarasvathy (2004) sostiene que existen diferentes tipos de empresarios por necesidad, incluyendo, por ejemplo, las personas que han sido despedidas de sus puestos de trabajo y las personas que sufren la marginación social porque carecen de estudios, cuentan con antecedentes criminales o son inmigrantes.

Por tanto, la falta de ofertas de empleo, la insatisfacción con su empleo actual, las aspiraciones laborales frustradas, la flexibilidad para manejar obligaciones familiares, el subempleo, los ingresos insuficientes, la falta de estabilidad laboral e incluso la marginación social pueden ser considerados factores de empuje o necesidad hacia los comportamientos emprendedores (Kourilsky y Walstad, 1998; Kyro, 2001; DeMartino y Barbato, 2003; Villanueva y Pavone, 2006; Manolova, et al., 2007; Scheiner et al., 2009).

32 En este sentido, no existe unanimidad entre todos los investigadores. Storey (1991) documenta que la evidencia empírica sobre el impacto del desempleo en la creación de empresas es ambigua. De hecho, no está claro si un alto nivel de desempleo desanima la creación de empresas puesto que elevadas tasas de paro implican una reducción de los mercados potenciales (Evans y Leighton, 1990; Audrestch y Thurik, 2000; Verheul et al., 2002) o incrementa la creación de empresas puesto que implica la única forma que tienen los individuos generar ingresos (Ritsilä y Tervo, 2002).

Al igual que la motivación por necesidad, la motivación por oportunidad no se limita exclusivamente a la explotación de una oportunidad en el mercado. Así por ejemplo, Shane et al. (1991) consideran relevante factores motivacionales que tienen que ver con el reconocimiento social, el deseo de independencia y el deseo de continuar la tradición familiar. Por su parte, Carter et al. (2003) distinguen entre el deseo de crear algo nuevo, la independencia, el reconocimiento social, el éxito financiero y la autorrealización. En la misma línea, Giacomini et al. (2007) distinguen entre tres factores que pueden atraer a los futuros empresarios: las oportunidades de mercado, la mejora en el status o condición social y los beneficios.

En este sentido, la autorrealización, el reconocimiento social, alcanzar un determinado status social, el aumento de ingresos o del bienestar personal, así como el deseo de continuar con la tradición familiar han sido también considerados elementos motivacionales de oportunidad o factores *de* arrastre. No obstante, diversos estudios apuntan al deseo de autonomía e independencia como uno de los factores de atracción fundamentales para explicar la creación de empresas (Logan y MacMillan, 1988; Birley y Westhead, 1994; Santos, 2001).

Más allá de su impacto en la creación de empresas, la consideración de la motivación tiene relevancia para otros aspectos cualitativos de la empresariedad. Efectivamente, a nivel microeconómico diversas investigaciones han puesto de manifiesto que la motivación puede tener consecuencias en la forma en que se gestiona una empresa y en el propio desempeño empresarial. Por ejemplo, diversos estudios empíricos han expresado que los empresarios por necesidad, parecen estar menos satisfechos que los de oportunidad lo que repercute en su rendimiento personal (Galbraith y Latham, 1996; Block y Wagner, 2007; Block y Koellinger, 2009; Kautonen y Palmroos, 2009). Esta circunstancia podría explicar por qué a nivel de empresa los resultados empíricos muestran un menor desempeño de los empresarios por necesidad que por oportunidad (Amit y Muller, 1995; Solymossy, 1997; Vivarelli, 2004). Asimismo, a nivel macroeconómico, diversos estudios que han aplicado las estadísticas del GEM parecen confirmar que la motivación por necesidad y por oportunidad tienen un impacto diferente en el crecimiento económico y en la creación de empleo de los países (Wennekers et al., 2005; Wong et al., 2005).

III.5. LAS DIMENSIONES DE LA ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA.

Planteado el concepto y los determinantes de la OE, el objetivo fundamental de este epígrafe consiste en analizar cuáles son los comportamientos claves que la integran. Como se ha comentado anteriormente, en el trabajo pionero de Miller (1983) las empresas emprendedoras son aquellas que están orientadas hacia la innovación, llevan a cabo iniciativas arriesgadas y cuentan con un comportamiento proactivo tratando de derrotar a sus competidores³³. A partir de esta definición la literatura especializada de la década de los ochenta del pasado siglo XX ha establecido tres dimensiones básicas que conforman la orientación emprendedora de la empresa: la propensión a la innovación, la proactividad y la predisposición a asumir riesgos moderados. A estas variables, diversos autores (Ventrakaman, 1989; Stevenson y Jarillo 1990; Lumpkin y Dess, 1996 y 2001; Brown et alia, 2001; Guzmán y Santos, 2001; Santos y Liñán, 2007) han ido ampliando o añadiendo otras, dando lugar a un conjunto de características y comportamientos que configuran la actitud o estrategia emprendedora de una organización. Si bien los primeros trabajos sobre la orientación emprendedora entendían que ésta era un constructo unidimensional (Miller, 1983; Covin y Slevin, 1989) investigaciones posteriores (Zahra, 1991; Lumpkin y Dess, 1996, 2001 y 2005) sugieren la conveniencia de considerarlo como una variable multidimensional en la que las variables que la conforman son independientes entre sí³⁴. Esta afirmación implica que las empresas pueden mostrar una orientación emprendedora a través de cualquiera de las dimensiones mencionadas, aunque no necesariamente en todas. Así algunas compañías manifiestan una elevada propensión a la innovación pero son poco proclives a asumir elevadas tasas de riesgo, otras pueden ser capaces de asumir grandes riesgos pero con un comportamiento escasamente proactivo y así sucesivamente.

33. Por el contrario, una empresa no emprendedora es aquella que apenas innova, es adversa al riesgo e imita los movimientos de los competidores (Miller, 1983).

34. Esta independencia de las dimensiones propuestas ha sido comprobada en diferentes trabajos de naturaleza empírica, a través de la aplicación del análisis factorial sobre la base de los indicadores propuestos para la medición de la orientación (Lumpkin, 2000; Lumpkin y Dess, 2001; Lyon et al. 2001). Entre estos trabajos, hay que destacar los resultados obtenidos por Brown et al. (2001) donde se incluyen un total de 27 variables relacionadas con la construcción operativa de la orientación emprendedora y de la gerencia emprendedora de Stevenson y Jarillo (1989). Aplicando un análisis de componentes principales con rotación *varimax* los resultados mostraron una correlación entre los dos índices propuestos aunque con un elevado ámbito de independencia de los factores considerados para la definición de Miller (1983).

A continuación se analizarán con mayor detenimiento las principales características de las dimensiones consideradas, justificando su pertenencia como integrante de la orientación emprendedora y su posible vinculación con el crecimiento empresarial.

III.5.1. Propensión a la innovación.

Las empresas emprendedoras son en primer lugar empresas innovadoras, por tanto, una orientación emprendedora debe contemplar a la innovación como un elemento principal en el comportamiento empresarial, como un primer rasgo del comportamiento emprendedor y que puede entenderse en sentido amplio como la creatividad (Santos, 1998, Guzmán y Santos, 2001).

Como señalan Lumpkin y Dess (1996) esta idea ha sido defendida por diversos autores durante décadas desde que Schumpeter (1934) enfatizó el papel de la innovación en los procesos empresariales. Su papel en la empresarialidad es tal que hay investigadores que diferencian entre lo que considera que es un pequeño propietario de lo que es un verdadero empresario en base a la innovación, determinándose como el auténtico determinante del comportamiento empresarial (Schumpeter, 1934; Carlan et al., 1984; Audrestch, 1994). Asimismo, es considerada un determinante básico del éxito de las empresas y, por tanto, de su crecimiento (Carlan et al., 1984).

La orientación hacia la innovación refleja la capacidad de una empresa para involucrarse en la generación de nuevas ideas, experimentación y procesos creativos que pueden dar como resultado nuevos productos, procesos o métodos de gestión. Esta visión se basa en el desarrollo de la teoría de Schumpeter (1934). Para este autor, el desarrollo consistía en el empleo distinto de los recursos existentes. Las combinaciones novedosas de medios productivos daban como resultado sus conocidas innovaciones que adoptaban la forma de un nuevo producto, un proceso productivo distinto, la penetración en un mercado nuevo, el acceso a nuevas fuentes de materias primas o la generación de un nuevo tipo de organización industrial. En este contexto, es donde se inserta su empresario innovador puesto que para movilizar los nuevos recursos era necesario empresarios innovadores, personas poseedoras de un talento organizativo y creador, así como de la motivación para ponerlos en marcha. Por tanto, este agente

innovador era el que impulsaba el desarrollo económico³⁵. En palabras del propio Schumpeter (1950: 83):

“este proceso se puede describir diciendo: [...] proceso de cambio industrial [...] que revoluciona incesantemente la estructura económica desde dentro, incesantemente destruye la antigua, incesantemente crea una nueva. Este proceso de Destrucción Creativa es el hecho esencial del capitalismo”.

Aunque las innovaciones pueden diferir en su grado de "radicalidad" (Hage, 1980), con el desarrollo de productos y servicios totalmente nuevos o por su “carácter estratégico” (Markides, 1997) mediante la ruptura de las reglas del juego y la redefinición del negocio en algunos de sus ámbitos, lo relevante es que suponen cambios capaces de provocar un crecimiento más rápido e intenso (Birch, 1997). De esta manera, el carácter innovador también implica una voluntad básica por asimilar de manera rápida las tecnologías y los avances tecnológicos para no perder competitividad en los mercados (Baumol, 1980; Kimberly, 1981). Por tanto, la innovación que se relaciona con una OE no necesariamente tiene que ser una innovación que suponga una destrucción creativa –en términos de Schumpeter (1934)- y se asocie con la creación de nuevos recursos, sino que abarca también las innovaciones menores que resultan de nuevas formas de combinar los recursos ya existentes (Zahra y Cols, 1999; Shane, 2003). De hecho, el elemento clave para poder identificar una innovación como emprendedora es que suponga la búsqueda de nuevas relaciones entre los recursos y/o productos existentes (Kirzner, 1973; Shane y Venkataraman, 2000; Eckhardt y Shane, 2003).

En uno u otro caso, el comportamiento innovador es un componente esencial de una OE porque refleja de manera clara cómo las organizaciones empresariales persiguen

35. Efectivamente, el modelo de desarrollo de Schumpeter (1934) tenía como protagonista al empresario innovador. El punto de partida considerado por este autor consistía en un “estado estacionario” que presenta un determinado estado tecnológico y en donde se repiten de forma sostenida los mismos procesos productivos. En esta fase, al igual que en los clásicos, la economía no crece. Se trata de una situación de competencia perfecta en la que todas las empresas de un sector ofrecen un producto similar. En este contexto el emprendedor aplica, con fines comerciales, una determinada invención dando lugar así al proceso de innovación que le convierte el único oferente del producto o servicio lo que le proporciona una ventaja de mercado y le permite cobrar un precio superior y obtener un beneficio extraordinario. Durante esta fase, la economía experimenta un crecimiento positivo que se para cuando el resto de empresas imitan la innovación desarrollada por el emprendedor volviendo así a una situación de equilibrio o competencia perfecta, entrando de nuevo la economía en un estado estacionario.

su desarrollo interno. En este contexto, Covin y Miles (1999) identifica hasta cuatro tipos de innovaciones relacionadas con la orientación emprendedora de la empresa, mientras que Lumpkin y Dess (1996) destaca la clasificación desarrollada por Downs y Mohr (1976) que diferencia entre innovación “producto-mercado” (que pone el énfasis en el diseño del producto, los estudios de mercado y la publicidad y promoción) y la innovación “tecnológica” (caracterizada por el desarrollo de productos y procesos).

La atención hacia la innovación de producto-mercado fue realizada por Miller (1983) a través de cuestiones relativas al porcentaje de ventas totales que era gastado específicamente en iniciar e implementar innovaciones (costes de investigación y desarrollo como porcentaje de ventas). Para captar este campo de acción, Miller y Friesen (1982) examinan la tecnocratización de las empresas, llegando a la conclusión de que los niveles más altos de capacidad de innovación estaban asociados con una mayor confianza de las empresas en sus especialistas, técnicos e investigadores especializados. Otro método frecuentemente utilizado es el número de introducciones de nuevos productos o servicios y la frecuencia de cambios en los servicios o líneas del producto o la flexibilidad para adaptar nuevos procesos (Covin y Slevin, 1989; Miller y Friesen, 1982; Zahra y Covin, 1993; Saleh y Wang, 1993).

III.5.2. La predisposición a asumir riesgos.

Uno de los más distintivos y característicos roles que se asignan a los directivos de las empresas es la toma de decisiones (Mintzberg, 1991), siendo la elección la pieza clave en el proceso estratégico (Child, 1972), estas decisiones se caracterizan por ser arriesgadas cuando el entorno empresarial es incierto (Oreja y Yanes, 2005). Además, la forma de responder a los cambios del entorno es asumiendo riesgos (Covin y Slevin, 1991). Por tanto, existe un amplio consenso en considerar que la capacidad emprendedora o el comportamiento emprendedor lleva aparejado necesariamente unas determinadas cotas de riesgo (Das y Teng, 1997; Dess et al., 1997). El comportamiento emprendedor de una empresa refleja, entre otros, el riesgo que asumen sus directivos para hacer frente a la incertidumbre con inversiones y a decisiones estratégicas en general (Covin y Slevin, 1991).

El riesgo es, por tanto, un rasgo distintivo del comportamiento emprendedor y además un componente esencial de sus funciones según los propios gestores (March y Shapira, 1987) y la sociedad (Shapira, 1994). De esta manera, no es de extrañar que el riesgo y la incertidumbre supongan uno de los primeros elementos considerados en la teoría de la empresariedad³⁶. Las ideas de Cantillon (1755) darán lugar a una de las principales teorías empresariales desarrollada por Knight (1948) en su trabajo “*Risk, uncertainty and profit*”. Para Knight el empresario es la persona que adopta decisiones responsables en un ambiente de incertidumbre. Como lo hizo Schumpeter, Knight partía de una situación de total certidumbre y conocimiento perfecto donde las actividades son rutinarias y mecánicas y el proceso productivo automático. En este contexto, no tiene cabida el empresario pues sin incertidumbre cada individuo tendría un conocimiento perfecto de la situación y no habría ocasión para que se llevara a cabo una dirección y control de la actividad productiva y el flujo de materias primas y servicios productivos a hasta los consumidores sería automático. Cuando se introduce la incertidumbre, como un tipo de riesgo que no se puede asegurar, se rompe el equilibrio, pasando a una situación donde la actividad deja de ser rutinaria y tanto el empresario como el beneficio se convierten en los elementos esenciales del sistema. En esta situación el empresario debería predecir las necesidades de los consumidores y también llevar a cabo la dirección tecnológica y el control de la producción. Los empresarios, en la medida que se ven obligados a luchar contra la incertidumbre, deben realizar su tarea bajo los principios de responsabilidad y control.

En la mayoría de las ocasiones la propensión al riesgo ha sido considerada como una característica de las personas, como una dimensión del individuo, sin embargo, la concepción propuesta por Miller y seguida por autores como Covin y Slevin (1989) y Lumpkin y Dess(1996) hace referencia a la propensión al riesgo de la empresa, esto es, el grado en que una empresa es o no proclive a desarrollar iniciativas y proyectos con distintos niveles de riesgo.

36. Las aportaciones de Cantillon (1755) sobre el empresario suponen la primera aparición del término *entrepreneur* vinculado de manera directa a la predisposición a asumir riesgos. Para Cantillon el rasgo que diferenciaba a los empresarios de los asalariados es que los primeros recibían ingresos inciertos y los segundos ingresos ciertos. Esta función de arriesgar recursos propios, sería considerada en otras teorías que sintetizan la función empresarial, como es el caso de Casson (1991) o Hebert y Link (1989), que destacan que el empresario es una persona que asume riesgo asociado con la incertidumbre.

Existen diferentes tipos de riesgo relacionados con la OE. Así cabe diferenciar entre el riesgo estratégico y el riesgo financiero (Cyert y March; 1963). Baird y Thomas (1985) definen la toma de riesgo estratégico como los movimientos estratégicos de la empresa que causan variaciones en los resultados, que implican aventurarse a lo desconocido y que podrían derivar en la ruina de la organización. Estos autores separan tres tipos de riesgos estratégicos: el inicio de actividades en un entorno desconocido, el compromiso de una proporción elevada de activos y el endeudamiento excesivo. Años más tarde Baird y Thomas (1990) revisan las principales perspectivas con que se ha abordado el riesgo en la literatura de la Dirección Estratégica y proponen hasta siete dimensiones a identificar en el concepto de riesgo: quiebra, variabilidad de resultados, probabilidad de pérdidas, falta de información, innovación, no lograr los objetivos y emprendimiento. En términos de análisis financiero, el riesgo se refiere específicamente a la probabilidad de una pérdida o resultado negativo. Ésta es esencialmente la definición que Miller y Friesen (1978) adoptan cuando definen la asunción de riesgos como el grado en el cual los gerentes están dispuestos a hacer grandes compromisos y arriesgados de recursos con una razonable probabilidad de fracaso. Así, las organizaciones con una orientación empresarial se caracterizan por un comportamiento proclive a la toma de riesgos incurriendo en grandes deudas o grandes compromisos de sus recursos con el objetivo obtener grandes ingresos por las oportunidades localizadas en el mercado.

Una importante contribución al concepto de riesgo ha sido realizada por Sitkin y Pablo (1992). Para estos autores, el riesgo es una característica de las decisiones definido como la existencia de incertidumbre sobre los potencialmente significativos y/o desagradables resultados de una decisión, teniendo como base la incertidumbre de los resultados, las expectativas de los resultados y los resultados potenciales. De esta forma, las alternativas que impliquen algún nivel de riesgo se caracterizarían porque: a) sus resultados esperados son más inciertos, b) los objetivos de la decisión son más difíciles de lograr, c) el conjunto de resultados potenciales incluye algunas consecuencias extremas. Bajo esta perspectiva, en el campo empresarial la percepción del riesgo se asocia con la no consecución de los objetivos perseguidos por la organización, más que a unos resultados superiores a los esperados (Baird y Thomas, 1990; Shapira, 1994; Miller y Leiblein, 1996; Grifell-Tatjé y Marqués , 2000). Por su

parte, Porter (1982) considera que el riesgo es una función de lo mal que se comportará una estrategia si se produce el escenario incorrecto.

En términos operativos, el riesgo es considerado una variable multidimensional (Baird y Thomas, 1985 y 1990). Sin embargo, hay una escala ampliamente usada basada en la aproximación de Miller (1983) y Covin y Slevin (1989) aplicada a la orientación emprendedora. Generalmente la aceptación del riesgo en el nivel de empresa se mide mediante cuestiones realizadas a los gerentes sobre la propensión de la empresa a involucrarse en proyectos arriesgados para lograr objetivos concretos. Venkatraman (1989) usa una aproximación similar, preguntando a los gerentes si han llevado a cabo o no proyectos en los cuales los ingresos esperados eran inciertos.

III.5.3. La proactividad.

Mientras numerosos estudios han examinado el impacto que la innovación y la toma de riesgos moderados tienen sobre el nivel de orientación emprendedora, el concepto de proactividad ha recibido menos atención por parte de los estudios de campo del *entrepreneurship* ya que se trata de un concepto menos fácil de definir y donde el debate sobre su contenido continúa aún abierto. Originalmente, Miller (1983) lo consideró como una dimensión de la estrategia empresarial que permitía a las empresas emprendedoras actuar anticipadamente en vez de reaccionar a sus ambientes, adoptando un comportamiento agresivo respecto a sus rivales. De esta manera, anticipación y agresividad competitiva fueron los primeros componentes considerados en el comportamiento proactivo como componente de una orientación empresarial.

No obstante, Lumpkin y Dess (1996), introdujeron una serie de matizaciones conceptuales a la proactividad que les lleva a apartar la agresividad competitiva de su contenido y considerarla como un componente independiente. Su razonamiento encuentra justificación en las ideas sugeridas por Miller y Friesen (1978) que consideran a la proactividad como la capacidad para encontrar y explotar nuevos productos y oportunidades de mercado antes que los competidores. Esta consideración de la proactividad ha sido desarrollada principalmente a partir de los trabajos de Stevenson y sus colaboradores quienes la analizan como un proceso organizativo dirigido hacia la

búsqueda de nuevas oportunidades de negocio³⁷ consideradas por la empresa como positivas o favorables y no hacia la optimización de los recursos que se poseen (Stevenson y Gumpert, 1985; Stevenson, 1986; Ventrakaman, 1989; Stevenson y Jarillo 1990).

La capacidad para captar oportunidades en los mercados ha sido una característica tradicionalmente vinculada con la actividad emprendedora desde la aportación de Schumpeter (1934) y su énfasis por iniciar actividades nuevas. No obstante, hay que destacar la aportación de Kirzner (1979 y 1986) por su consideración más explícita de este comportamiento en el *entrepreneurship*. El término central del empresario de Kirzner es “*alertness*”³⁸, sustantivo de difícil traducción al español, que se puede traducir como “un estar alerta” o “perspicacia”. En palabras del propio autor el empresario puro es un autor de decisiones cuyo papel completo surge de su estar alerta (*alertness*) a las oportunidades hasta entonces ocultas y que aún no han sido aprovechadas en los mercados (Kizner, 1979 y 1986).

Para Stevenson (1986) el emprendedor posee un comportamiento orientado hacia el futuro: recoge información para perfilar expectativas futuras, planifica sus acciones a largo en un marco estratégico y posee un compromiso con la oportunidad ya que busca ante todo aprovechar oportunidades con independencia de los recursos que controla. En su estudio de la orientación emprendedora, Venkatraman (1989) usa este término para referirse a una búsqueda continua de las oportunidades de mercado y experimentación con respuestas potenciales para cambiar las tendencias del entorno. Esta visión de futuro de Venkatraman (1989) es considerada como un proceso a través del cual un negocio planifica el alcance de una situación futura deseada y que se manifiesta a través de la pronosticación de las ventas, las preferencias de los clientes o el rastreo de tendencias en el entorno. Se trata, según este autor, de anticipar y actuar sobre necesidades futuras buscando nuevas oportunidades que pueden o no estar relacionadas con la línea presente

37. Ya que este concepto sugiere un énfasis en buscar oportunidades, se encuentra estrechamente relacionado con el comportamiento innovador (Morris y Paul, 198737), sin embargo Limpkin y Dess (1996) consideran que no siempre tienen que ir unidos puesto que los productos y servicios de empresas proactivas también pueden ser “no nuevos” o “con bajos niveles tecnológicos”, como puede ser el caso de empresas que se introducen en mercados extranjeros con productos que han sido explotados en los mercados domésticos, pero que encuentran nueva demanda en ese mercado.

38. La perspicacia del empresario es un tipo de conocimiento especial, al que debe atribuirse el descubrimiento y la explotación de las oportunidades descubiertas y explotadas por el empresario (Kirzner, 1979).

de operaciones, introduciendo nuevos productos y marcas antes que la competencia o eliminando estratégicamente operaciones que están en las etapas adultas o declinantes de su ciclo de vida.

Asimismo, autores como Bandura (1977), Schneider (1983), Bateman y Crant (1993) introducen el "comportamiento proactivo" como un concepto que permite identificar diferencias entre personas por la extensión en las que sus acciones pueden influenciar a su entorno. De esta manera, la anticipación e iniciativa contenidas en el comportamiento proactivo implican un esfuerzo para moldear el entorno con vistas a la obtención de ventajas propias. Esto lleva a Lumpkin y Dess (1996) a oponer el término "proactivo" a "pasivo" (en lugar de "reactivo"). Es decir, un comportamiento pasivo hace referencia a la indiferencia o incapacidad para atrapar o aprovechar las oportunidades o llevar la delantera en los mercados. Un comportamiento reactivo, por el contrario, sugiere una respuesta a los competidores. Por tanto, una empresa debería ser proactiva y tener grado de reacción o ser receptivo al entorno en términos de los cambios introducidos por las nuevas tecnologías e innovaciones de la competencia o cambios en los gustos de los clientes. La proactividad implica tomar la iniciativa en un esfuerzo para moldear el entorno con vistas a la obtención de ventajas propias, mientras que ser receptivo implica ser adaptable a los retos impuestos por los competidores y la demanda.

Bajo estas perspectivas, se puede considerar que una empresa proactiva es aquella que está constantemente rastreando el entorno para poder identificar nuevas oportunidades emprendedoras tratando de capitalizarlas antes que los competidores. Este comportamiento implica planificar y anticiparse a las necesidades del mercado y a los movimientos y acciones de los competidores, así como un esfuerzo constante por tomar la iniciativa y moldear el entorno para ser los primeros en conseguir una ventaja competitiva (Miller, 1983; Ventrakaman, 1989; Covin y Slevin, 1989 y 1991; Stevenson y Jarillo, 1990; Ripollés, 1995; Stevenson, 1996; Lumpkin y Dess, 1996 y 1997).

Los vínculos con el crecimiento empresarial de esta variable son evidentes. Penrose (1959) ya defendía la opinión que los gerentes empresariales son importantes para el crecimiento de las empresas porque proveen de una visión de negocio e imaginación necesaria para involucrarse en oportunidades de expansión para la

empresa. Lieberman y Montgomery (1988) enfatizan la importancia de la anticipación y “ser el primero” como la mejor estrategia para sacar provecho de una oportunidad de mercado que permite captar altas ganancias en el mercado. Estos autores consideran que las empresas *first-mover* son capaces de obtener ventajas significativas sobre empresas seguidoras a través del liderazgo tecnológico o fidelidad de los clientes.

Lógicamente, y al igual que las anteriores dimensiones, la definición de la proactividad como componente de la orientación emprendedora ha de hacerse tomando como nivel de análisis a la empresa. En este sentido se han desarrollado escalas de medida de la proactividad que tratan de medir en qué medida la organización actúa como líder en el desarrollo de nuevos procedimientos y tecnologías y en la introducción de nuevos productos y servicios y no de seguidora (Miller y Friesen, 1978; Covin y Slevin, 1989, Zahra y Pearce, 1990). Igualmente se plantea la posibilidad de que la empresa sea la primera y la más rápida a la hora de innovar e introducir servicios o productos nuevos (Miller, 1983).

III.5.4. La autonomía.

Para Lumpkin y Dess (1996) la empresarialidad tiene sentido cuando existen personas dispuestas a promover nuevas ideas o a aventurarse en mercados nuevos, sin que normas o sistemas organizativos superiores les inhiban de tomar esas decisiones, es decir, que muestran un comportamiento autónomo para tomar decisiones. Se trata de la libertad concedida a los individuos y a equipos dentro de las organizaciones para que puedan ejercitar su creatividad y el abogar por ideas comprometidas que son necesarias para que el acto emprendedor tenga lugar. Bajo estas ideas, la autonomía hace referencia a la actuación independiente de una persona, un equipo u organización a la hora de desarrollar una idea y llevarla a la práctica. En términos generales la autonomía en relación con la OE se relaciona con la capacidad de identificar y explotar oportunidades de forma independiente a otras empresas (Lumpkin y Dess, 1996).

Como señalan estos autores la forma en que se manifiesta la autonomía varía mucho del nivel de centralización de las decisiones de empresa, de la extensión de delegación, del estilo directivo o de la estructura de la propiedad. En definitiva, la autonomía se manifiesta de manera distinta en función del tamaño de la empresa.

En empresas pequeñas, donde el dueño o gerente es la persona que toma las decisiones, la autonomía está implícita en los derechos de la propiedad y se trata de un concepto autocrático (Shrivastava y Grant, 1985). En estas empresas el dueño impone su visión del negocio a través de un control personal de las actividades con decisiones centralizadas y un fuerte liderazgo, siendo consciente de las tecnologías y mercados emergentes (Mintzberg, 1973; Miller, 1983; Mintzberg y Waters 1985; Hart, 1992). A nivel de análisis de empresario individual o de una PYME, esa autonomía se relaciona con el concepto de independencia defendido por Santos (1998), Collins y Moore (1964) o Cromie y O'Donaghue (1992). Santos (1998) propone como condición necesaria para ser un empresario de calidad la preferencia por el trabajo por cuenta propia que, a su vez, es considerada como la manifestación del deseo de independencia inherente de la actividad empresarial.

Por el contrario, para empresas de una cierta dimensión existen modelos donde el ímpetu por los nuevos proyectos emprendedores ocurre en los niveles inferiores organizativos o a nivel individual de un agente de la empresa que acaban en los niveles más altos de la gerencia y reflejan la importancia de esa autonomía para los miembros de la organización (Hart, 1992, Bourgeois y Brodwin ,1984). Para promover este *intrapreneurship* (Pinchot, 1985), grandes empresas se involucran en cambios en la estructura organizativa que conducen a “suavizar” las jerarquías y a fomentar la delegación de autoridad a unidades operativas inferiores.

Estas maniobras están dirigidas para fomentar la autonomía, pero el proceso de autonomía requiere además del cambio del diseño organizativo que las empresas la promuevan alentando a los agentes a ejercitarla (Quinn, 1979). Lumpkin y Dess (1996) consideran que en algunas empresas el proceso de autonomía involucra a unos “campeones o líderes” que promueven actividad emprendedora mediante el apoyo a proyectos innovadores, a nuevas normas organizativas o que se encargan de eliminar restricciones que obstaculizan el desarrollo del nuevo proyecto emprendedor. Así, el ejercicio de autonomía organizativa se caracteriza a menudo por un proceso en dos fases pasos: en la primera se produce la definición del proyecto que es efectuada por miembros organizativos autónomos (como por ejemplo, departamentos de I+D) y,

posteriormente en una segunda fase, esos campeones o líderes organizativos impulsan esos proyectos, alimentando los esfuerzos autónomos de los primeros (Bower, 1970).

III.5.5. Agresividad competitiva.

La literatura del *entrepreneurship* considera que si una empresa sigue una estrategia agresiva frente a los competidores podrá superarlos en el mercado³⁹ (Covin y Slevin, 1991). Esta idea lleva a Lumpkin y Dess (1996) a considerar la agresividad competitiva como un nuevo componente de una orientación emprendedora y a separarla del comportamiento proactivo como se ha comentado anteriormente.

En su trabajo de 1996, Lumpkin y Dess introducen una serie de matizaciones conceptuales sobre la proactividad que les lleva a apartar la agresividad competitiva de su contenido. Como se ha analizado anteriormente, estos autores separan la “proactividad” entendida como la manera en que las empresas se relacionan con las oportunidades de mercado en el proceso de una nueva entrada, tomando la iniciativa y actuando oportunamente para alterar su entorno, de la “agresividad competitiva”, referida a cómo las empresas se relacionan con sus competidores, es decir, a la manera de responder a las tendencias y demandas que ya existen en el mercado. Por consiguiente, para Lumpkin y Dess (1996) una OE, implica un comportamiento proactivo basado en la persecución de oportunidades y una voluntad para responder agresivamente a los competidores, separando estas variables como componentes independientes de un comportamiento emprendedor.

La agresividad competitiva se reflejaría, por tanto, en la forma en que la empresa compite con sus rivales con tácticas y estrategias no convencionales dentro del sector. Se trata de desafiar directamente e intensamente a los competidores para lograr entrar o mejorar su posición frente a la industria rival en el mercado. Porter (1985) ya hacía referencia a este concepto y recomendaba tres vías para lograrlo: a) hacer las cosas de forma diferente, b) la redefinición del producto o servicio y del mercado y c) atacar al líder del sector.

39. Covin y Slevin (1989 y 1991) aclaran en su modelo que una postura estratégica está caracterizada por una innovación frecuente y creciente en tecnología y productos y una orientación competitiva agresiva con una fuerte propensión a romper las reglas de mercado.

Lumpkin y Dess (1996) añaden una serie de ideas relevantes para la configuración de este componente dentro de la OE de una empresa:

- La agresividad competitiva se relaciona con la actitud de la empresa respecto a sus competidores. Una empresa con una estrategia muy agresiva trata de enfrentarse directamente a sus rivales con el objetivo de eliminarlos, por el contrario, una empresa poco agresiva será partidaria de “vivir y dejar vivir” (Covin y Slevin, 1990). Diversos estudios sostienen que una postura agresiva y una competencia intensa son críticas para la supervivencia y el éxito de las nuevas empresas. Puesto que la información que se posee de una nueva empresa es muy escasa y su probabilidad de fracaso mayor, deben tomar medidas más agresivas para establecer la legitimidad y fidelidad relativa frente proveedores y clientes (Stinchcombe, 1965; MacMillan, 1982).
- La agresividad competitiva se relaciona con el grado de reacción de las empresas a los desafíos de la competencia, lo cual puede plasmarse en un enfrentamiento directo con otras empresas cuando, por ejemplo, cuando una empresa se introduce en un mercado que otro competidor ha identificado, o cuando reduce sus precios en respuesta a una bajada previa de sus competidores.
- La agresividad competitiva también refleja una voluntad por aplicar una competencia poco convencional frente a métodos tradicionales de competir vía precios o cantidades, como por ejemplo, adoptando una actitud desafiante a los líderes de la industria (Cooper et al., 1986), analizando las debilidades de los competidores (Macmillan y Jones, 1984) o concentrando su producción en bienes de alto valor añadido mientras controla cuidadosamente los gastos discrecionales (Woo y Cooper, 1981).

La medición de la agresividad competitiva puede tomar varias formas. Las escalas desarrolladas por Ginsberg (1985) y Khandwalla (1977) han sido usadas para recoger la agresividad de los procesos competitivos usados por los gerentes para perseguir a sus rivales. Covin y Covin (1990), por ejemplo, preguntan a gerentes de empresas si adoptan una "postura muy competitiva para deshacerse de los competidores o prefieren "vivir y dejar vivir". Las actividades realizadas con miras a vencer a los

rivales puede incluir, por ejemplo, establecer metas ambiciosas en el mercado y tomar acciones audaces para lograrlas, reducir precios y sacrificar beneficios (Venkatraman, 1989) o un gasto agresivo en comparación con los competidores en marketing y calidad del producto (MacMillan y Día, 1987).

III.5.6. Cooperación o propensión al asociacionismo.

Esta dimensión ha sido incluida dentro de una visión de la calidad empresarial defendida por los trabajos de Santos (1998), Guzmán y Santos (2001), Guzmán et al. (2003), Santos y Liñán (2007). Esta dimensión se manifiesta a través de comportamientos de búsqueda de contactos que se emprenden con el objetivo de colaborar con otras empresas u organizaciones de forma que pueda alcanzar una mayor potencialidad de crecimiento y desarrollo y que refuerzan la posición competitiva de la empresa en el mercado y le permiten obtener mayores cotas de crecimiento.

La cooperación o espíritu de asociacionismo ha sido desarrollado a partir de la observación del fenómeno de los distritos industriales de especialización flexible en las zonas centro y nordeste de Italia (Tercera Italia) donde de forma espontánea se había establecido una red de contactos entre pequeñas empresas locales que los había dotado de la suficiente flexibilidad para resistir la crisis económica y convertirse en zonas de fuerte crecimiento y desarrollo (Guerreri et al., 2001; Guerreri, Iammarino, y Pietrobelli, 2001; Markusen, 1996; Pyke, Becattini, y Sergenberger, 1992). En estos distritos cada empresa compite con otras en una misma actividad pero también cooperan y comparten recursos en forma de información, habilidades, capital financiero, etc. El resultado es generar alianzas, ya sean conscientes o implícitas resultado del propio proceso competitivo. La red⁴⁰ de cooperación permite la captación de información para detectar oportunidades, para obtener respuestas de su entorno, en particular, clientes y proveedores, aumento de los conocimientos internos a la empresa, y un medio de integrarse en el entorno competitivo. Se considera que la red de contactos personales del empresario y de interconexión de cooperación con otras empresas pueden potenciar o inhibir la actividad emprendedora. Esas redes facilita la emergencia empresarial y el éxito empresarial pues los empresarios se mueven en un entorno dinámico donde se está

40 Un red se puede entender como el conjunto de relaciones específicas entre varios grupos o actores que proporciona múltiples interconexiones y reacciones en cadena (Ozcan, 1995).

en continua interacción con otros individuos (Bryson et al., 1993 Bryson, Wood, y Keeble, 1993).

La cooperación se configura como un factor que configura el carácter dinámico de la empresa a través del proceso de interacción que lleva a cabo con el entorno que le rodea, del que recibe y al que aporta información, conocimientos y otros recursos. Es un comportamiento esencialmente útil para todas las empresas pero en particular para las PYMEs puesto que les permite obtener ventajas de una gran empresa sin perder la flexibilidad característica de este tipo de empresas (Costa y Callejón, 1992). Las empresas a través de los proceso de colaboración no necesitan incrementar la escala para seguir compitiendo permitiéndoles mantener una mayor flexibilidad por su menor tamaño. El comportamiento de cooperación podría ser llevado a cabo a través de acuerdos formales o directos con otros negocios del mismo o distinto sector de actividad o informal, a través de las redes personales directas de contactos, en particular en las etapas previas a montar el negocio (Curran et al., 1993; Johannisson, 1995; Monsted, 1995).

El desarrollo de las redes conducirá hacia una mayor emergencia y éxito empresarial pues empresas y empresarios suple sus deficiencias con el apoyo de una ambiente favorable, en el que podría desarrollar nuevos proyectos. Según Monsted (1995) el impacto de estas redes depende de su densidad, accesibilidad, centralidad o posición relativa de la empresa en la red, la intensidad o fuerza de los vínculos, homogeneidad, estabilidad y el grado de formalidad de las relaciones contempladas en dicha red de cooperación.

III.6. MODELOS DE ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA.

Diversos investigadores del campo de la OE han presentado modelos conceptuales que tratan de explicar cómo la orientación emprendedora se integra y opera en el contexto de la empresa. Cada modelo ofrece su propia perspectiva tanto en la definición como en la interacción de la orientación emprendedora con otros componentes y, aunque presentan una serie de elementos comunes -como la organización interna de la empresa y el entorno que rodea la actividad empresarial-, son diferentes en la forma de modelar y representar las relaciones entre la OE y las demás

características consideradas. Analizaremos, brevemente, las aportaciones más relevantes.

a) El modelo de Guth y Ginsberg (1990).

Guth y Ginsberg (1990) presentan un modelo teórico que, aunque no considera de manera explícita la orientación emprendedora, contempla el *corporate entrepreneurship* desde un punto de vista de la estrategia gerencial. En su modelo, el *corporate entrepreneurship* se subdivide en dos componentes: a) el nacimiento de nuevos negocios en organizaciones ya existentes y b) la transformación de las organizaciones a través de la renovación de los conceptos claves sobre los cuales ellas se construyen, esto es, la renovación estratégica.

Ellos consideran que la primera línea ha sido un tópico en la investigación especializada de manera que proponen dar mayor énfasis a los estudios de renovación estratégica. Bajo esta perspectiva, y siguiendo a Schumpeter, defienden que el espíritu empresarial en las organizaciones empresariales debería abarcar el esfuerzo de las grandes empresas para renovarse, llevando a cabo nuevas combinaciones de recursos y alterando la relación con sus entornos.

La esencia del espíritu empresarial en las grandes empresas se relaciona con el hecho de que tanto las decisiones a tomar, como las acciones a efectuar deben ser llevadas a cabo buscando combinaciones nuevas recursos. En otras palabras, la renovación estratégica implica la creación de nueva riqueza a través de nuevas combinaciones de recursos. Para ello, Guth y Ginsberg (1990) proponen acciones de reorientación de la acción competitiva del negocio como cambios decisivos en la comercialización o distribución, en el desarrollo de los productos o en la forma organizativa de su funcionamiento interno.

Sin entrar en detalle sobre las posibles relaciones de interacción multidireccional y de retroalimentación su modelo identifica cuatro grupo de factores claves que influyen en el espíritu empresarial de la empresa: el entorno

(competitivo, tecnológico, social y político), el líder estratégico (características, valores o creencias y comportamiento), la conducta y forma organizativa (la estrategia, los procesos, la estructura y los valores claves de la empresa) y el desempeño o desarrollo de la organización (efectividad, eficiencia, satisfacción de las partes interesadas en el proyecto). Por su parte, el espíritu empresarial afecta de manera directa al desarrollo o desempeño de la organización. De esta manera, se produce un cierto efecto de retroalimentación que permite al espíritu empresarial influir en los demás factores aunque de manera mucho más débil e indirecta.

Se trata de un modelo genérico en el sentido de que los autores no exponen ni las diferentes influencias que los factores realizan en los dos componentes del *corporate entrepreneurship* - nuevos proyectos y renovación estratégica- ni cuál de los dos componentes puede afectar más al desarrollo de la organización. Asimismo, no existen relaciones de retroactividad entre los tres primeros factores y el *corporate entrepreneurship*, siendo esta relación, como se ha comentado, indirecta a través del desarrollo de la organización. No obstante, al introducir esa relación retroactiva entre *entrepreneurship* y desempeño imprimen a su modelo un cierto dinamismo, característico de un comportamiento emprendedor.

b) El modelo de Covin y Slevin (1991).

Este modelo de Covin y Slevin (1991) presenta una visión menos genérica del espíritu empresarial corporativo, centrando su atención en el concepto de OE definido como un comportamiento a nivel de empresa.

En este modelo, la OE se ve influida por un conjunto de variables externas, variables estratégicas y variables internas. La característica fundamental del modelo es que estos tres grupos de variables tienen un fuerte efecto en la postura emprendedora, mientras que esta última afecta a las tres categorías de variables aunque con un efecto más débil. Un resultado relevante de su modelo es el fuerte impacto de la orientación emprendedora sobre los resultados empresariales y una relación de retroactividad más débil en sentido

contrario. Por tanto, el modelo no toma en consideración que todos los factores afecten en la misma magnitud y considera que bajo ciertas situaciones el impacto es más débil. Además, una característica crucial de este modelo de Covin y Slevin (1991) es que señala que las tres categorías de variables tienen un efecto moderativo en la relación entre la OE y el desarrollo de la empresa.

Al incorporar relaciones de retroalimentación entre los componentes de su modelo permite una visión más dinámica del concepto de orientación emprendedora, se trata de un sistema dinámico que continuamente está en proceso de cambio y transformación, en otras palabras, que se “actualiza” a sí mismo a través de las categorías de variables consideradas y el desarrollo de la empresa.

c) El modelo de Zahra (1993).

El modelo de Zhara (1993) parte fundamentalmente de las mejoras realizadas al modelo de Covin y Slevin (1991). Respecto a la naturaleza del comportamiento emprendedor, éste considera que el modelo de Covin y Slevin no lo define claramente ni diferencia aspectos como "la intensidad del comportamiento", los "tipos de actividades empresariales emprendidas por la empresa" o la "duración de tales esfuerzos".

Para Zahra (1993) el espíritu empresarial corporativo ocurre en múltiples niveles dentro de una empresa, algo que no es contemplado en los anteriores modelos, por ello plantea tres dimensiones: a) el contenido del acto emprendedor que corresponde a la conceptualización de Miller (1983) y a la de Guth y Ginsber (1990); b) el sitio del acto emprendedor que separa las actividades internas que se realizan en el interior de la empresa, de las externas que son las que trascienden los límites de la empresa y c) la fuente formal o informal del acto emprendedor.

En base a estas ideas, Zahra (1993) sostiene la opinión de que las condiciones antecedentes consideradas en el modelo de Covin y Slevin (1991)

no están claras y se desconoce la posibilidad de que distintas dimensiones generen diferentes posturas empresariales que influyeran de manera desigual al desarrollo empresarial.

El modelo revisado de Zahra (1993b) presenta ciertas novedades y mejoras sobre el modelo de Covin y Slevin (1991) y el suyo anterior. En este sentido su nuevo modelo plantea una clasificación menos agresiva del entorno y añade el entorno "munificencia" que se refiere a la abundancia de oportunidades de innovación en la industria. Elimina, de esta manera, la sofisticación tecnológica por considerarla parte del dinamismo del entorno. Delimita más detenidamente el esfuerzo emprendedor distinguiendo entre nuevas empresas dentro de una ya establecida y empresas que empiezan independientes. Asimismo, defiende que los valores administrativos y de la gerencia, la cultura, los procesos y la estructura de la organización deberían ser considerados en el desarrollo de los modelos de *corporate entrepreneurship* con mayor intensidad.

d) El modelo de Lumpkin y Dess (1996).

En contraste con los anteriores autores, Lumpkin y Dess (1996) presentan un modelo alternativo centrado en la orientación emprendedora y cinco de sus dimensiones descritas en el epígrafe III.5. En el contexto propuesto, la OE conduce a una entrada nueva - entendida como la introduciendo en nuevos mercados o de bienes y servicios nuevos en mercados existentes-. El modelo de Lumpkin y Dess (1996) difiere del propuesto por Covin y Slevin (1991) y el de Zahra (1993) puesto que señala que los factores medioambientales y administrativos influyen en la relación entre la orientación emprendedora y el desarrollo o desempeño de la empresa, pero no reconocen que éste último influya a la orientación emprendedora. Esto significa que el modelo presentado por Lumpkin y Dess representa una visión más estática del comportamiento empresarial, sin información retroactiva entre orientación, desempeño, entorno y factores administrativos. No obstante, la importancia de su modelo radica precisamente en su sencillez y clarificación de las relaciones: la orientación emprendedora, con sus cinco dimensiones, afecta al desempeño de

la empresa reflejado en un indicador multidimensional siendo moderada esta relación por una serie de factores externos o de entorno e internos u organizacionales que inducen un mayor o menor impacto de la estrategia en los resultados considerados.

e) El modelo de calidad empresarial de Guzmán y Santos (2001).

En los trabajos de Guzmán y Santos (2001) y Santos y Liñán (2007), se realiza un análisis sobre los aspectos cualitativos del empresario para configurar un modelo de calidad empresarial referido a la forma que tienen los empresarios de desempeñar sus funciones impulsando el proceso de desarrollo económico.

Los autores tratan de comprender por qué los empresarios se comportan de una determinada manera a través de una perspectiva cualitativa, es decir, determinar tanto los aspectos cualitativos que definen la calidad del empresario como aquellos factores que inciden en ella. Como se analizó en el Capítulo II, la calidad del empresario es el resultado de la puesta en práctica de una de las dos funciones impulsoras que se exponían en el modelo de Guzmán (1983): la función dinamizadora. Esta función, supone la dinamización y el desarrollo de las empresas a través de ampliaciones, innovaciones o modernizaciones, que la pueden conducir al desarrollo, al éxito empresarial o al mantenimiento del negocio en su caso.

Su modelo refleja tanto aspectos cognitivos como aspectos ambientales para configurar teóricamente la calidad del empresario y los factores que inciden sobre ella en base a cuatro componentes, estableciendo los vínculos y relaciones existentes entre todos los elementos considerados. En primer lugar, el modelo considera como condición necesaria para ser empresario de calidad la preferencia por el trabajo por cuenta propia. En segundo lugar, explica los exponentes cualitativos de la función dinamizadora que es donde se emprenden las acciones de impulso. En tercer lugar, define los denominados factores del entorno personal del empresario que son aquellos que crean las actitudes y habilidades (como la familia, la experiencia profesional o el nivel educativo) y, por tanto, influyen en el proceso cognitivo que desarrolla el empresario. Por

último, define los factores del entorno global del empresario (oportunidades productivas, y factores sociocultural e institucionales políticos), que también incidirán sobre los factores del entorno personal y sobre la función dinamizadora, creando oportunidades y proporcionando información disponible a todos los empresarios. Estos cuatro rasgos básicos se traducen en una serie de comportamientos tales como la realización de ampliaciones, de modernizaciones o de innovaciones en la empresa, la puesta en práctica de nuevos procesos de organización y gestión empresarial y la realización de acuerdos de colaboración con otras empresas, todos ellos relacionados con el desarrollo empresarial.

III.7. LA RELACIÓN ENTRE LA ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA Y EL DESEMPEÑO EMPRESARIAL.

Los trabajos pioneros del área de la orientación emprendedora desarrollados a lo largo de la década de los ochenta como Miller y Friesen (1978), Miller (1983), y Covin y Slevin (1986 y 1987) elaboraron el marco teórico y las herramientas empíricas que serían utilizadas por posteriores investigadores. En base a estas aportaciones, los estudios posteriores se han centrado en examinar la relación entre la OE –o alguno de sus componentes- y otras características de la empresa, como el entorno (Covin y Slevin, 1991), otras orientaciones estratégicas, como por ejemplo, la orientación al mercado (Miles y Arnold, 1991; Becherer y Maurer, 1997) o el desempeño de la empresa.

Ésta última, la relación entre la OE y el rendimiento, desempeño o desarrollo de la empresa, es una de las más examinada en los últimos años por multitud de investigadores (Chen y Hambrick, 1995; Kotabe y Sawn, 1995; Kochhar y David, 1996; Hitt et al., 1996; Dess et al., 1997; Wiklund 1999; Zahra y Garvis, 2000, entre otros muchos). Las metas y objetivos de la actividad emprendedora en la empresa se relacionan con el desarrollo de innovaciones (Ahuja y Lampert, 2001) y la renovación estratégica de las organizaciones (Guth y Ginsberg, 1990). El descubrimiento de innovaciones radicales genera oportunidades para la creación de riqueza y, por tanto, es un factor clave de su éxito. Por su parte, la renovación estratégica permite a la empresa mejorar su competitividad y su posición en los mercados. En definitiva, el resultado

final deseado de la actividad emprendedora pasa por mejorar su competitividad y desarrollo, o lo que es lo mismo por la mejora de su desempeño empresarial.

Este razonamiento, no sólo permite comprender la importancia para la empresa de analizar los vínculos entre la OE y el desempeño y las variables de contingencia que afectan a esta relación, sino que además tiene implicaciones para el área geográfica donde se localiza la actividad emprendedora, permitiendo pasar de una visión microeconómica basada en el crecimiento de la empresa, a una visión macroeconómica basada en el incremento de la riqueza de un territorio. Por tanto, la comprensión de la relación OE-desempeño tiene una doble importancia para los objetivos planteados en esta investigación:

- Comprender la dinámica de la relación entre la OE y el rendimiento permitiría a las empresas implantar una correcta orientación emprendedora. Implementar una orientación emprendedora en una empresa no es un método rápido y barato, la OE conlleva un considerable consumo de recursos así como importantes inversiones por parte de las empresas, lo cual exige la adopción de perspectivas a más largo plazo (Covin y Slevin, 1991). De esta manera, cuestiones tales como cuál es el coste de aplicarla, cómo se lleva a cabo su operatividad o si se debería potenciar unas dimensiones más que otras, son cuestiones claves que deben ser tenidas en cuenta por la empresa y que sólo a través de un profundo conocimiento del entorno y de sus capacidades internas le permitirá impulsar.
- Desde el punto de vista macroeconómico, el impacto de la OE sobre los resultados empresariales se configura como una primera explicación que permitiría enlazar la empresarialidad, entendida como el desarrollo y crecimiento empresarial (Davidsson, 2007; Wiklund, 2007), con el aumento de la riqueza y empleo de un territorio a partir del comportamiento estratégico de las empresas localizadas en el mismo. Una mayor cantidad de empresas con un comportamiento emprendedor significaría un mayor crecimiento y desarrollo económico a través de la generación de nuevas innovaciones, de mayor empleo, de una mayor capacidad para salir de situaciones de estancamiento económico a través de la renovación estratégica de sus empresas, etc.

La OE ha sido puesta en relación con el rendimiento de la empresa en un amplio conjunto de trabajos tanto teóricos (Lumpkin y Dess, 1996; Lyon, 2001) como empíricos (Kotabe y Sawn, 1995; Chen y Hambrick, 1995; Hitt et al., 1996; Kochhar y David, 1996; Dess et al., 1997; Wiklund 1999; Zahra y Garvis, 2000). La mayoría de estos estudios han planteado la existencia de ciertas formas de ajuste entre los factores internos y externos considerados y el comportamiento de la empresa emprendedora que permiten obtener unos rendimientos superiores.

En este sentido, a lo largo del presente capítulo ya hemos comentado como la literatura especializada ha incluido entre los factores internos aspectos tales como el tamaño de la empresa, la estructura organizativa, otras estrategias empresariales o las características del equipo – edad, sexo, o experiencia previa del empresario- (Miles y Snow, 1991; Becherer y Maurer, 1997). Entre los factores externos aparecen diferentes dimensiones del entorno, como el grado de dinamismo del sector (Covin y Slevin, 1990; Lumpkin y Dess, 2001) la intensidad tecnológica de la industria y su tasa de crecimiento (Covin et al., 2001), el poder de negociación respecto a clientes y proveedores (Lumpkin y Dess, 2001; Wiklund y Shepherd 2004) o la política económica (Guzmán y Santos, 2001).

En cuanto a la forma de ajuste, Lumpkin y Dess (1996) -partiendo de las aportaciones realizadas por Venkatraman (1989) y Boal y Bryson (1987)- establecen una tipología para comprender el impacto de esas terceras variables sobre la relación entre la orientación emprendedora y el rendimiento de la empresa. La clasificación propuesta por Lumpkin y Dess diferencia entre cuatro diferentes tipos de efectos: moderadores, mediadores, independientes y de iteración. Los resultados pueden ser muy diferentes en función del tipo de efecto empleado en el modelo:

- a) En un modelo con efectos moderadores, la forma de ajuste entre la OE y el desempeño varía en función de una determinada “variable moderadora”. En concreto, estos autores consideran que las empresas que poseen una estructura orgánica y flexible tendrán mayores niveles de desempeño relativo que aquellas que usan una estructura más jerarquizada y burocrática.

b) En un modelo con efectos mediadores, la orientación emprendedora es considerada una variable antecedente, el desempeño empresarial es la variable a explicar y como variable mediadora o intermedia (a la cual la OE afecta directamente y a través de ella al desempeño de la empresa) consideran la integración de actividades organizacionales. Ellos sugieren que la efectiva integración de actividades y procesos intervienen en la relación entre la orientación emprendedora y el desempeño.

c) En un modelo con efectos independientes, la orientación emprendedora y terceras variables, como el entorno munificente, son consideradas de manera independientes y sin relación entre sí, de manera que todos son variables explicativas o independientes de la variable dependiente “resultado empresarial”.

d) Finalmente, en un modelo con efectos interactivos, las características del equipo de la alta gerencia -como por ejemplo la necesidad de logro de la dirección- junto a la OE generan un efecto conjunto sobre el resultado de la empresa. Este modelo de interacción es único porque no hay implicación de un efecto principal en el ajuste, como sucede en un modelo con efectos moderadores. En este caso sólo se tiene en cuenta el efecto de interacción o efecto conjunto de las variables independientes sobre la variable dependiente.

La mayoría de las investigaciones se han centrado en dos tipos de ajuste analizando cuál de ellos posee mayor poder de explicación. Los modelos de contingencia (*contingent approach*) que son aquellos en los que se trata de analizar el papel moderador de determinados factores en la realización entre la orientación emprendedora de la empresa y sus rendimientos y los modelos de configuración (*configurational approach*) que son los que se analizan los efectos combinados de dichos factores y la orientación emprendedora en relación con el rendimiento de la empresa (Dess et al., 1997, Wiklund y Shepherd, 2005).

Aunque la mayoría de estudios se han centrado en analizar el papel moderador de un amplio conjunto de factores internos y externos a la empresa⁴¹, el debate continúa

41 En este sentido, aportaciones tan relevantes como Covin y Slevin (1989 y 1991), Zahra (1993) o Lumpkin y Dess (1996 y 2001) han empleado efectos moderadores y un enfoque contingente para el análisis de la relación orientación-desempeño.

abierto. Así por ejemplo, en un reciente trabajo propuesto por Wiklund y Shepherd (2005) se analiza qué papel juegan el dinamismo del sector y el acceso a las fuentes de financiación en la relación OE-rendimiento de la empresa en base a los modelos de contingencia y de configuración. Los resultados de su estudio demuestran que la influencia del dinamismo del sector y el acceso a fuentes de financiación de forma conjunta junto a la propia orientación emprendedora tienen una notable influencia sobre el rendimiento de la empresa, reflejando, según estos autores, la superioridad de los modelos de configuración frente a los contingentes.

Al margen de este debate metodológico, entre los diversos trabajos que han abordado empíricamente la relación entre la OE y el desempeño, destaca el estudio de Covin y Slevin (1988) donde se analiza el papel moderador de la estructura organizativa. Las conclusiones presentadas por estos autores son similares a las defendidas por Miller y Friesen (1978) e implican que la OE es uno de los diferentes mecanismos que una empresa puede usar, dadas las características y condiciones del entorno, para mejorar sus resultados. Covin y Slevin (1988) identifican los tipos de empresa en base a las características internas y el entorno que deberían utilizar ese tipo de estrategia. En concreto, estos autores demostraron que el estilo o gestión emprendedora de la alta dirección afecta positivamente al rendimiento de aquellas empresas con una estructura orgánica. Por el contrario, el efecto es negativo en el caso de las empresas con una estructura más mecanicista. En un posterior estudio, Covin y Slevin (1989) añaden a la estructura organizativa, el grado de hostilidad del entorno y la estrategia competitiva como factores de contingencia. Partiendo de una muestra de 161 empresas, sus resultados ponen de manifiesto que en sectores “hostiles” el rendimiento de las empresas estaba correlacionado positivamente con el carácter orgánico de la estructura, con una postura estratégica emprendedora y con una orientación a largo plazo en el ámbito financiero. Por el contrario, en sectores “benignos” el rendimiento se encontraba positivamente relacionado con una organización de tipo mecanicista, una posición conservadora y una orientación financiera a corto plazo.

De forma similar, Naman y Slevin (1993) encuentran que el rendimiento de las empresas estaba relacionado de forma clara con la idea del enfoque contingente de ajuste, en concreto en aquellas empresas capaces de alinear diversas características de la

estructura organizativa, la OE y el comportamiento estratégico eran capaces de alcanzar rendimientos financieros superiores al resto.

En Lumpkin y Dess (1996) se examina la relación de OE-rendimiento desde un punto de vista teórico aportando un marco integrador de análisis, identificando variables cruciales de contingencia que afecta esa relación agrupadas en factores de entorno y organizativos, una idea consistente con las defendidas por Miller y Friesen (1978) y Miller (1983). Su trabajo empírico se desarrolla en un posterior artículo donde se considera exclusivamente dos dimensiones de la orientación emprendedora (proactividad e innovación) y se analizan a partir del modelo moderador el papel de las características del entorno y de la etapa del ciclo de vida del sector a la hora de incidir sobre el rendimiento de la empresa, obteniendo resultados favorables de ese ajuste (Lumpkin y Dess, 2001).

Por su parte, Dess et al. (1997) desarrollan una investigación en dos fases en la que encontraron como una estrategia emprendedora permitía obtener unos rendimientos superiores cuando se combina con una determinada estrategia competitiva y se dan determinadas características en el entorno sectorial.

Un aspecto interesante sobre esta relación es resaltado en Wiklund (1999) y Zhara y Covin (1995). Sus análisis muestran evidencias para señalar que el efecto de la orientación estratégica sobre los resultados empresariales es duradero y se mantienen a largo plazo.

En el trabajo de Zahra y Covin (1995) se investigan una relación positiva y significativa ante el comportamiento emprendedor de las empresas y la obtención de rendimientos financieros superiores, de manera que las empresas más proactivas logran mejores resultados de una manera sostenida, observándose una correlación positiva y creciente entre la orientación emprendedora y los resultados de las empresas en periodos consecutivos de tres y cinco años, respectivamente.

Consistente con los puntos de vista de otros investigadores (como por ejemplo, Covin y Covin, 1990 o Covin y Slevin, 1989) las hipótesis y resultados de Wiklund (1999) sostienen que la orientación emprendedora está positivamente asociado con los

mejores resultados de las empresas pequeñas. Pero además, el trabajo de Wiklund (1999) muestra una relación positiva entre la orientación emprendedora y el rendimiento que se hace más intensa a medida que se amplía el horizonte temporal, indicando que el impacto de la orientación emprendedora no es directo, si no que se da de forma lenta y gradual con el paso del tiempo. La influencia positiva de la orientación emprendedora sobre los resultados de las empresas se apoya en las ventajas de anticipación y en el mayor aprovechamiento de las oportunidades que van surgiendo. De este modo, las empresas con una orientación emprendedora pueden introducir sistemáticamente nuevos productos y servicios antes que sus competidores, establecer los estándares de la industria y lograr el control de los mercados mediante el dominio de los canales de distribución. Las hipótesis validadas en su investigación tienen importantes implicaciones dependiendo del tamaño de la empresa. Para las grandes empresas, que la orientación emprendedora tenga efectos sostenibles a largo plazo, les permitirá llevar a cabo una planificación a más largo plazo. No es raro que las grandes empresas emprendan iniciativas estratégicas que se extienden a lo largo de un amplio número de años (McShane, 2001). Para las empresas más pequeñas comprender la sostenibilidad de la relación OE- desarrollo ayuda a ajustar el período de tiempo en el que se puede esperar el retorno de los recursos invertidos. Puesto que los efectos positivos de una orientación emprendedora aumentan con el paso del tiempo una pequeña empresa que realiza inversiones grandes en este tipo de estrategia necesita comprender que pueden incurrir en un estado de insolvencia a corto plazo si espera un elevado rendimiento el primer año de implementación de la orientación emprendedora (Wiklund, 1999).

En definitiva, la mayor parte de la literatura especializada pone de manifiesto un impacto positivo de la orientación emprendedora sobre los resultados de las empresas. No obstante, existen también discrepancias en torno a este efecto dependiendo de la medida utilizada en cada caso para valorar dichos resultados empresariales.

Capítulo IV. El nivel mesoeconómico de la Empresarialidad: la dependencia funcional y productiva.

- IV.1. El análisis mesoeconómico de la empresarialidad: el perfil cualitativo del sistema empresarial de un territorio.
- IV.2. Las variables explicativas de la calidad del sistema empresarial.
 - IV.2.1. La estructura básica del sistema empresarial.
 - IV.2.1.a. La densidad empresarial.
 - IV.2.1.b. El tamaño empresarial.
 - IV.2.1.c. La especialización productiva.
 - IV.2.2. Dependencia o autonomía del sistema empresarial.
 - IV.2.2.a. Dependencia o autonomía patrimonial.
 - IV.2.2.b. Dependencia o autonomía funcional.
 - IV.2.2.c. Dependencia o autonomía productiva.
- IV.3. La dependencia o autonomía funcional y la calidad del sistema empresarial.
 - IV.3.1. Dependencia funcional y la teoría clásica del desarrollo.
 - IV.3.2. Dependencia funcional y las modernas teorías del desarrollo.
 - IV.3.2.a. Los sistemas locales de empresas y los encadenamientos productivos.
 - IV.3.2.b. La Nueva Geografía Económica y los encadenamientos productivos.
 - IV.3.3. Dependencia funcional y las cadenas de valor globales.
- IV.4. La dependencia o autonomía productiva y la calidad del sistema empresarial.
 - IV.4.1. Dependencia productiva y Gobernanza.
 - IV.4.1. Dependencia productiva y gestión estratégica.

IV.1. EL ANÁLISIS MESOECONÓMICO DE LA EMPRESARIALIDAD: EL PERFIL CUALITATIVO DEL SISTEMA EMPRESARIAL DE UN TERRITORIO.

En el capítulo anterior se ha analizado el papel que la calidad u orientación emprendedora, entendida como una serie de comportamientos estratégicos de la empresa, tiene para el crecimiento de la misma. Este hecho, completa una primera etapa en la comprensión del vínculo de la empresarialidad con el crecimiento y el desarrollo económico cuyo resultado se materializaría en un mejor desempeño del propio negocio. Bajo esta perspectiva, la generación de empleo y de valor añadido se sitúa en el nivel microeconómico, es decir, en la propia gestión y política empresarial. Es la empresa la que, de manera individual, toma las decisiones de invertir en mayor o menor medida, la que introduce nuevos productos, servicios y tecnología, la que tiene éxito o fracaso y, en definitiva, la que crea o destruye puestos de trabajo y riqueza en el territorio donde opera.

Sin embargo, como expone Guzmán (2006) en la mayoría de los estudios realizados dentro del marco analítico del *entrepreneurship* las características empresariales relevantes para el crecimiento de las economías son analizadas de manera individual, existiendo poca investigación que analice de manera global las características de las empresas que componen una determinada estructura productiva y su relación con el nivel de desarrollo económico. Por tanto, a nivel agregado son las características del conjunto de empresas localizadas en el territorio las que inciden sobre el nivel de desarrollo y crecimiento económico del mismo (Guzmán et al., 2003). De esta manera, es este conjunto de empresas, tejido empresarial o sistema empresarial de un territorio el que se configura como la unidad de análisis desde un nivel intermedio o nivel mesoeconómico. Las características de este sistema empresarial local son los eslabones de enlace entre la empresarialidad y el objetivo más amplio del desarrollo territorial. Bajo este marco de análisis, no compete la empresa aislada, sino el conjunto de empresas y el territorio.

Por ello, consideramos crucial que nuestra búsqueda se sitúe precisamente en este nivel mesoeconómico, analizando las características del sistema empresarial en su conjunto y planteando una determinada tipología de empresas que permita explicar la

existencia de disparidades económicas a largo plazo y la existencia de situaciones de subordinación o liderazgo económico entre diversas economías ya sean locales, regionales o nacionales.

A priori, un territorio caracterizado por un sistema empresarial donde la mayoría de sus empresas están creciendo se configuraría como un territorio en expansión. Por el contrario, aquella zona donde el conjunto de sus empresas son incapaces de generar riqueza y empleo se caracterizaría por su retraso y situación económica deprimida. Sin embargo, nuevamente, desde la perspectiva de las modernas teorías del crecimiento endógeno es posible argumentar que no todos los sectores económicos tienen el mismo potencial de crecimiento, ni la misma capacidad de creación de empleo o valor añadido y, por tanto, no todas las unidades productivas contribuyen al desarrollo territorial en la misma proporción (Romer, 1986; Solé y Martínez, 2003). Esta circunstancia abre la posibilidad de diferenciales de crecimiento entre territorios o el mantenimiento de disparidades económicas a largo plazo en los niveles de empleo y renta. El crecimiento empresarial es una condición necesaria pero no suficiente para asegurar el desarrollo económico. En otras palabras, la calidad de un sistema empresarial no se puede medir como la suma individual del crecimiento de sus empresas. Las debilidades y fortalezas del sistema empresarial -que determinan su calidad- se encuentran relacionadas con otros factores además de los que favorecen el crecimiento particular de sus empresas.

Las empresas no actúan aisladamente o de modo impermeable a lo que sucede a su alrededor y en su entorno económico. La capacidad competitiva de una empresa individual depende también de su relación con otras empresas. De esta manera, las relaciones con otras empresas tienen un impacto sobre las características del sistema empresarial del territorio en su conjunto. A este respecto, podemos diferenciar dos tipos de relaciones de las empresas del sistema:

- En primer lugar, hay que señalar que las relaciones con otras empresas del área pueden conllevar la aparición de externalidades positivas como consecuencia de las economías de aglomeración y de especialización que se generan en el territorio. La referencia a las ventajas asociadas a la organización en redes y al papel de las externalidades como origen de rendimientos crecientes forma parte de una tradición que se remonta a los estudios de Marshall a principios del siglo

XX dedicados a la organización industrial⁴². Asimismo, desde los años ochenta ocupa un lugar destacado en los distintos enfoques sobre el desarrollo local y regional, como el análisis de los distritos industriales (Becattini, 1978, 1986 y 2000; Belussi y Gottardi, 2000; Curzio y Fortis, 2002), el medio innovador (Maillat, 1996; Ratti et al., 1997), los sistemas regionales de innovación (Fischer et al., 1999; Braczyk et al., 1998; Fischer y Frölich, 2001) o con un alcance más amplio, la Nueva Geografía Económica (Krugman, 1991) o la teoría de “clusters” (Porter, 1980 y 1991). Junto a esta amplia literatura especializada sobre los efectos externos y de derrame, diversos estudios prestan atención a la formación de vínculos inter-empresariales, ya sean entre PYMEs o entre PYMEs y grandes empresas, como aspecto fundamental para el crecimiento económico.

- En segundo lugar, para impulsar el desarrollo económico territorial no sólo es preciso utilizar mejor los recursos endógenos sino también aprovechar las oportunidades de dinamismo externo existentes. Esto implica que la competitividad que alcanza una empresa en un contexto globalizado depende igualmente de su relación con empresas localizadas en el exterior. En este sentido, algunas iniciativas de desarrollo local buscan espacios de mutuo beneficio entre las grandes empresas multinacionales y los sistemas locales de empresas, tratando de impulsar esquemas de subcontratación basados en la calidad y en la cooperación empresarial (Vázquez, 1999). Autores como Kaplinsky y Morris (2000), Rabelotti et al. (2005) y Rabelotti y Petrobelli (2006) consideran que las empresas (en particular las PYMEs) pueden participar en los mercados globales en un modo que signifique un crecimiento sostenido para el territorio al que denominan *High Road*. Bajo estos planteamientos, las pequeñas y medianas empresas cuando están insertas en cadenas de valor globales donde las bases de la competitividad surgen de la mejora de la productividad y de la innovación son capaces de vencer los obstáculos y limitaciones que usualmente confrontan tales empresas como la falta de habilidades y acceso a tecnologías, insumos, información y financiación. Por el contrario, si compiten en cadenas de valor globales caracterizadas por bajos salarios y actividades intensivas en mano de obra, pueden implicar un

42 Véase por ejemplo, Marshall (1919): Industry and Trade.

crecimiento a largo plazo empobrecedor (*Load Road*) determinado por relaciones de jerarquía y subordinación frente a las grandes multinacionales.

Lógicamente, el siguiente paso consiste en analizar qué factores deben incluirse dentro de esta visión mesoeconómica sobre la empresarialidad y cuáles son sus vínculos con el desarrollo y crecimiento territorial.

Para lograr este objetivo, el resto del capítulo se estructura de la siguiente manera. En el siguiente epígrafe IV.2 se realiza una aproximación a los factores que consideramos determinantes del nivel de calidad del sistema de empresas. A este respecto, se proponen dos grandes grupos de variables: las que tienen que ver con su estructura (densidad, tamaño y especialización) y las que tienen que ver con su dependencia o autonomía respecto a otros sistemas empresariales en aspectos como la procedencia del capital, el origen y destino de sus inputs y outputs o el grado de poder respecto a clientes y/o proveedores. Esta delimitación nos permitirá centrar el análisis en dos indicadores novedosos denominados “dependencia o autonomía funcional” y “dependencia o autonomía productiva”. A estos dos conceptos se dedicarán los epígrafes IV.3 y IV.4, respectivamente. Nuestro objetivo es presentar a estas variables como elementos claves para explicar los vínculos que unen a la empresarialidad de un territorio con sus niveles de desarrollo.

IV.2. LAS VARIABLES EXPLICATIVAS DE LA CALIDAD DEL SISTEMA EMPRESARIAL.

Como se ha comentado anteriormente, este estudio considera que los niveles de calidad del sistema empresarial de un determinado ámbito geográfico se encuentran relacionados con otros factores además de los que favorecen la calidad individual de las empresas y empresarios que la componen (innovación, proactividad, asunción de riesgos, etc.). La cuestión que nos proponemos responder en este epígrafe es precisamente cuáles son las características que definen la calidad de dicho sistema.

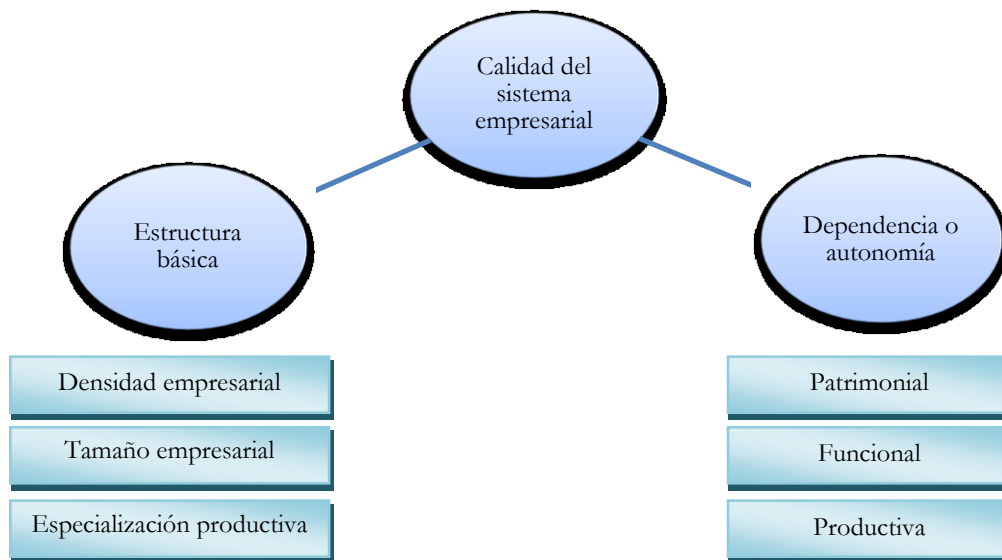
En este sentido, el grupo de investigación de la Universidad de Sevilla “Las PYMEs y el desarrollo económico” lleva realizando desde 2001 una serie de estudios y

análisis sobre determinadas características de los sistemas productivos. A este respecto, puede consultarse Guzmán y Santos (2001), Guzmán et al. (2003), Romero y Fernández (2007), Fernández et al. (2009) o Guzmán et al. (2010). El primer trabajo que estructuró de manera global esta línea de investigación fue Guzmán et al. (2006) centrado en la provincia de Sevilla. Su objetivo principal era realizar una aproximación cualitativa al sistema empresarial de Sevilla con el fin de abordar la mayor o menor calidad del mismo a través de determinados rasgos determinantes de sus fortalezas y debilidades empresariales y, por tanto, de sus niveles de competitividad.

Tomando como marco de referencia los estudios realizados en el seno de dicho grupo, en este trabajo se presenta una nueva tipología de estas variables que permiten obtener una imagen global y estructurada de los niveles de calidad del sistema empresarial. Esta nueva tipología se basa en dos vectores, cada uno de los cuales, a su vez, está constituido por tres componentes. El primero de ellos configura la estructura básica del sistema empresarial del territorio a través de tres dimensiones: la densidad empresarial, el tamaño empresarial y la especialización productiva del conjunto de empresas. Por su parte, el segundo vector delimita el grado de dependencia o autonomía del sistema empresarial analizando la procedencia del capital, el origen y destino geográfico de las compras y ventas del conjunto de empresas y el grado de poder de negociación respecto a proveedores y clientes (**Figura IV.1**). Desde un punto de vista metodológico, estos dos vectores son complementarios. Así, las variables de dependencia y autonomía pueden ganar poder de explicación si se analizan para determinados tamaños empresariales o determinados sectores económicos.

Pasaremos a describir estos vectores, así como cada uno de sus componentes, analizando las principales características y elementos vinculados con el crecimiento y desarrollo territorial.

Figura IV.1. Los vectores claves de la calidad del sistema empresarial.



Fuente: Elaboración propia.

IV.2.1. La estructura básica del sistema empresarial.

Cuando se analiza el sistema empresarial de un territorio se pueden considerar una serie de características elementales que lo delimitan. En este sentido, consideramos que atributos básicos como la densidad empresarial del territorio, el tamaño de las unidades empresariales que lo componen y su especialización productiva permiten al investigador obtener una primera visión estructural sobre la calidad del mismo. A continuación, se van a analizar brevemente cada una de estas variables.

IV.2.1.a. La densidad empresarial.

Una primera variable que puede explicar los niveles de calidad de la estructura empresarial es el número de empresas existente en la economía. No obstante, se ha escogido un indicador relativo, la densidad empresarial, y no el número absoluto de empresas, como elemento clave de la calidad a nivel mesoeconómico. La densidad

empresarial pone en relación el número de empresas con el tamaño de la población⁴³, proporcionando una idea sobre el grado de iniciativa empresarial de la población residente y de la malla de empresas de un determinado territorio. De esta manera, la utilidad de la densidad empresarial, frente a otros indicadores no relativizados, es que permite establecer comparaciones entre los sistemas empresariales de diferentes territorios.

A priori, se podría pensar que un mayor número de empresas propicia una mayor actividad económica así como una menor tasa de desempleo. En otras palabras, en principio cuanto mayor sea el número de empresas respecto a la población total mayor probabilidad existiría de que la producción de bienes y servicios alcanzase niveles más altos y, simultáneamente, que también fuera mayor el nivel de empleo (Cáceres y Guzmán, 2009). En este sentido, para el Consejo Superior de Cámaras de Comercio de España (2001) y el Instituto de Estadística de Andalucía (2006), la densidad empresarial permite comparar la propensión de los territorios a mantener una estructura empresarial más o menos dinámica. Según estas Instituciones, un elevado nivel de densidad empresarial puede ser contemplado como un indicador de un mayor nivel de actividad económica y de cultura empresarial en la región, lo cual favorece, a su vez, la consolidación de un mayor número de empresas per cápita. Por el contrario, una densidad pequeña puede revelar una escasa iniciativa empresarial que reduce las posibilidades de crecimiento económico y de afrontar los retos del mercado.

Sin embargo, puesto que no todas las empresas son iguales hay que tener en cuenta que la correspondencia entre la iniciativa empresarial, medida a través de la densidad empresarial, y el desarrollo económico no tiene que ser tan clara y directa. Como se ha hecho referencia otras veces a lo largo de este trabajo, el simple hecho de poseer una mayor actividad empresarial expresada en un mayor número de empresas no conlleva necesariamente unos mayores índices en el nivel económico (Guzmán, 2006). Existen una serie de limitaciones en la densidad empresarial que le resta poder como indicador de desarrollo económico y no permiten reflejar de manera correcta la calidad de un sistema empresarial.

⁴³ Generalmente, respecto a la población total (por cada 1000 habitantes) o respecto a la población activa (por cada 1000 activos).

A este respecto, la densidad empresarial no tiene en cuenta el tamaño medio de las empresas de los diferentes territorios. Por tanto, un territorio con tamaños medios empresariales -medido por el número de trabajadores- inferiores a la media se caracterizará por densidades empresariales más altas respecto a los territorios con una dimensión empresarial mayor. De esta forma, una alta densidad empresarial, podría ser indicativo de una menor calidad del sistema empresarial y no al contrario (Guzmán et al., 2003). En este sentido, existen muchas economías nacionales y regionales -regiones atrasadas del sur de Europa o países en desarrollo- en las que la densidad empresarial respecto a la población es elevada, pero su estructura empresarial presenta un alto nivel de atomización motivado por un elevado porcentaje de microempresas y autoempleados (Kantis et al., 2002; Verheul et al., 2006). En buena medida, la creación de este tipo de empresas se explica por la necesidad de escapar de una situación de desempleo y no a la existencia de oportunidades económicas atractivas. Lógicamente, este tipo de pequeñas empresas contribuyen de manera limitada al crecimiento económico y en muchos casos pertenecen al sector informal de la economía, manifestando un menor nivel de desarrollo territorial (Verheul et al., 2006).

En resumen, la densidad empresarial constituye una primera característica básica, necesaria aunque no suficiente, para la formación de un sistema empresarial de calidad. Sin embargo, es importante añadir otras variables que se unan a esta dimensión y que delimiten el tipo y las características de las empresas que lo componen.

IV.2.1.b. El tamaño empresarial.

En la literatura económica se utiliza una amplia gama de magnitudes para medir el tamaño de una empresa según los intereses del investigador que van desde el capital propio al volumen de ventas. En este sentido, uno de los indicadores más utilizados para definir el tamaño empresarial es el número de empleados (García et al., 1997; Camisón, 2001; McMahon, 2001). La gran ventaja de este criterio es su simplicidad y la posibilidad de realizar, con mayor o menor dificultad, comparaciones entre distintos estudios. En este sentido, para el análisis de un sistema empresarial se pueden emplear dos criterios complementarios relacionados con el tamaño de sus empresas: el tamaño medio empresarial, definido como el número de trabajadores por empresa, y la

estructura empresarial por tamaño, definida como el porcentaje de empresas por estrato de tamaño considerado.

La preocupación por el tamaño empresarial ha sido de interés desde que en 1942 Schumpeter afirmase que las grandes empresas que operan en mercados concentrados son el principal motor del progreso tecnológico. Desde una perspectiva económica, se pueden establecer varias líneas de análisis entrelazadas en este sentido, como son los estudios que establecen las relaciones entre el tamaño empresarial y el nivel de desarrollo económico, el análisis sobre la importancia de la PYMEs en las economías actuales y el debate entre PYMEs y grandes empresas.

A este respecto, diversos estudios han tratado de identificar la predominancia de un tipo de organización u otra según la etapa histórica que atraviesa la economía (Suárez-Villa, 1988) o según su nivel de renta (Acs et al., 2005). A este respecto, Romero y Fernández (2005) señalan que las economías de renta baja se caracterizan por una escasa presencia de grandes empresas mientras que abundan los autoempleados y los pequeños propietarios de negocios orientados a la subsistencia. Conforme se avanza en el desarrollo económico, el tamaño empresarial medio se eleva, van apareciendo grandes empresas que actúan como empleadores y se reduce la necesidad de recurrir a la actividad empresarial como medio de vida. A partir de un cierto nivel de desarrollo, diversos factores –como la mejora de las condiciones económicas, de las infraestructuras y del funcionamiento institucional, el proceso de terciarización o los cambios organizativos en las grandes empresas, entre otros- reducen los obstáculos y los riesgos asociados a las iniciativas empresariales generándose oportunidades económicas que inciden en la elevación del dinamismo emprendedor y, por tanto, en una reducción del tamaño medio de las empresas existentes en esas economías.

Esta evolución es la que han seguido, con más o menos intensidad, las grandes potencias económicas desde principios de siglo XX. Como se comentó en el epígrafe II.4, a medida que avanzaba este siglo, la producción y el empleo tendieron a concentrarse cada vez más en las grandes empresas como resultado de la difusión generalizada de la producción en serie y el aprovechamiento de las economías de escala (Piore y Sabel , 1984; Storey, 1988). Sin embargo, la necesidad de planificar a largo plazo las enormes inversiones requeridas y de garantizar un mercado suficientemente

amplio y estable para rentabilizar esas inversiones hacía perder flexibilidad a todo el tejido económico dominado por ese tipo de unidades. Esto provocó que se produjese un cambio de tendencia con una creciente presencia de las pequeñas y medidas empresas que irán cobrando un mayor protagonismo en las economías desarrolladas.

De esta manera, las diversas estadísticas internacionales (como los datos del observatorio de la PYME en Europa, o el DIRCE a nivel español) confirman que en la actualidad el mayor porcentaje de empresas y empleo en un territorio corresponde al segmento de las PYMEs. Una circunstancia que ya pusieron de manifiesto autores como Birch (1979), Piore y Sabel (1984), Storey (1988), Acs y Audretsch (1990 y 1993), Loveman y Sengenberger (1991) o Schwalbach (1994).

Más allá de las diferentes estructuras sectoriales y de los factores históricos y culturales, estudios recientes señalan que el tamaño medio empresarial y la importancia de las PYMEs en las economías europeas parecen estar relacionados con los niveles de renta per cápita (Carree et al., 2002; Ayyagari, et al., 2003). A este respecto, el estudio realizado por Ayyagari et al. (2003), para 54 países, confirma que la contribución de las PYMEs al PIB y al empleo tiene una fuerte correlación positiva con el nivel de renta del país. Así, en los países de renta baja la contribución de las PYMEs se sitúa en torno al 17,5% del empleo y en el grupo de renta alta ésta alcanza el 57,2%. Los autores encuentran también un interesante resultado: la contribución conjunta de las PYMEs y del sector informal al PIB es bastante estable (en torno al 65-70 por ciento) en los tres grupos de países considerados (baja, media y alta renta). Este resultado indicaría que a medida que aumenta la renta, las PYMEs son la vía principal de formalización de la economía informal.

En este marco de análisis, se plantea el debate PYMEs versus gran empresa que no arroja un claro vencedor. Por un lado, Acs y Audretsch (1990) argumentan que el desarrollo de sistemas de producción flexible ha favorecido la viabilidad de las PYMEs en muchas actividades productivas, especialmente industriales. Las ventajas de la PYME se relacionan con una mayor flexibilidad y mejor capacidad de adaptación al cambio y de reacción ante éste, así como una estructura organizativa menos burocrática y menos impersonal que las grandes empresas (Damanpour, 1996). Asimismo, Birch (1979), Storey (1988 y 1994), Acs y Audretsch (1990 y 1993), Loveman y Sengenberger

(1991) Salas (1994), Schwalbach (1994) Davis et al. (1996), Ruano (2001) y García et al. (2002) consideran que las PYMEs también destacan por su importancia en la creación de puestos de trabajo con respecto a las grandes empresas, verificándose la existencia de una tasa de creación de empleo inversamente proporcional al tamaño empresarial⁴⁴. Sin embargo, también han sido numerosos los trabajos que han tratado de confirmar o rechazar esta capacidad de generación de empleo de las PYMEs. Por ejemplo, Kirchkoff, (1994) puntualiza que la importancia varía según el ciclo económico, ya que las pequeñas empresas crean una mayor proporción de nuevos empleos en las recesiones y una participación equivalente de las grandes empresas durante los períodos de expansión. Por su parte, Davis et al. Haltiwanger y Schuh (1996) hicieron hincapié en una serie de errores comunes a la hora de estudiar la creación de empleo por tamaño empresarial (así por ejemplo, los estudios no trabajaban con datos netos, existían “cruces de límite”, no trataban la calidad del empleo, etc.) que tendían a sobreestimar la participación de las pequeñas empresas respecto las grandes.

Por su parte, la gran empresa posee más recursos y un control sobre el entorno superior a la PYME (Camisón, 2000; Dean et al., 1998). Asimismo, las empresas de gran tamaño están más preparadas para asumir mayores riesgos, tienen una mayor facilidad para apropiarse de los retornos de la I+D y son capaces de hacer frente a las pérdidas ocasionadas por los fracasos subyacentes a las innovaciones⁴⁵ (Damanpour, 1992; Hitt et al., 1990; Klepper, 1996).

44 A este respecto, es muy citado el Informe Bolton, que analizó las características de las pequeñas y medianas empresas en el Reino Unido a finales de los años sesenta y donde se manifestaba el relevante peso de estas empresas en el empleo total. El primer intento sistemático de evaluar la fuente de nuevos puestos de trabajo fue Birch (1979) que puso de manifiesto que las empresas con menos de 20 trabajadores en EE.UU entre 1969 y 1976 eran las responsables del 66% del incremento total de empleo. Sin embargo, se concluía que su importancia había estado disminuyendo desde varias décadas atrás y que su papel era poco más que residual o, a lo sumo, de complemento de las grandes empresas.

45 En este sentido, las cuestiones relacionadas con la innovación ha sido uno de los temas más discutidos en ese debate PYME versus gran empresa. Después de multitud de investigaciones, los resultados obtenidos no parecen ser concluyentes. La literatura académica que analiza la relación ente tamaño empresarial e innovación arroja resultados contradictorios acerca de si dicha relación tiene una fuerte correlación y si ésta tiene signo positivo o negativo. Existen estudios que indican la existencia de una relación positiva, donde el tamaño se erige como el mejor indicador de la actividad e intensidad innovadora de la empresa. A este respecto pueden consultarse Acs y Audretsch (1987) y (1991), Patel y Pavitt (1992), Metcalfe, (1995), Aragón-Correa y Cerdón-Pozo (2000). En cambio, otros autores señalan la existencia de una relación negativa que parecen indicar que las pequeñas empresas no se encuentran en situación de desventaja respecto a las grandes en relación a la innovación. Es más, hay estudios que muestran que el número de patentes e innovaciones (por unidad monetaria invertida, por empleado, etc.) descende con el tamaño de la empresa lo que pone de manifiesto que las PYMEs tienen de hecho una ventaja en la innovación (Hage, 1980; Bound et al.,1984; Aldrich y Auster, 1986; Pavitt et al. 1987; Cohen y Klepper, 1992 y 1996; Wade, 1996).

Más allá del debate entre las ventajas y desventajas entre PYMEs y gran empresa, se debe tener en cuenta dos aspectos importantes para la calidad del sistema empresarial:

a) En primer lugar, aunque las PYMEs tengan un protagonismo creciente en el proceso de crecimiento económico y generación de empleo, las grandes empresas siguen ocupando una posición dominante en el comercio internacional. Asimismo, en un contexto nacional, la gran empresa tiene un papel de liderazgo en términos de volumen de producción y actividades de I+D+I. No es de extrañar que la mayoría de las grandes empresas multinacionales que dominan la economía mundial pertenezcan a las economías más avanzadas como las de los EE.UU., Japón y las principales potencias de la Unión Europea (Guzmán, 2006; Guzmán et al., 2010). Además, su papel en el desarrollo local ha sido replanteado a partir de los años ochenta. Desde entonces, las grandes empresas han ido adoptando modelos de organización más flexibles y han ido utilizando estrategias que les permiten establecer relaciones más eficientes entre las diferentes unidades que componen la empresa y entre sus proveedores y clientes, estrechando los vínculos con las empresas e instituciones locales de los espacios donde se localizan (Veltz, 1993; Vázquez, 1999).

b) En segundo lugar, hay que distinguir en ese ámbito dimensional las auténticas PYMEs de las microempresas y trabajadores autóempleados. Como se ha comentado anteriormente, en la mayoría de los casos, la generación de este último tipo de empresa, siguiendo la terminología del *Global Entrepreneurship Monitor*, está muy motivada por la “necesidad”. Es decir, se trata de una iniciativa empresarial surgida como un medio de supervivencia para el empresario; una forma de ganarse la vida y escapar del desempleo pero sin aspiraciones reales de crecimiento como organización en términos de creación de empleo asalariado, inversión, internacionalización o innovación (Guzmán y Cáceres, 2009; Verheul et al., 2006). Siguiendo con este último razonamiento, una escasa dimensión de las empresas, más cercana a la microempresa que a la PYME, puede acarrear una serie de problemas que diversos estudios empíricos han puesto de manifiesto. En Cáceres y Romero (2008) se aborda esta problemática mediante la distinción de los propietarios de pequeños negocios de los “verdaderos” empresarios según sus comportamientos dinamizadores

(planificación, innovación, exportación y cooperación). Con una amplia muestra de casi 400 casos, se pone de manifiesto que los propietarios de pequeños negocios se vienen a identificar con el ámbito de las denominadas microempresas, mientras que los auténticos empresarios se proyectan sobre el estadio de mayor dimensión: las PYMEs. Asimismo, Wagner (1994) y Audretsch y Talat-Mahmood (1995) han documentado que la probabilidad de cierre de una empresa disminuye al aumentar el tamaño inicial de la misma. Este hecho guarda relación con la dificultad de acceso a la financiación, especialmente externa y a largo plazo, para las empresas de menores dimensiones o el difícil acceso a los avances tecnológicos (Stiglitz y Weiss, 1981; Hellman y Stiglitz, 2000; Salas, 2001; Martín y Sáez, 2001).

Aunque todavía no se dispone de datos estadísticos suficientemente representativos a nivel internacional, todo apunta a señalar que los países más desarrollados se caracterizan por un conjunto empresarial, no solamente con una proporción importante de grandes empresas propias, sino también con una densa presencia de verdaderas PYMEs con capacidad emprendedora (Ayyagari et al., 2003; Comisión Europea, 2003; Romero y Fernández, 2007). Por el contrario, las economías relativamente más atrasadas⁴⁶ suelen presentar un mayor grado de atomización empresarial que se refleja en el gran número de microempresas con dificultades estructurares y elevada mortandad (Rodinelli y Kasardea, 1992; Verheul et al., 2006 Romero y Cáceres, 2008; Guzmán et al., 2010).

46 Precisamente, en este sentido, la distribución de las empresas por tramos de tamaño indica que la característica diferencial del sistema empresarial español, en relación con el europeo, es la alta presencia de microempresas unido la reducida presencia de la gran empresa. Mientras que los resultados del Observatorio Europeo de la PYME (2004) indican que el tamaño medio empresarial español es uno de los menores de Europa. A nivel nacional, los estudios empíricos realizados con datos del DIRCE reflejan, en general, una relación negativa entre el peso de las microempresas y el de las grandes empresas en las economías regionales. Las Comunidades que presentan los mayores porcentajes de microempresas tienen también los menores ratios de grandes empresas (Martínez, 1998; Correa et al., 1998, Consejo Superior de Cámaras de Comercio, 2004).

IV.2.1.c. La especialización productiva.

Uno de los temas principales en la Ciencia Económica ha girado en torno a la influencia de la especialización productiva en los procesos de desarrollo económico. De esta manera, se ha producido un interesante debate sobre si la especialización en determinadas industrias -economías de localización- o la diversificación industrial -economías de urbanización- contribuyen a un mayor crecimiento económico (Landesmann, 1997). Los estudios empíricos disponibles son a menudo contradictorios, dependiendo en buena medida del nivel de desglose sectorial -agregado, grandes sectores, ramas industriales y/o de servicios- o territorial -estatal, regional o local- (Henderson, 2003; Viladecans, 2003; Midelfart et al., 2000).

Al margen de esta discusión, desde los primeros trabajos sobre desarrollo económico se ha prestado una gran atención al papel que la especialización productiva juega en el comercio y en el crecimiento económico. Autores como Prebisch (1950) y Singer (1950) ya afirmaban que existía un deterioro en los términos de intercambio entre los productos primarios y los productos manufacturados. Debido a este deterioro, los países especializados en productos primarios tendrían cada vez más dificultades para adquirir bienes de equipo lo cual ralentizaría su ritmo de crecimiento. Estudios más recientes aportan nuevos argumentos que ligan la especialización productiva con las posibilidades de crecimiento. Así por ejemplo, Young (1991) y Matsuyama (1992) consideran que algunos sectores se caracterizan por su capacidad de crecimiento en tanto proporcionan más posibilidades de aprender (*learning by doing*) que otros. Por tanto, los países que se especialicen en estos sectores con posibilidades de aprendizaje lograrán aumentar la productividad y acelerarán su crecimiento económico. Un argumento teórico similar es ofrecido por Hwang (2006) cuando analiza la relación entre el crecimiento económico y la calidad de los productos que exporta un país. Este autor muestra que los países que se especializan en productos que ofrecen grandes posibilidades de mejora en la calidad crecen más rápido. Este resultado puede ser complementado con los de Schott (2004) y Hausmann et al. (2007) donde se analizan cómo los países de renta baja están especializados en productos de baja calidad mientras que los países de renta alta predomina la fabricación de bienes de alta calidad y mayor

nivel de sofisticación. Esta circunstancia explicaría precisamente sus distintos niveles de desarrollo económico.

También han sido numerosos los trabajos empíricos que analizan la especialización productiva y la convergencia a nivel regional. Análisis empíricos con datos desagregados sectorialmente han documentado la existencia de importantes diferencias intersectoriales en los patrones de crecimiento, así como el destacado papel del cambio estructural como mecanismo generador de convergencia a nivel agregado. El tipo de especialización productiva del sistema empresarial y su dinámica a largo plazo tienen influencia en el crecimiento de la productividad y, por tanto, en la evolución de la renta y empleo del territorio al que pertenecen. En otras palabras, el tipo de estructura productiva influye en la capacidad de crecimiento regional y, sobre todo, en el grado de inestabilidad potencial de la tasa de crecimiento, es decir, en el comportamiento cíclico de los territorios (Garrido, 2002). Este hecho también ha sido constatado mediante la utilización de técnicas *shift-share* que muestran que el efecto de cada uno de los sectores o bien su distinta localización influyen estadísticamente sobre la evolución del crecimiento del territorio objeto de estudio (Trívez, 1992; Cuadrado et al., 1998; Esteban, 2000; De la Fuente, 2000; López y Delgado, 2001; Serrano, 2001; Garrido, 2002; Mayor y López, 2002).

Bajo estos planteamientos, se pueden destacar dos aspectos sobre la importancia de determinadas actividades en el sistema empresarial:

- a) En primer lugar, se observa un mayor peso de las actividades de demanda y contenido tecnológico bajo y medio en la estructura productiva de los territorios menos avanzados. Este tipo de actividades soportan un menor riesgo financiero en tanto que, generalmente, requieren una menor participación de bienes de capital, están menos orientadas hacia la competencia en el exterior y realizan un esfuerzo tecnológico inferior. En definitiva, se trata de actividades que generan un impacto menor en los niveles de desarrollo que en otras zonas más avanzadas (Cáceres y Guzmán, 2009). Por el contrario, los territorios económicamente más desarrollados se caracterizan, entre otras cosas, por poseer un fuerte tejido industrial con una elevada importancia de los subsectores de mayor nivel tecnológico como la industria

aeroespacial, semiconductores, equipos de comunicación, productos electrónicos, farmacéuticos, etc.

b) En segundo lugar, con la emergencia de la moderna “economía del conocimiento” ha ganado peso el sector servicios por lo que se vuelven claves ciertas actividades terciarias como motores del crecimiento económico (Drucker, 1969, Heng et al., 2002, David y Foray, 2002). En este contexto, es fundamental la aparición de los sectores intensivos en conocimiento de alta tecnología como, por ejemplo, las comunicaciones, el software, el diseño, el asesoramiento tecnológico especializado, etc. Estos sectores tienen un alto valor en la economía del conocimiento y se suelen proyectar en la elaboración de productos tangibles, altamente sofisticados y/o de innovadora presencia en los mercados. De esta manera, resulta evidente su vinculación con los sectores industriales avanzados y su indudable relevancia para los territorios: generan empleo de alto valor añadido, su gasto en I+D es proporcionalmente mayor que el peso que tienen en la economía y suponen un detonante para la mejora de la productividad puesto que inducen procesos de innovación en sus clientes a través de la realización de trabajos y proyectos a medida en sus organizaciones (Abramovitz y David, 1996; Muller y Zenker, 2001; Strambach, 2001; García, 2008). Según autores como Vence y Rodil (2003), Mas (1992), Martinelli, (2002) o Rubalcaba (1998), estos sectores se encuentran distribuidos de manera no homogénea y asimétrica en el espacio, concentrados en zonas con gran peso industrial y, en muchos casos, ligados a las grandes capitales. Esto permite observar una correlación positiva entre el nivel de desarrollo de las regiones y la especialización en servicios intensivos en conocimiento (Vence y González, 2005). En este sentido, Martinelli (2002) apunta que en las regiones periféricas o menos desarrolladas, el impulso de los servicios intensivos en conocimiento encuentra obstáculos para su desarrollo –relacionados con su lejanía física respecto a los grandes centros de demanda de estos servicios- lo que lleva a la concentración de este tipo de servicios en las zonas más avanzadas.

IV.2.2. Dependencia o autonomía del sistema empresarial.

El grado de dependencia o autonomía de un sistema empresarial es el segundo de los vectores que vamos a tener en cuenta a la hora de analizar la calidad

mesoeconómica de la empresarialidad de un territorio. Este vector analiza la posición de liderazgo o subordinación del sistema empresarial a través de tres variables: el nivel de dependencia o autonomía patrimonial, funcional y productiva. En este sentido, si el sistema empresarial de un territorio se caracteriza por una elevada dependencia en estos factores, presentaría unos niveles bajos de calidad lo que tendría consecuencias negativas en términos de generación de valor añadido y empleo. Por el contrario, un elevado nivel de autonomía indicaría un sistema empresarial de calidad que mantiene una posición de liderazgo en el contexto analizado, generando riqueza y empleo en la región.

IV.2.2.a. Dependencia o autonomía patrimonial.

Este concepto se refiere a la localización principal de la propiedad de la empresa y pretende reflejar la existencia de un aparato productivo propio y autóctono que no dependa de centros de decisión externos a sus límites territoriales (Guzmán, 2006; Guzmán et al, 2010).

De manera más concreta, se define por dependencia o autonomía patrimonial las siguientes situaciones:

- La dependencia patrimonial supone que la mayor parte de las empresas de un territorio o la mayoría de su capital es propiedad de personas, ya sean físicas o jurídicas, externas al mismo, generándose dependencia en cuanto las decisiones empresariales de esos agentes económicos externos.
- La autonomía patrimonial implica que la mayoría del capital social de las empresas radica en el mismo territorio en el que se ubican y, por tanto, mantienen un importante control local en la toma de decisiones estratégicas para la empresa.

Lógicamente, independientemente del nivel de renta de la región objeto de estudio, una gran parte de las empresas del territorio son propiedad mayoritaria de los residentes en ese mismo ámbito territorial, ya que es esa población la que realmente conoce el mercado local, la dotación de factores locales, etc. Es decir, cuando se considera en cualquier análisis la totalidad de las empresas de los diferentes sectores y tamaños empresariales, siempre se estará más cerca de una posición de autonomía patrimonial que de dependencia, siendo más acentuada cuanto menor sea el grado de apertura

externa del territorio. Por tanto, esta variable gana en importancia y poder explicativo cuando se sesga su análisis hacia determinados segmentos de tamaño empresarial o sectores de actividad concretos. Así por ejemplo, en función de la procedencia del capital, las localidades más vulnerables son aquellas en donde el capital local pierde importancia frente al foráneo en las medianas y grandes empresas o en sectores intensivos en conocimiento con mayor impacto en el crecimiento económico (Guzmán et al., 2006).

En un contexto marcado por la globalización y liberalización económica, la inversión foránea es positiva para el crecimiento económico, más aún en aquellas zonas donde el ahorro interno se muestra insuficiente para impulsar el crecimiento económico. Junto a la creación de empleo procedente de la creación de nuevas plantas, la teoría del crecimiento endógeno considera que las inversiones directas exteriores pueden promover el crecimiento económico a través de las transferencias de recursos financieros, capital fijo y nuevos conocimientos que se añaden al acervo tecnológico local (Rodríguez, 2003). A nivel teórico, dentro de las teorías de la localización de la inversión extranjera directa, Dunning (1977, 1988 y 1992) ha planteado un modelo analítico (paradigma OLI⁴⁷) que explica por qué las empresas multinacionales poseen una tecnología superior a las empresas locales. Dunning considera que es precisamente la inversión directa extranjera la vía escogida para transferir esa tecnología y explotarla en otro país. La inversión directa extranjera comporta transferencia interna -de la matriz a la filial- de ventajas tecnológicas en sentido amplio (innovaciones organizativas y de gestión, métodos de producción, etc.). En base a estos razonamientos es posible extraer una conexión indirecta entre inversión directa y crecimiento económico ya sea por efectos externos de derrame tecnológico (Wabng y Blomstrom, 1992; Blomstrom y Kokko, 1996) por movilidad de la mano de obra contratada por las empresas extranjeras (Fosfuri et al., 1998), por acceso a mercados exteriores de las empresas locales (Atiken et al., 1997) o por el impulso de la competencia (Wang y Blomstrom, 1992).

Sin embargo, las inversiones exteriores pueden estar sujetas a la inestabilidad de la coyuntura internacional, a los intereses particulares de grandes grupos empresariales, a

47 Dunning (1977) formula y desarrolla el denominado enfoque ecléctico o “paradigma OLI” recogiendo todos aquellos factores y condicionantes que estarían determinando la localización de actividades productivas de carácter internacional. Las siglas OLI hacen referencia a las ventajas específicas en propiedad de la empresa (*ownership specific advantages*), de internalización del proceso productivo llevado a cabo por la empresa (*internalization advantages*) y de localización de los países destino de la inversión directa (*location specific endowments*).

la evolución de los costes laborales, a la apertura de nuevos mercados o simplemente a políticas económicas restrictivas ante coyunturas económicas adversas (Guzmán et al., 2003). De esta manera, no existe una base teórica y empírica lo suficientemente fuerte como para asegurar que se vayan a producir necesariamente los anteriores efectos externos positivos (Rodríguez, 2003; Ewe-Ghee, 2001; Gorg y Greenaway, 2001). Así, Dunnig (1999) cuestiona la propia transferencia de nueva tecnología a las filiales por parte de las empresas multinacionales cuando expone que éstas pueden limitar el acceso de sus filiales a ciertos mercados, a la gama de productos fabricados, al tipo de tecnología que adoptan o al tipo de actividades de investigación que llevan a cabo. Asimismo, respecto a la movilidad de la mano de obra local hacia esas empresas, es lógico que la empresa exterior trate de ocupar los puestos más importantes con personal expatriado para evitar fugas de capital humano y pérdida de ventajas competitivas (Graham, 2000). Por lo que respecta al efecto competitivo, puede suceder que una competencia muy desigual conduzca al cierre de las empresas locales y no precisamente a una mejora de productividad o de eficiencia. Además la disposición de las grandes empresas extranjeras a establecer vínculos con la economía local puede verse influida negativamente por políticas proteccionistas de los gobiernos -que al reducir la presión de la competencia internacional, desincentivan a las empresas multinacionales a generar vínculos de alta calidad- o por la falta de proveedores locales eficientes y con suficiente capacidad tecnológica (Rodríguez, 2003; Romero, 2003).

Por tanto, el concepto de dependencia o autonomía patrimonial plantea una de las claves que caracterizan a las economías desarrolladas, como es la de poseer un aparato productivo que no depende de centros de decisión externos. Efectivamente, economías fuertes como la de EE.UU., Alemania, Francia o Reino Unido, incluso a otro nivel, la de regiones avanzadas como la catalana, la vasca o la valenciana, poseen un tejido empresarial autóctono muy sólido, cuyos centros de alta decisión radican dentro de sus territorios (Guzmán et al., 2003). Así, en sentido contrario, un caso concreto que ha sido utilizado para promover las virtudes de la inversión externa ha sido el caso de Irlanda. Si bien la inversión foránea ha traído beneficios importantes a la economía de Irlanda, también se han identificado varios problemas asociados a la política de atracción de la inversión directa externa. Entre otros factores, se han mencionado los siguientes: costos de atracción muy elevados, distorsiones importantes que perjudican a la inversión doméstica, falta de integración con la economía interna, dependencia excesiva de los

productos de las empresas extranjeras, etc. (OCDE, 1994). Esta situación ha llevado a un replanteamiento de la política de atracción de inversiones en Irlanda, en donde se han iniciado nuevos programas orientados a fortalecer la infraestructura de capital físico y humano, así como a promover una mayor integración entre las empresas extranjeras y la industria doméstica⁴⁸.

IV.2.2.b. Dependencia o autonomía funcional.

Otra característica del sistema empresarial que es interesante desde el punto de vista del crecimiento y el desarrollo económico es el grado de dependencia o autonomía funcional de sus empresas. Se trata de un concepto desarrollado por primera vez en Guzmán et al. (2006) que se nutre de diversas fuentes teóricas entre las que destaca el análisis de los encadenamientos hacia atrás y hacia adelante de Hirschman (1957) o las cadenas de valor de Porter (1990) y Gereffi (1994).

La dependencia/autonomía funcional analiza la procedencia y destino de los inputs y outputs de las empresas de un territorio, diferenciando varios tipos de mercados -por ejemplo, local, regional, nacional y exterior- como un indicador de la calidad del sistema empresarial local. De esta manera, se hablaría de una dependencia funcional extrema para una determinada empresa cuando la totalidad de sus compras las realiza en el mercado exterior y el total de sus ventas las destina al mercado local. Por el contrario, un nivel máximo de autonomía funcional se alcanzaría cuando la empresa utiliza inputs locales en el desarrollo de sus productos que comercializa íntegramente en el mercado exterior (Guzmán et al., 2006; Guzmán et al., 2010).

Se puede afirmar, por tanto, que el concepto de dependencia/autonomía funcional se inscribe en el marco del análisis territorial y, en particular, del desarrollo local o desde abajo puesto que se centra en el papel que las empresas localizadas en el territorio pueden jugar en el crecimiento y desarrollo del mismo. En este sentido, el estudio de los encadenamientos intersectoriales en el espacio se asocia habitualmente al análisis de los

48 En este sentido, puede consultarse el capítulo 6 de O'Hearn (2001): *The Atlantic economy. Britain, the US and Ireland*. Manchester University Press.

efectos de arrastre o de empuje de unas ramas productivas respecto a otras (Florio, 1996; Guzmán y Cáceres, 2008). En presencia de un encadenamiento productivo hacia atrás, el crecimiento de la producción de una industria estimula la actividad de aquellas otras que le proporcionan inputs intermedios. En el caso de un encadenamiento hacia adelante, el crecimiento de la producción de una industria proveedora de un bien intermedio puede impulsar la actividad en aquellas otras que lo utilizan en sus procesos de transformación, al beneficiarse de un mejor aprovisionamiento e incluso de precios menores. De esta manera, los encadenamientos de compra y venta multiplican los efectos inducidos por la actividad económica de una empresa o sector determinado, impulsando el crecimiento económico del territorio (Hirschman, 1958; Krugman, 1991; Romero, 2006; Romero y Santos, 2007).

Asimismo, aunque se puede producir en cualquier sector de actividad, la dependencia funcional suele originarse cuando una empresa se especializa en funciones de escaso valor añadido para la introducción en el mercado local de productos elaborados por un grupo o empresa industrial externa al territorio (Cáceres y Guzmán, 2008). Los ejemplos más ilustrativos de este tipo de empresas se dan en algunas actividades de servicios específicos como concesionarios de vehículos, distribuidores de bebidas, de material de oficina o de productos farmacéuticos, suministro de máquinas y herramientas, franquicias de ropas y alimentación, etc. Desde esta óptica, Guzmán y Santos (2006) y Cáceres y Guzmán (2008) realizan una interesante distinción entre dos tipos de empresas: las empresas *market-maker*, localizadas predominantemente en las regiones más atrasadas y especializadas en funciones de ampliación de mercados para la colocación de productos elaborados por empresas situadas en las regiones económicamente más avanzadas, denominadas empresas *product-maker*.

Con un planteamiento similar, Romero (2003) y Romero y Santos (2006) configuran una tipología empresarial que enlaza con la definición propuesta de empresas funcionalmente dependientes y autónomas. En primer lugar, aparecen las *grandes empresas orientadas al mercado interno* cuyo objetivo es la explotación del mercado local. Este tipo de gran empresa no genera efectos de arrastre con el empresariado local al mantener sus principales proveedores en el exterior. Por otro lado, aparecen las *PYMEs dependientes* que se caracterizan por su comportamiento importador y su falta de articulación hacia atrás, aumentando la dependencia externa del territorio. Por el

contrario, ejemplos de empresas con una gran autonomía funcional son las *PYMEs exportadoras* y la *gran empresa motriz*. En ambos casos, se tratan de empresas que están integradas hacia atrás con el sistema productivo local -generando efectos de arrastre- y con una intensa capacidad exportadora.

Teniendo presente estas ideas, desde un punto de vista agregado, un elevado grado de dependencia funcional puede representar una debilidad para el sistema empresarial de cualquier territorio al restarle dinamismo y aumentar su dependencia del exterior. Sus efectos negativos repercuten en la generación de valor añadido, empleo, articulación productiva interna y saldo comercial del territorio. Efectivamente, un sistema empresarial funcionalmente dependiente genera una situación de subordinación productiva respecto a otros sistemas externos como consecuencia tanto de una deficiente especialización, como de un posicionamiento desfavorable en las cadenas de producción. De esta manera, el territorio se caracteriza por empresas especializadas en funciones de escaso valor añadido, normalmente situadas al final de las cadenas de producción, que ayudan a introducir un determinado producto externo en el mercado interno.

Asimismo, un sistema funcionalmente dependiente se caracteriza por una menor generación de externalidades positivas y una falta de articulación productiva interna que se hace especialmente evidente cuando predominan empresas cuyo output está destinado a la demanda final. Como se ha comentado anteriormente, este tipo de empresas no generan externalidades importantes en términos de arrastre sobre otras empresas locales puesto que sus encadenamientos hacia atrás se realizan con empresas localizadas fuera del territorio. De esta manera, una elevada dependencia funcional en un sistema empresarial donde predominan empresas situadas al final de la cadena de valor indicaría un sistema que necesita obtener del exterior sus inputs básicos ante la falta de proveedores autóctonos que los generen, lo cual revela el insuficiente desarrollo (o ausencia) de determinados eslabones en la cadena de producción que se traduciría, entre otras cosas, en un mayor peso de las importaciones intermedias y, por tanto, una menor generación de valor añadido y empleo que “escapa” hacia otros territorios.

Por el contrario, un sistema empresarial caracterizado por niveles elevados de autonomía funcional manifestaría, entre otros aspectos, una mayor articulación interna

de las empresas dedicadas a bienes finales en el sistema y una fortaleza competitiva respecto al exterior materializada en unos superiores índices de exportaciones. Se trataría de un sistema que abastece a otros mercados externos de productos de fabricación local, generando riqueza y empleo en el propio territorio. Asimismo, la existencia de mayores encadenamientos hacia atrás generados por este tipo de empresas implica mayores efectos de arrastre y externalidades procedentes de los intensos flujos reales de bienes y servicios intermedios entre las unidades productivas, así como de los flujos inmateriales de tecnología y conocimiento derivados de los mismos, especialmente cuando se trata de sectores alto contenido tecnológico. La explotación de externalidades que se derivan de estos encadenamientos locales permiten impulsar de manera endógena el crecimiento y el desarrollo en el territorio.

IV.2.2.c. Dependencia o autonomía productiva.

Ésta es otra característica de las empresas que por lo general ha recibido escasa atención por parte de los investigadores dedicados al *entrepreneurship*, situándose dentro de los estudios de la planificación estratégica de las empresas. Desde nuestro punto de vista, el nivel de dependencia productiva constituye un elemento clave para el conocimiento del perfil cualitativo del sistema empresarial. El análisis de la dependencia/autonomía productiva pone énfasis en las relaciones inter-empresas como factores de desarrollo endógeno (Guzmán et al., 2010).

Bajo estas premisas, se define la dependencia productiva como el grado en que los inputs u outputs de una empresa se encuentran concentrados en un número reducido de sus proveedores o clientes. Por el contrario, hablaremos de autonomía productiva cuando los inputs u outputs se distribuyen entre un gran número de los mismos (Guzmán et al. 2006). De esta manera, una dependencia absoluta respecto a los proveedores, o *hacia atrás*, significaría que todos los inputs empleados por la empresa se concentran en un único proveedor. Por el contrario, un valor máximo de la dependencia productiva con respecto a los clientes, o *hacia adelante*, indicaría que todos sus outputs se destinan a un solo cliente. Así por ejemplo, una empresa que trabaja en exclusiva para otra bajo un acuerdo de subcontratación se caracterizaría por una dependencia productiva extrema hacia adelante.

En este sentido, una excesiva dependencia productiva respecto a los clientes y/o respecto a los proveedores, puede representar una situación de alto riesgo y vulnerabilidad para la empresa, en particular para las PYMEs, al menos por tres razones:

- Su actividad puede verse condicionada o subordinada a decisiones externas de otras empresas líderes que adopten comportamientos oportunistas ante posibles decisiones de cambio de proveedores o clientes, que en casos extremos, pueden poner en peligro la propia supervivencia de la unidad productiva (Gereffi, 2004; Kaplinsky y Readman, 2001; Humphrey y Schimitz, 2002).
- Limitan el poder de negociación, especialmente de las empresas de tamaño más reducido, en la fijación de los precios de los bienes o servicios comprados y/o vendidos así como en la determinación del resto de condiciones de contratación, lo que afectaría directamente a los resultados de su actividad (Cool y Henderson, 1998; Mathewson y Winter, 1984, 1986).
- La concentración de las compras y ventas de una empresa puede implicar la existencia de un recurso o producto esencial para la misma. El hecho de precisar de un recurso que es muy necesario o específico para la empresa o la imposibilidad de encontrar fuentes de provisión alternativas son circunstancias que impiden reemplazar a la otra parte de la relación contractual y así evitar su posible comportamiento oportunista o arbitrario (Cool y Henderson, 1998; Mathewson y Winter, 1984, 1986).

Las situaciones aquí planteadas pueden manifestarse en cláusulas contractuales impuestas por las empresas con poder que actúan como restricciones verticales en las relaciones inter-empresas. Ejemplos de estas cláusulas restrictivas serían, por ejemplo, los contratos de exclusividad⁴⁹, la fijación de precios, el establecimiento de niveles mínimos de compra, etc. (Mathewson y Winter, 1984, 1986; Waterson, 1988). Estas restricciones pueden actuar tanto para los proveedores como para los clientes. Como expone Ordóñez de Haro (2009) existen industrias donde los grandes clientes son los

49 En este contexto, Simpson y Wickelgren (2007) demuestran que los contratos de exclusividad facultarían a una empresa establecida para monopolizar el mercado de manera rentable, incluso en ausencia de economías de escala y admitiendo la posibilidad de que los compradores puedan romper sus contratos pagando la correspondiente indemnización.

encargados de incluir en sus contratos cláusulas de trato exclusivo para sus proveedores, exigiéndoles que no vendan sus productos a otros distribuidores. En otros casos, el fabricante puede fijar el volumen del bien intermedio que deben comprar sus clientes o permite a cierto tipo de detallistas que distribuyan su marca, garantizándoles así el monopolio de un mercado geográfico o territorio concreto.

Por el contrario, tales comportamientos oportunistas o abusivos son menos probables y generan menos inconvenientes para el desarrollo de la actividad empresarial cuando las ventas y compras se diluyen entre un gran número de clientes y proveedores. En estas situaciones, la existencia de un mayor número de agentes que intervienen en las transacciones productivas con la empresa implica una disminución de la capacidad de influencia de los mismos, dotando a la empresa, en definitiva, de una mayor autonomía productiva.

De nuevo, desde un enfoque “meso”, una excesiva y generalizada dependencia productiva en la empresas de un mismo territorio representa un nuevo punto débil para el sistema empresarial objeto de estudio. Esa debilidad se manifiesta en un intercambio desigual en las transacciones de compra/venta de inputs/outputs con proveedores y clientes producido por el control ejercido por determinadas empresas que imponen sus propias condiciones y estrategias al sistema empresarial local.

Se trata por tanto, de una situación de pérdida de autonomía y liderazgo frente a terceras empresas que se hace tanto más grave cuando viene acompañada de situaciones de dependencia funcional y patrimonial. Efectivamente, en economías con un sistema empresarial productivamente dependiente, las posibilidades de elección, tanto de clientes como de proveedores, quedan limitadas, lo cual comporta una desventaja frente a grupos empresariales globales interesados en la explotación de nuevos mercados o en la utilización de una mano de obra más barata para recortar sus costes de producción. De esta manera, la dependencia productiva puede implicar la existencia de un número excesivo de empresas -frecuentemente de muy pequeña dimensión y con escaso poder de negociación- que, o bien en régimen de subcontratación, o bien utilizadas como distribuidores oficiales, franquicias, concesionarias, etc., subordinan su crecimiento e incluso su supervivencia a las circunstancias específicas y a la políticas y exigencias adoptadas por empresas externas líderes (Fernández et al., 2009).

A este respecto resulta muy útil complementar la definición ya comentada de empresa “*maker-market*” (Guzmán y Cáceres, 2008) como un caso de empresas en las que se conjugan altos niveles de dependencia productiva y funcional. En concreto, se puede definir a *las empresas creadoras de mercado* como aquéllas que muestran una elevada dependencia productiva respecto a sus proveedores junto a una elevada dependencia funcional. De esta manera, una alta presencia de estas PYMEs creadoras de mercado denotaría una baja calidad del sistema empresarial de un territorio en tanto actúan como un instrumento de las grandes empresas con para penetrar en mercados externos supeditadas a sus exigencias (Fernández et al., 2009).

Por el contrario, situaciones de autonomía productiva implican independencia para las empresas y para el conjunto del sistema empresarial que puede elegir entre un gran número de fuentes de aprovisionamiento alternativas o de clientes a los que vender su producción, sin que la pérdida de alguno de ellos les afecte de manera fundamental para el desarrollo de su actividad. Asimismo, sería viable el establecimiento de negociaciones más equitativas a nivel inter-empresas. Esta mayor libertad de actuación y elección, permite obtener, especialmente a las PYMEs, mayores márgenes empresariales y así generar mayor valor añadido y empleo en el territorio. Como se expone en Guzmán et al. (2010) aunque en las economías desarrolladas el número de subcontratas, distribuidores, franquicias, concesionarios y/o pequeñas empresas productivamente dependientes también es considerable, junto a ellas aparecen una población empresarial, especialmente en el sector secundario, con un elevado índice de diversificación tanto en la vertiente de los inputs como de los outputs y una fuerte capacidad de negociación frente a sus clientes y proveedores. Ambas circunstancias otorgan al conjunto del sistema empresarial un mayor grado de autonomía productiva.

* * * *

Una vez expuestos los vectores mesoeconómicos de la empresarialidad y sin quitar importancia al resto de variables consideradas, el resto del capítulo se centrará en analizar las variables que configuran el nivel de dependencia o autonomía empresarial desde un punto de vista funcional y productivo. Esta decisión se ha debido a tres razones.

- a) En primer lugar, por su necesario respaldo teórico. Como se ha comentado, estos conceptos de dependencia/autonomía funcional y productiva surgieron por primera vez en Guzmán et al.(2006). Desde entonces, se han ido desarrollando en diversos análisis tanto teóricos como empíricos. Sin embargo, la novedad en sus planteamientos y sus repercusiones mesoeconómicas que vinculan la empresarialidad con el desarrollo y el crecimiento local, implican la necesidad de plantear, de la manera más detallada posible, los antecedentes y bases teóricas de estos conceptos que permitan reforzar las afirmaciones realizadas a partir de la literatura económica existente. El resto de variables, tanto del vector estructural básico (densidad, especialización y tamaño empresarial) así como el papel de la inversión foránea en un territorio, han sido más ampliamente tratados en la literatura especializada y sus vinculaciones con el crecimiento y desarrollo económico analizadas desde distintos enfoques.
- b) En segundo lugar, porque consideramos que son las variables claves que refuerzan la visión mesoeconómica de la empresarialidad desde un punto de vista cualitativo. El vector básico y la vulnerabilidad patrimonial permiten una primera aproximación parcial al sistema empresarial de un territorio. Desde nuestro punto de vista, dejan fuera aspectos fundamentales como el tipo de relaciones inter-empresas que se establecen en su interior y que son causantes de la existencia de externalidades que refuerzan la capacidad competitiva del mismo y las relaciones de liderazgo o subordinación frente al exterior. La fortaleza de un sistema empresarial en un territorio reflejaría la existencia de encadenamientos entre empresas con poder de negociación situadas en las mejores posiciones de generación de valor en las cadenas de producción, ya sea a nivel nacional o internacional. Una elevada autonomía empresarial permite la generación de un pleno proceso de desarrollo económico de carácter local. En otras palabras, crecimiento empresarial reforzado por unos fuertes encadenamientos productivos y poder de negociación se configuran como los factores claves que permiten pasar de una visión microeconómica de la empresarialidad, a una meso donde la calidad del tejido empresarial se entiende como la capacidad de las empresas de un territorio para promover el desarrollo económico del área donde se asientan.

c) En tercer lugar, permiten valorar los efectos de la vulnerabilidad o autonomía patrimonial de manera más precisa. Como anteriormente se ha analizado, la literatura especializada sugiere que la inversión foránea puede afectar de manera positiva al crecimiento económico. Se trata de una fuente relativamente estable de financiación externa que puede arrastrar consigo nuevas capacidades gerenciales y canales de acceso a mercados externos, creación de empleo y rentas adicionales en la economías receptoras (Mencinger, 2003; Ruesga y Silva, 2009). Sin embargo, hemos visto cómo para que estos efectos positivos se den se necesita una serie de condicionantes. Diversos estudios muestran que mientras más integradas están las unidades de las empresas externas con respecto al tejido productivo previamente existente en los países receptores, mayores serán los efectos de derrame tecnológico (Aitken y Harrinson, 1999). Así la formación de *clusters* de empresas transnacionales en sectores que establecen pocos encadenamientos hacia atrás puede generar enclaves productivos con efectos netos negativos para el conjunto de la economía (Machinea y Vera, 2006). En este sentido, Romero y Santos, (2007) apuntan que la gran empresa enclave no se integra dentro del sistema productivo regional, lo que reduce su impacto indirecto en la economía regional y aumenta el riesgo de deslocalización industrial, sobre todo cuando el liderazgo y la gestión de estas empresas son externos a la región. Sólo una correcta articulación de los encadenamientos empresariales a nivel local permite que una elevación de los patrones de calidad en los productos y procesos introducidos por las transnacionales pueda estimular a las PYMEs locales y acelerar sus procesos de capacitación tecno-productiva (Blomstrom y Kokko, 2003). Por tanto, se puede concluir que algunos de los efectos negativos de la vulnerabilidad patrimonial se pueden ver reducidos en tanto sean posibles situaciones de autonomía funcional y productiva en el sistema empresarial.

Por tanto, el resto del capítulo se dedica a profundizar en ambas variables. En concreto, el epígrafe IV.3 está dedicado a la dependencia/autonomía funcional y el IV.4 a la dependencia/autonomía productiva. En ambos casos se pretende analizar las posibles relaciones que pueden establecerse entre ambas variables y el desarrollo territorial.

IV.3. LA DEPENDENCIA O AUTONOMÍA FUNCIONAL Y LA CALIDAD DEL SISTEMA EMPRESARIAL.

En el epígrafe anterior se ha presentado la dependencia o autonomía funcional como un componente cualitativo de la empresariedad a nivel mesoeconómico que expresa la debilidad o fortaleza de un sistema empresarial analizando la procedencia/destino de las compras/ventas del conjunto de empresas. En el presente epígrafe trataremos de responder por qué esta variable debe ser considerada como un factor explicativo de los niveles de crecimiento y desarrollo económicos de un territorio. Para ello, se van a plantear los antecedentes y bases teóricas en las que se apoya este concepto, prestando atención a las principales aportaciones que puedan relacionarse con los planteamientos aquí defendidos.

El análisis de los encadenamientos productivos y de las externalidades son las bases teóricas en las que se sustentaba este concepto. En este sentido, a lo largo de la Historia del Pensamiento Económico, muchos han sido las aportaciones que han expresado la importancia de los encadenamientos entre sectores y empresas como una fuente de externalidades que promueven el desarrollo de la economía en su conjunto. Aunque las diferencias entre ellas son más que evidentes, comparten un origen en común: la obra de Alfred Marshall “The principles of Economics” (1890). Posteriormente, la literatura económica ha ofrecido diversas interpretaciones y variantes de economías externas producidas por los encadenamientos y vinculaciones inter-empresariales.

Estas referencias se pueden encontrar tanto en la teoría del Crecimiento Económico como en la Teoría del Desarrollo. Sin embargo, las aportaciones realizadas en la Teoría del Desarrollo Económico han sido más claras y explícitas a la hora de valorar el impacto y el origen de este tipo de encadenamientos⁵⁰. Son los casos de las primeras

50 La Teoría del Crecimiento tradicional en base a sus limitaciones e hipótesis de rendimientos constantes, competencia perfecta y equilibrio general en sus modelos han dejado al margen las externalidades como factor de crecimiento. En la década de los ochenta del pasado siglo XX, los efectos externos recuperan su relevancia incluyéndose en los “modernos” modelos de crecimiento endógeno. Los modelos de crecimiento endógeno se basan en las externalidades y en otros mecanismos de competencia imperfecta generados en los procesos de la inversión y acumulación de capital de las empresas, especialmente en capital tecnológico y humano, procesos de I+D y externalidades de conocimiento

contribuciones a esta rama económica desarrolladas por Hirschman (1958) o Perroux (1955). Posteriormente, estas aproximaciones han sido retomadas por diversos planteamientos teóricos desarrollados desde los años ochenta del pasado siglo XX, lo que permite encontrar bases teóricas más actuales en el paradigma de Desarrollo Endógeno (con el papel otorgado a las relaciones empresariales en los sistemas locales de empresas) y en la Nueva Geografía Económica en relación con las economías de aglomeración (Krugman, 1991). Por otra parte, la globalización económica y la división internacional del trabajo conllevan la necesidad de plantear las vinculaciones en cadenas de producción mundiales que han sido desarrolladas por los diversos enfoques de las cadenas de valor (Porter, 1985; Gereffi 1999, Kamplisky, 2000).

En los siguientes subepígrafes se realizará una revisión sobre estos desarrollos teóricos que configuran las bases del concepto aquí presentado.

IV.3.1. Dependencia funcional y la teoría clásica del desarrollo.

Como pionero del análisis del crecimiento y desarrollo económico, Marshall (1890) realizó el primer análisis sistemático de las economías externas de localización por las que las empresas de un sector encuentran ventajas en aglomerarse espacialmente. Este autor incorpora el territorio al análisis industrial como un factor que tiene efectos, no sólo económicos, sino sociales y culturales (Marshall, 1890 y 1891). El análisis marshalliano de los distritos industriales señalaba una serie de factores generadores de externalidades que estimulan la concentración territorial de las empresas (Marshall, 1890; Sforzi e Lorenzini, 2002). Marshall plantea que la existencia de aglomeraciones de empresas de un sector favorece el establecimiento de otras actividades complementarias proveedoras de inputs y servicios de carácter especializado y de bienes de equipo específico para el mismo. Además, se producen los llamados efectos de derrame tecnológicos o *knowledge spillovers* de carácter intraindustrial y que hacen referencia a los flujos de información relacionados con las habilidades y conocimientos

(Romer, 1986 y 1990; Grossman y Helpman, 1991; Aghion y Hiowitz, 1992). En base a sus planteamientos, estos modelos conjugan la existencia de rendimientos marginales decrecientes a nivel de empresa con la aparición de rendimientos crecientes a nivel industrial o sectorial. De esta manera, permiten explicar las diferencias observadas en los niveles de producción existentes entre empresas, industrias o países. Sin embargo, estos modelos no profundizan en el alcance y naturaleza de los encadenamientos inter-empresas como mecanismos para la manifestación de los efectos de derrame tecnológico (Whenekers y Thurik, 1999; Romero, 2003).

específicos del sector que se difunden con facilidad entre empresas vecinas y dan lugar a un proceso acumulativo, en el tiempo y el espacio, de saber hacer o *know-how* propio del sector (Viladecams, 2003).

Las externalidades descritas por Marshall han constituido solamente el punto de partida de este tipo de análisis. Posteriormente, los diversos enfoques adoptados por la Economía del Desarrollo Económico después de la Segunda Guerra Mundial apoyan la consideración de la importancia de los encadenamientos inter-empresas defendida por el concepto de dependencia/autonomía funcional. En estas primeras aportaciones quedan reflejados los efectos de impulso y -en especial- de arrastre entre empresas a través de los cuales se propaga el crecimiento económico, como se refleja en los polos de crecimiento de Perroux (1955) o en la obra de Hirschman (1958) que plantea su teoría del desarrollo fundamentada en los encadenamientos hacia atrás y hacia delante de las empresas. Asimismo, se plantean ciertos elementos que ponen de manifiesto la importancia que los encadenamientos entre las PYMEs locales y las grandes empresas extranjeras tienen para evitar la pérdida de riqueza y la subordinación del territorio, como sugieren las teorías neomarxistas (Baran, 1957). No obstante, una importante diferencia de nuestro concepto con estas primeras aportaciones de la Economía del Desarrollo es que esta última partía de elementos exógenos o inducidos (desde arriba) para conseguir el crecimiento económico en las zonas deprimidas. Efectivamente, su hipótesis básica era que el desarrollo se genera por la demanda externa y los impulsos innovadores, y que a partir de unos pocos nodos sectoriales o geográficos el desarrollo, ya sea en forma espontánea o inducida, se ‘filtrará’ hacia el resto del sistema (Sthör y Taylor, 1981). Por su parte, la dependencia/autonomía funcional se plantea como una manera de analizar el esfuerzo local o endógeno del tejido empresarial del territorio como factor de desarrollo, especialmente, a través de los tipos de encadenamientos observados de las PYMEs locales.

En base a nuestros planteamientos, se podría afirmar que estos pioneros de la Economía del Desarrollo buscaban la creación de un sistema empresarial donde predominasen las empresas con efectos de arrastre sobre el resto del sistema, capaces de generar las economías externas necesarias para promover el desarrollo territorial, ya sea de manera global o a partir de un determinado foco. En este sentido, la existencia de PYMEs y grandes empresas funcionalmente autónomas permiten la articulación hacia

atrás con el resto del sistema, impulsando la capacidad de exportación, los efectos externos y, en definitiva, el crecimiento económico.

Por otro lado, las ideas de un crecimiento desequilibrado y la importancia de las externalidades intersectoriales en el contexto de modelos de aglomeración espacial se recogen en la teoría de los polos de crecimiento de Perroux (1955). Este autor definió un polo de crecimiento como un conjunto de industrias, fuertemente interrelacionadas a través de los encadenamientos productivos alrededor de una industria líder (industrias motriz o propulsora), capaz de generar un crecimiento dinámico de la economía (Perroux, 1955, 1986). Se trata de un área donde actúan las economías de aglomeración en forma de relaciones inter-empresariales sesgadas hacia una gran empresa que domina todo el proceso productivo. En dicho polo de crecimiento se engendraban efectos de aglomeración⁵¹ causados por la demanda interna de inputs intermedios, que hace que los proveedores obtengan ventajas al instalarse cerca del polo. Lo decisivo es que, en toda estructura de una economía articulada, existan industrias que constituyan puntos privilegiados de aplicación de las fuerzas o dinamismos del crecimiento. Cuando esas fuerzas generan un aumento de la ventas de una industria clave, provocarán una expansión y un crecimiento poderosos de un conjunto más amplio (Perroux, 1964). Por tanto, en la teoría del polo de crecimiento no sólo aparece implícitamente el concepto de economías de aglomeración, tanto desde el punto de vista de las relaciones intersectoriales proveedor-cliente como a través de las externalidades tecnológicas, sino que permite examinar la importancia que tienen una *gran empresa motriz* con fuertes encadenamientos hacia atrás con los proveedores locales como fuente de crecimiento local.

En este marco de análisis uno de los autores que ha prestado más atención a la importancia de las relaciones intersectoriales en el desarrollo económico ha sido A. O. Hirschman (1958) en su obra “La estrategia del desarrollo económico”. Con sus aportaciones, los encadenamientos empresariales pasarán a considerarse un factor clave

51 Para Perroux la existencia de esta gran unidad de producción genera una serie de efectos de polarización y de desarrollo en torno al lugar donde se encuentra localizada. Aparecen también efectos multiplicadores manifestados por el elevado número de trabajadores y por las mayores retribuciones percibidas, efectos de aceleración del crecimiento como consecuencia de las altas tasas de inversión y reinversión de beneficios. Considera también las ventajas de localización, debido a la existencia o creación de infraestructuras y capital social y efectos de imitación y aprendizaje que ocasionan mejoras en los niveles locales de conocimientos y técnicas y en la capacidad empresarial y de gestión. Estos dos últimos efectos tienen repercusiones a largo plazo mientras que el primero es muy probable que tenga su mayor impacto a corto plazo.

para el desarrollo territorial. Hirschman analiza el papel estratégico que pueden jugar en el proceso de desarrollo de las economías atrasadas aquellos sectores que presentan encadenamientos más intensos, proponiendo un modelo de crecimiento desequilibrado centrado en el fomento de la toma de decisiones y en la inversión inducida. Su teoría considera el crecimiento desequilibrado como “*una serie de adelantos desiguales de un sector seguidos por los de otros sectores que tratan de alcanzarlo*” (Hirschman, 1970:71). La clave de este crecimiento está en una inversión original (no necesariamente muy grande) que induce gradualmente, por complementariedad, posteriores inversiones. Bajo este planteamiento, el nacimiento de empresas se encuentra relacionado con sus conceptos de encadenamientos hacia delante y hacia atrás y la forma en que el progreso económico se comunica de un sector, industria o empresa, a otro. De esta forma, lo que se necesita para asegurar el éxito de cualquier empresa es que constituya un eslabón en una de las secuencias de desarrollo. Para Hirschman, los proyectos de mayor éxito en la inducción de otras empresas tienen más probabilidades de progresar y, una vez que una industria provoca el establecimiento de otras industrias (a través de los encadenamientos), estas industrias la necesitarán como abastecedor o mercado por lo que sus probabilidades de supervivencia y expansión serán mejores que antes. El crecimiento alrededor de una empresa crea condiciones favorables para el buen estado y crecimiento de la misma mientras que el efecto arrastre puede tirar de otras actividades locales, difundiendo el proceso de crecimiento y de desarrollo.

Pero Hirschman no sólo observó que los encadenamientos hacia atrás y hacia adelante podían actuar como mecanismos de inducción al desarrollo, sino que defendió que la política económica debería tenerlos en cuenta y activarlos para aprovechar sus efectos. No obstante, a su juicio, los encadenamientos hacia atrás constituían un mecanismo autónomo para impulsar el crecimiento, lo que no ocurre en el caso de los encadenamientos hacia adelante. Para que los potenciales encadenamientos hacia adelante se activen deben venir acompañados de un impulso desde la demanda. Por su parte, en el caso de encadenamientos hacia atrás dependerá principalmente de la importancia que presenten los productos de la nueva industria como insumos de las industrias vinculadas a través del encadenamiento (Hirschman, 1958 y 1961). En Hirschman encontramos por tanto, una primera aproximación sobre la importancia que los efectos de arrastre de las empresas funcionalmente autónomas tienen para impulsar el crecimiento económico del conjunto. Y al contrario, un sistema empresarial

caracterizado por situaciones de dependencia funcional implicaría la ausencia de ese mecanismo autónomo al que hace referencia este autor para impulsar el crecimiento del territorio.

Por otro lado, las relaciones de dependencia y los problemas derivados de la falta de encadenamientos entre las grandes corporaciones extranjeras y el tejido nacional autóctono son puestas de manifiesto en la teoría neomarxista del desarrollo, surgida a partir de la obra de Baran (1957) y que para nuestros propósitos podemos plantear dentro de un sistema caracterizado por empresas funcionalmente dependientes. Efectivamente, en general, para estos autores, el centro bloquea el desarrollo de la periferia de dos maneras: a) por una parte, destruyendo la producción artesanal precapitalista y los incentivos para un desarrollo industrial indígena mediante exportaciones manufactureras y b) por otra, mediante el control de monopolios industriales, tanto nacionales como extranjeros, que extraen su excedente. A este respecto, los neomarxistas sostienen que la institución básica del capitalismo es el organismo empresarial de tipo monopolístico, empresa transnacional o gran corporación creada en los países desarrollados que no se limitan a la promoción de importaciones o a inversiones extranjeras ocasionales, sino que toman decisiones de comercialización, producción e investigación en función de las alternativas disponibles en cualquier parte del mundo buscando el mayor bien para toda la unidad aunque para ello haya que sacrificar los intereses de empresas subsidiarias y países particulares (Barán y Sweezy, 1966; Magdof, 1973).

Finalmente, no podemos finalizar este apartado sin considerar las aportaciones realizadas por Leontief (1966) y su análisis input-output. Leontief afirmó que cuanto más extensa y desarrollada es una economía más completa y articulada es su estructura (Leontief, 1975). De esta manera, una economía puede calificarse como subdesarrollada en la medida en que carece de relaciones intersectoriales que necesitan para funcionar. Efectivamente, las tablas input-output de estos países revelan que no sólo son más pequeños y más pobres que los demás sino que sus estructuras internas incompletas comparadas con las que presentan las economías de los países desarrollados (Leontief, 1975). Cuando una empresa que requiere un producto intermedio no encuentra un proveedor satisfactorio que atienda sus necesidades dentro de la propia economía regional o nacional y recurre a un proveedor externo, se está

desaprovechando un encadenamiento productivo potencial entre ramas de la región que, en caso contrario, podría haberse hecho efectivo (Romero, 2003). Por lo tanto, un bajo nivel de articulación productiva puede ser el reflejo de un aparato poco competitivo que provoca una alta necesidad de importaciones. En este sentido, sin recurrir al amplio instrumental analítico del análisis input-output, el estudio del origen y destino de las compras y ventas realizadas por el sistema empresarial de un territorio puede facilitar una visión complementaria de estas ideas desarrolladas por Leontief. Una elevada presencia de empresas funcionalmente dependientes puede indicar la existencia de estructuras de producción incompletas, con falta de encadenamientos locales y, por tanto, configurarse como una característica de los territorios económicamente más atrasados.

A partir de estos primeros antecedentes, el marco teórico de la dependencia funcional se va a nutrir de los actuales planteamientos sobre las vinculaciones empresariales desarrolladas por distintos enfoques económicos entre los que destacan la teoría del Desarrollo Endógeno, la Nueva Geografía Económica y los debates generados en el seno de las cadenas de valor. A ellos corresponden los siguientes subepígrafes.

IV.3.2. Dependencia funcional y las modernas teorías del desarrollo.

A finales de los años setenta y principios de los ochenta del pasado siglo XX resurge el interés por el estudio de las aglomeraciones de la producción industrial acompañados por un importante volumen de trabajos empíricos entre los que destacó el de Becattini (1979). Con el redescubrimiento de la literatura de Marshall dedicada a las economías externas y su capacidad para crear entornos industriales, se inicia una nueva etapa en el estudio de las aglomeraciones y externalidades como mecanismos para el desarrollo territorial. A este respecto, podemos considerar dos importantes corrientes en la Ciencia Económica en las últimas tres décadas.

- En primer lugar, el impacto económico de las externalidades asociadas con las vinculaciones inter-empresas ampliamente analizado por los diversos enfoques de los sistemas de producción local surgidos bajo el paradigma del Desarrollo Endógeno.

- En segundo lugar, los modelos elaborados a principios de los años noventa, a partir de los trabajos de Lucas (1988), Krugman (1991) o Becker y Murphy (1992), que ponen las bases de la denominada Nueva Geografía Económica.

IV.3.2.a. Los sistemas locales de empresas y los encadenamientos productivos.

El Desarrollo Endógeno es una aproximación al desarrollo “de abajo-arriba” que concede un papel predominante a las empresas, a las organizaciones, a las instituciones locales y a la propia sociedad civil, en los procesos de crecimiento y cambio estructural como responsables de las acciones de inversión y control de los procesos de crecimiento y desarrollo territoriales (Stöhr, 1985; Garofoli, 1992; Vázquez, 2002). Este planteamiento enlaza con la visión adoptada a la hora de configurar la dependencia/autonomía funcional, bajo la consideración de la importancia de la calidad del tejido empresarial autóctono como origen de ventajas competitivas para el territorio, además de la atención que ponen al papel fundamental de las pequeñas empresas locales como impulsoras del desarrollo de la economía por su mayor articulación territorial (Guzmán y Cáceres, 2009).

El Desarrollo endógeno surge, no tanto como una teoría, sino como un nuevo paradigma del desarrollo o una aproximación territorial al desarrollo (Aydalot, 1985; Furió Blasco, 1996; Caramés, 1990; Bal y Nijkamp, 1998). De esta manera, no existe un cuerpo doctrinal unificado, encontrándose aportaciones que abarcan según Maillat (1998) desde los distritos industriales italianos (Becatini, 1979), los sistemas productivos territoriales (Scott, 1986; Gilly, 1987), los sistemas industriales localizados (Raveyre y Saglio, 1984), los distritos tecnológicos (Antonelli, 1986; Storper, 1992, Maillât et al., 1995), los sistemas de acumulación flexible (Piore y Sabel, 1984; Scott, 1986; Storper, 1989) o con un alcance más amplio, la teoría de “clusters” (Porter, 1991).

No obstante, todos ellos consideran que los sistemas locales de empresas pueden liderar los procesos de crecimiento y cambio estructural al generar economías de escala y reducir los costes de transacción (Vázquez Barquero, 1999 y 2000). Lo determinante, por tanto, para el crecimiento económico no es la dimensión de la empresa sino la formación de sistemas de empresas, de redes de empresas, que permitan obtener economías de escala y de alcance y reducir los costes de transacción, rasgos que

también pueden caracterizar a las grandes empresas, como muestran Chandler (1990) y Becattini (1997). Esta organización de relaciones variadas y de interconexión entre los actores económicos junto a los recursos inmateriales (tecnología, información, formación, investigación), permiten el desarrollo de competencias, cualificaciones, saber hacer y un proceso de aprendizaje colectivo específico, dotando al territorio de una gran capacidad de adaptación y cambio (Vázquez Barquero, 1999; Maillat y Perrin, 1992). A este respecto, consideramos que el concepto de dependencia/autonomía funcional puede aplicarse al estudio de la capacidad de desarrollo endógeno de un territorio debido a la ausencia (o presencia) de esas redes empresariales generadoras de economías externas. Es por ello, que creemos interesante analizar las fuentes de competitividad y crecimiento que proceden de estas relaciones bajo la óptica del paradigma del Desarrollo Endógeno.

Entre el amplio marco de análisis del paradigma endógeno vamos a destacar dos corrientes teóricas que prestan especial atención al papel de los sistemas de empresas locales y sus relaciones, tanto internas como externas. Son los casos de los distritos industriales y de los *clusters* empresariales (Becattini, 1979; Pyke et al., 1992; Markusen, 1996; Porter 1998; Guerrieri et al., 2001).

Un distrito industrial se puede definir como una entidad socioterritorial caracterizada por la presencia activa tanto de una comunidad de personas como de un conjunto de empresas en una zona natural e históricamente determinada en el que la comunidad y las empresas tienden a fundirse (Becattini, 1989). Se trata de un sistema productivo geográficamente localizado, basado en una intensa división local de actividades entre pequeñas empresas especializadas en los diferentes procesos de la producción y distribución de un producto. En un distrito existen múltiples relaciones entre las empresas y la comunidad local, tanto dentro como fuera del mercado, basadas fundamentalmente en la confianza y la reciprocidad (Pyke et al., 1992). Estos distritos se encuentran situados en un determinado territorio, formando densas redes de empresarios con una tradición cultural similar, compitiendo pero al mismo tiempo colaborando entre sí y dotadas con elevados niveles de flexibilidad productiva (Becattini, 1987; Brusco, 1986; Moulaert y Delvainquière, 1994; Moulaert y Sekia, 2003). Por otro lado, las relaciones interpersonales, la cohesión social y las interacciones entre empresas favorecen un aceptable clima industrial, de confianza y de

cooperación indispensable para conseguir la eficacia del sistema productivo (Sengenberger y Pyke, 1991).

El éxito económico de los distritos industriales atrajo a investigadores de todo el mundo, de forma que fueron surgiendo estudios que introdujeron algunas variantes respecto a la teoría inicial. Precisamente, una de las teorías que mayor difusión ha tenido en los últimos años ha sido la teoría de *cluster* de Michael E. Porter a partir de su obra “La ventaja competitiva de las naciones”⁵². Los análisis de Porter (Porter y Fuller, 1986; Porter, 1990 y 1991), procedentes de la vertiente microeconómica de la organización industrial y de la estrategia empresarial, fueron muy influyentes en los estudios aplicados de competitividad, y, sobre todo, en el diseño de estrategias a escala nacional. A partir de su investigación empírica de varios países de alto dinamismo en el comercio internacional, Porter formuló su conocido modelo del diamante⁵³ del cual deriva el concepto de ventaja competitiva. Las ventajas competitivas surgen como resultado del esfuerzo deliberado de las empresas para innovar en el sentido más amplio. En este marco de análisis puso de relieve dos aspectos claves: los “*clusters*” y las ventajas competitivas de regiones y ciudades.

Se puede considerar que un *cluster* es un concepto próximo al del distrito industrial donde se destaca las interacciones entre las empresas, que constituye el factor principal de atracción de dichas redes empresariales. Sin embargo, adopta una visión más amplia, de manera que el distrito industrial se configura como una específica versión del mismo. Así por ejemplo, Porter habla de empresas sin hacer diferencias entre las pequeñas y las grandes, mientras que la literatura de los distritos pone siempre de manifiesto el papel constituyente de la pequeña empresa. Por tanto, en cuanto a la dimensión empresarial, un clúster puede estar formado en un determinado ámbito productivo por empresas pequeñas y medianas o bien en otros ámbitos por una mezcla de empresas autóctonas grandes, empresas grandes de capital exterior y una amplia variedad de pequeñas empresas lo que permite abrir el marco de tipo de tejido

52 Véase Porter, Michael E. (1991): *La Ventaja Competitiva de las Naciones*. Plaza y Janes, Barcelona.

53 En su modelo interactúan cuatro grandes factores: 1) condiciones de los factores de producción, entre los que considera dos tipos de factores: los básicos, como los recursos naturales, clima, localización, fuerza laboral y capital; y los avanzados, entre los que se encuentran las comunicaciones, personal con educación superior, institutos de investigación y otros; 2) condiciones de demanda, referido al tamaño del mercado interno; 3) organización del sistema productivo, es decir, industrias relacionadas o de apoyo, entre las que se encuentran las empresas proveedoras y usuarias internacionalmente competitivas; y 4) entorno institucional, estrategias de las empresas y marco regulatorio de la competencia interna.

productivos de los territorios (Santos, 2007). Aparecen así diversos modelos de producción local organizados tanto entre PYMEs como alrededor de grandes empresas (Vázquez, 1999).

Para Porter (1990) las empresas competitivas de un país están usualmente vinculadas a través de relaciones horizontales (clientes comunes, tecnología, servicios, etc.) y se localizan en una sola ciudad o región (caso de las actividades de los textiles en Italia o los químicos en Alemania, hablándose de las ventajas competitivas locales). En otros casos, una localidad se caracteriza por su fortaleza en una amplia gama de actividades (Porter, 1998a, 1998b, 2000). Por tanto, en algunos territorios suele dominar un único clúster y en otros una variedad de *clusters* superpuestos, formando a su vez *cluster complejos*. Evidentemente, en los territorios más desarrollados, ya sean ciudades, regiones o naciones, suelen formarse estos *cluster complejos*, mientras que en las zonas atrasadas la ausencia de *clusters* o la debilidad de los existentes es un obstáculo determinante en el crecimiento y desarrollo económicos.

La consideración de distritos y *clusters* vuelven a plantear la importancia de los factores que determinan la concentración geográfica de las actividades económicas y la existencia ventajas competitivas locales. Estos desarrollos permiten nutrir nuestro concepto de dependencia funcional puesto que tratan de analizar las relaciones de los actores/empresas como origen de las economías externas a las empresas pero internas al territorio que explican la inserción de este último en la división espacial del trabajo y permiten apreciar las estrechas relaciones (funcionales y territoriales) entre el funcionamiento del sistema económico y el territorio en el que se localiza (Garofoli, 1994). En este contexto analítico, nuestro concepto de dependencia funcional tiene en cuenta la importancia de los vínculos inter-empresariales entre proveedores y clientes en el territorio local como generador de economías externas que pueden implicar tanto el crecimiento diferencial y la fortaleza frente a competidores externos, como la pérdida de posiciones competitivas.

De esta manera, la existencia de distritos y *cluster* pueden indicar situaciones más próximas a la autonomía funcional para la mayoría de las empresas que componen el sistema empresarial. En un distrito y *cluster* empresarial debe predominar un amplio conjunto de empresas que conectadas con encadenamientos hacia atrás generan

importantes efectos de arrastre y economías de aglomeración que favorecen el desarrollo territorial. Por el contrario, cuando predominan las empresas funcionalmente dependientes, el territorio está en una situación de desventaja relativa frente a otras situadas en el exterior, -de las cuáles depende su aprovisionamiento- generando un menor valor añadido y empleo local.

Por tanto, las PYMEs funcionalmente autónomas formando *clusters* están más integradas en el territorio manteniendo fuertes vínculos con proveedores locales, y articulando el sistema productivo de una economía. Cuando su nivel de autonomía funcional es muy elevado, su capacidad exportadora puede crear los mecanismos necesarios para arrastrar al resto del sistema. Este sería el caso de las comentadas PYMEs exportadoras o las grandes empresas tractoras o motrices, siguiendo la comentada terminología propuesta por Romero y Santos (2006). Asimismo, los efectos positivos de la autonomía funcional se pueden enlazar con lo que diversos autores han denominado el *efecto distrito* referido al incremento de productividad de las empresas y ventajas competitivas derivadas de la interconexión de economías externas a las empresas y que son resultado de la aglomeración y de los encadenamientos inter-empresas (Signorini, 1994 y 2000; Becattini y Musotti, 2003; Gabi Dei Ottati, 2006). A este respecto, los vínculos empresariales dan lugar a toda a una serie de economías externas semiautomáticas -de especialización, de hilera, de integración flexible, de aprendizaje, etc.- generadas por el funcionamiento ordinario de los procesos y la división del trabajo entre las empresas aglomeradas cuyos beneficios para el desarrollo territorial son evidentes y que son más intensos si se contemplan bajo situaciones de autonomía funcional del sistema empresarial.

IV.3.2.b. La Nueva Geografía Económica y los encadenamientos productivos.

La Nueva Geografía Económica, encabezada por los estudios de Paul Krugman retoma los modelos de Von Thünen, Cristaller y Lösch, los aportes sobre el lugar central y la organización jerárquica de los emplazamientos urbanos, enriquecida con las contribuciones de economías de aglomeración de Marshall y la causación circular acumulativa de Myrdal y Kaldor para postular una teoría general de la concentración espacial (Fujita et al., 1999; Lamboy y Boschman, 2001). Para Krugman (1991) esta

disciplina se ocupa del estudio de la "geografía de la producción" dando respuesta a las razones de la aglomeración de las actividades productivas en el territorio.

Bajo su marco de estudio, muchos autores han introducido las vinculaciones y encadenamientos empresariales como factores adecuados para formalizar modelos de dinámica espacial de la actividad productiva. En general, estos modelos plantean cuáles son los factores que influyen en la distribución geográfica de la actividad económica y en su concentración a lo largo del tiempo. Para ello, parten de varios supuestos como la existencia de mercados imperfectos y de rendimientos crecientes (Krugman, 1991; Fujita et al., 1999).

Los modelos de la Nueva Geografía Económica postulan que el crecimiento regional y la concentración geográfica de la actividad económica obedecen a una lógica de causación circular que es resultado de la acción de las fuerzas centrífugas (que intensifican su dispersión) y centrípetas (que intensifican la concentración de la actividad económica). En otras palabras, los efectos externos positivos generarán una fuerza de atracción hacia el territorio en que tienen lugar, mientras que los efectos externos negativos actuarán como fuerza de repulsión para los agentes que quisieran instalarse en la aglomeración. La interacción de ambas fuerzas tiene como resultado un equilibrio que delimita la distribución de la actividad económica en el territorio (Martín y Sunley, 1996).

Las fuerzas centrífugas responsables de la menor concentración de la actividad económica pueden resumirse en la existencia de factores de producción inmóviles (materias primas, por ejemplo), rentas del suelo y de la vivienda y deseconomías de aglomeración (congestión, polución, etc.). Como fuerzas centrípetas se consideran básicamente las tres economías externas *marshallianas*, es decir, la densidad de los mercados, la existencia de un mercado de trabajo compartido y la capacidad para difundir el conocimiento (*knowledge spillovers*) (Krugman, 1998). Los mercados grandes son los lugares preferidos para la producción de bienes sujetos a economías de escala y justifica la producción local de bienes intermedios, disminuyendo los costes a los productores. Por tanto, los encadenamientos verticales de complementariedad entre sectores industriales generan economías externas de aglomeración en el territorio donde se localizan (Venables, 1996). Es precisamente este planteamiento el que nos lleva a

prestar atención a la Nueva Geografía Económica como antecedente de nuestro concepto de dependencia o autonomía funcional.

En este sentido, uno de los primeros modelos para examinar la importancia genérica de los encadenamientos empresariales ha sido el de Krugman (1991). Este autor se plantea por qué se concentra la producción industrial en unas pocas regiones, dejando a otras relativamente subdesarrolladas. Krugman responde a la pregunta articulando un conjunto de variables (economías de escala, costes de transporte, demanda) en un modelo centro-periferia basado en economías externas generalizadas (no específicas de un sector) de tipo pecuniario (no puramente tecnológicas). La clave para explicar la concentración regional de la actividad económica y la formación de "centros" y "periferias" es la interacción entre las economías externas y los costes de transporte (Krugman, 1991). En su modelo se produce un proceso de causación circular que implica que la industria se acaba localizando en aquella región inicialmente mejor posicionada. Este proceso de causación circular supone que las fuerzas centrípetas representadas por las relaciones inter-empresariales implican importantes ventajas para las empresas que tienden a concentrarse cada vez más en una de las regiones consideradas. El modelo sugiere que a medida que los costes de transporte disminuyen, las empresas tienden a concentrarse en aquel punto que permita conseguir economías tanto en la producción como en los costes de transporte. De igual manera, puesto que los costes de transacción aumentan con la distancia, las empresas prefieren localizarse en áreas donde la demanda es elevada o la oferta de los inputs es particularmente adecuada. En definitiva, si los costes de transporte son pequeños las empresas obtienen ventajas de concentrar su producción donde haya más clientes y desde ahí llevar los bienes al resto de la economía. Derivaciones de este modelo pueden encontrarse en los trabajos de Fujita y Krugman (1995), Abdel-Rahman (1996), Fujita y Morí (1997) y Fujita et al. (1999).

A partir de este modelo básico, se han ido desarrollando un conjunto de trabajos centrados en el papel de las fuerzas centrípetas fruto de las relaciones verticales entre los distintos sectores económicos, son los casos de Krugman y Venables (1995), Venables (1995 y 1996), Puga y Venables (1998) y Puga (1999). En estos enfoques intervienen elementos que conducen a la concentración: los rendimientos crecientes a escala a nivel de empresa, el efecto demanda (que implica el interés de las empresas

manufactureras de bienes finales por la cercanía al consumidor) y, por supuesto, los encadenamientos intersectoriales derivados de sus relaciones input-output mientras que la inmovilidad de la mano de obra y las disparidades salariales estarían actuando fuerzas de dispersión (Alonso-Villar, 2004). Estos encadenamientos hacia atrás y hacia delante de las empresas conducen a una aglomeración de actividades que se autoreforzan progresivamente, hasta llegar a un punto en que comienzan a ser compensadas por las fuerzas centrifugas como los costes de la tierra, los del transporte y las externalidades negativas o deseconomías externas por la congestión o la polución (Krugman, 1995; Fujita y Krugman, 2003). Así, los encadenamientos productivos son analizados como un tipo de la externalidad que puede conducir a las economías de aglomeración cuando están sujetas a una restricción espacial (Parr, 2002; Parr et al., 2002).

Bajo estas consideraciones de la Nueva Geografía Económica, podemos realizar dos implicaciones importantes para nuestro concepto de dependencia/autonomía funcional:

- a) En primer lugar, si las empresas de un sistema, especialmente las productoras de bienes finales, se caracterizan por una elevada dependencia funcional, las posibilidades de concentración de la actividad productiva en el territorio es menor. La existencia de un elevado número de empresas funcionalmente dependientes (como por ejemplo, las empresas *maker-market*, siguiendo la terminología de Cáceres y Guzmán (2008) manifestaría la ausencia de efectos de arrastre con los proveedores locales. Por tanto, se pierde un mecanismo para la generación de efectos externos positivos, generando una menor fuerza centrípeta para lograr la concentración empresarial en la región. Por el contrario, cuando las empresas productoras de bienes finales se sitúan cerca de las empresas productoras de bienes intermedios y, a su vez, éstas últimas buscan la proximidad a sus mercados, es posible observar una mayor autonomía funcional en el territorio. Efectivamente, por un lado, las ventajas en costes permite a las empresas de bienes terminados producir en el territorio y llevar los bienes al exterior, lo que indicaría un mayor volumen de exportaciones y, por otro lado, las relaciones entre empresas clientes y proveedoras locales implican un mayor número de encadenamientos locales hacia atrás.

b) En segundo lugar, de manera similar, la Nueva Geografía Económica abre la posibilidad a efectos de divergencia y disparidades económicas a largo plazo más allá de los elementos de innovación o acumulación de capital humano. Este hecho permitiría contemplar situaciones de regiones líderes y vulnerables como propone nuestro concepto. En este sentido, el nivel de dependencia/autonomía funcional se configura como otra posible alternativa para evaluar la existencia de círculos viciosos/virtuosos de desarrollo bajo las premisas de territorios funcionalmente dependientes o autónomos y la importancia del espacio como factor donde tiene lugar los vínculos entre proveedores y clientes. Bajo los supuestos de rendimientos crecientes, propios de la Nueva Geografía Económica, es posible la consideración de una intensificación de las disparidades económicas territoriales, tal y como habían planteado Myrdal y Kaldor en la teoría de la causación circular acumulativa (Krugman, 1992). Esto es así porque en virtud de las economías de aglomeración, el crecimiento tiende a beneficiar a las economías de mayor desarrollo y, por tanto, los encadenamientos empresariales hacia atrás o la falta de los mismos pueden acelerar los círculos virtuosos/viciosos de desarrollo territorial. En otras palabras, los encadenamientos que se establecen entre empresas proveedoras y clientes en un territorio funcionalmente autónomo se configuran como un elemento decisivo para el crecimiento económico y tienden a favorecer la concentración económica. Por el contrario, la ausencia de estos encadenamientos bajo situaciones de dependencia funcional sería una manifestación de una economía periférica.

IV.3.3. Dependencia/autonomía funcional y las cadenas de valor globales.

Finalmente, ya hemos comentando como el concepto de dependencia y autonomía funcional permite analizar las características de las cadenas de producción a través del origen y destino de los inputs y outputs. Una elevada dependencia funcional puede ser indicadora de la existencia de cadenas rotas y de dependencia exterior en el sistema empresarial objeto de estudio. Esta circunstancia, nos lleva a considerar los planteamientos de una atractiva línea de investigación surgida en las últimas décadas en

torno a los conceptos de “Cadena de Valor”, en términos generales, y “Cadena de Valor Global” en particular (CVG a partir de ahora). Véase, por ejemplo, las aportaciones de Gereffi y Korzeniewicz, (1994), Gereffi (1999), Humphrey y Schmitz (2002), Schmitz (2004), Gereffi et al. (2005) o Pietrobelli y Rabellotti (2006), entre otros.

De manera genérica, una cadena de valor podría definirse como el conjunto de actividades requeridas que engloban desde la creación de un producto o servicio, incluyendo las diversas fases de producción (diseño, adquisición y transformación física de los input, etc.), la entrega a los consumidores finales e incluso la eliminación final o reciclado después de su uso. La idea fundamental que recoge las cadenas de valor es que cada eslabón de esta cadena incorpora valor añadido al producto final. Por supuesto, pueden existir diversas interconexiones entre diversas cadenas de manera que los productores intermediarios de una cadena pueden abastecer a otras diferentes (Kaplinsky y Morris, 2000).

Puede que no sea necesario que todas las operaciones o fases del proceso productivo se lleven a cabo de forma sucesiva en el tiempo por una misma empresa sino que es posible, como en el caso del distrito industrial, que se solapen en un mismo espacio completando cada empresa por separado algún segmento de la producción. Pero también es posible que necesiten asociarse a otras empresas para crear un sub-sistema o un producto final de manera global. En otras palabras, las actividades o funciones consecutivas de un proceso de producción pueden ser organizadas en bloques que no necesariamente tienen que ser abordados dentro de una sola empresa o en la misma localización, permitiendo, por el contrario, que cada uno de ellos se desarrolle en función de sus características específicas. Este fenómeno afecta principalmente a aquellos procesos de producción con una cierta complejidad tecnológica en los cuales es posible separar ciertas fases productivas y desarrollarlas en diferentes localizaciones.

En base a esta idea surge la noción de fragmentación de los procesos de producción, originalmente propuesta por Jones y Kierzkowski (1990 y 2005) para referirse al fenómeno en virtud del cual los procesos de producción se están separando en diversas fases o bloques de funciones que se desarrollan de manera separada en diferentes localizaciones de la geografía mundial. Aunque la idea de fragmentación en Jones y Kierzkowski (1990 y 2005) tiene un carácter más restrictivo enmarcado dentro

de un contexto de globalización y división internacional del trabajo, cabe una delimitación más amplia del fenómeno identificando dos dimensiones distintas que pueden darse simultáneamente en el mismo: una dimensión espacial y otra dimensión funcional (Romero et al., 2009):

- Desde una perspectiva funcional, cualquier decisión de una empresa de externalizar determinadas funciones constituye un ejemplo de fragmentación productiva. De este modo, funciones que previamente eran desarrolladas dentro de los límites organizativos de la propia empresa pasan a ser abordadas por varias organizaciones que se coordinan a través de transacciones en el mercado. Este fenómeno ha sido el llevado a cabo desde los años setenta del pasado siglo XX con el proceso de *downsizing* o adelgazamiento de la gran empresa y se vincula de manera directa con la aparición de los sistemas de producción locales como los distritos industriales italianos y los *clusters* analizados anteriormente.
- Desde una perspectiva espacial, cualquier decisión de una gran empresa de relocalizar determinadas funciones cruzando determinados límites espaciales (establecidos a escala local, regional y/o nacional) constituiría un ejemplo de fragmentación productiva. En este caso, procesos productivos que previamente se desarrollaban dentro de los límites de un determinado ámbito espacial pasan a desarrollarse en distintos territorios. Ésta es la base del análisis de la CVG.

Esta división permite comprender los orígenes que conforman la conceptualización actual del análisis de la CVG. Efectivamente, la CVG se ha nutrido en las últimas dos décadas con aportaciones de diversos autores creando una cierta confusión en su contenido, de manera que han coexistido conceptos similares pero usados con diferentes fines analíticos. En este sentido, se pueden identificar tres claros orígenes que tienen que ver con las aportaciones de Porter (1985), el análisis de la *filière* (Monfort, 1983) y las *global commodity chains* que enlazan con las cadena de valor globales⁵⁴. Teniendo

⁵⁴ Respecto al primero de estos planteamientos, Kaplisky y Morris (2000) consideran que Porter contempló la distinción entre las diferentes etapas del proceso de abastecimiento (la logística de input, marketing, servicios postventas, etc.), la transformación de los inputs en outputs (producción, logística, calidad y proyectos de mejora) y los servicios de apoyo de para llevar a cabo estas tareas (la planificación estratégica, gestión de recursos humanos y el desarrollo de tecnología). Por su parte, el enfoque de la *filière* ha enfatizado los efectos multiplicadores de las relaciones de input/output entre empresas y en las ganancias de eficiencia resultado de las economías de escala, reducción de costes de transacción y transporte, etc., así como por su interés por el análisis de las cadenas rotas o incompletas (Aujac, 1972; Monfort, 1983; Lesage, 1985; Morvan, 1985; Laganier, 1988; Arena, et al., 1988; Fernández, 2001).

presente la idea de fragmentación anteriormente considerada, el análisis de la CVG se orienta al estudio de las relaciones entre distintas organizaciones empresariales que participan en cadenas de valor fragmentadas en términos funcionales y espaciales. Este tipo de fragmentación como señalan Kaplinsky y Readman (2001), implica que las grandes corporaciones están cambiando su papel en la economía mundial, recortando su actividad como productores globales para convertirse en muchos casos en compradores y coordinadores globales

Hay varios aspectos claves en el marco teórico de la CVG que nos sirve a la hora de configurar las bases de la dependencia/autonomía funcional.

En este sentido, en primer lugar, un rasgo característico que contiene la CVG es que trata de implementar una visión dinámica de la evolución de una cadena. De esta manera, la proporción de ventas en un punto concreto de la cadena en un determinado momento, no capta la visión completa de la misma. La dinámica de un mercado o el avance de la tecnología pueden significar que un cliente/proveedor relativamente pequeño (o grande) pueda convertirse en grande (o pequeño) en el futuro. Además, la cuota de venta puede oscurecer el papel crucial que un proveedor/cliente -por su tecnología, exclusividad de producto, marca, etc.- posee sobre el control del resto de la cadena de valor (Kaplinsky y Morris, 2000).

En segundo lugar, este tipo de análisis presta especial interés a las relaciones entre distintas organizaciones empresariales que participan en las CVG, por tanto, no interesa la organización y coordinación de las funciones internalizadas dentro de las empresas, sino la coordinación y las relaciones entre los distintos agentes –grandes empresas, multinacionales, PYMEs locales, etc.- que conforman la cadena de valor de un bien o servicio determinado. La gestión y regulación de estas cadenas de producción, asegurando una combinación adecuada de coste, calidad, flexibilidad e innovación, representa un factor esencial para la consecución de ventajas competitivas sostenibles en el marco de la globalización. Precisamente, las relaciones inter-empresas son las bases de la dependencia/autonomía funcional.

Finalmente, Gereffi (1994) introduce el concepto de *Commodity Value Chain* prestando atención a las cadenas que están divididas entre múltiples empresas y difundidas ampliamente en el espacio geográfico, de ahí el adjetivo de “mundial” o “global”.

Finalmente, esta consideración de las relaciones entre empresas permite distinguir dos elementos en torno a las que pivota el análisis de las CVG y que le dota de un gran potencial analítico. Nos estamos refiriendo a las nociones de gobernanza (*governance*) y mejora (*upgrading*).

- Respecto al primero de estos conceptos, la gobernanza o gobernabilidad analiza cómo se lleva a cabo la coordinación de las actividades y cuáles son las relaciones entre los actores de las CVG. En este sentido, el análisis del reparto de poder y la asimetría del mismo juega un papel fundamental para establecer el agente (o los agentes) que determina cómo se realiza la coordinación en la división internacional del trabajo (Gereffi, 1994).
- Respecto al segundo, el marco analítico de las CVG se fundamenta en la idea de que uno de los requisitos para entrar en un círculo virtuoso de participación en la economía globalizada y de crecimiento sostenido de la renta, es la capacidad para innovar y el avance continuo en el desarrollo de productos y procesos. Ahora bien, este enfoque considera que la innovación en sí misma puede no ser suficiente: si la tasa de innovación es más baja que la de los competidores el resultado será un descenso en el valor añadido y en las cuotas de mercado, lo que se puede traducir, llevado al extremo, en un crecimiento empobrecedor (Kaplynsky y Morris, 2000). De esta manera, la CVG coloca a la innovación en un contexto relativo caracterizado por la rapidez con que se innova y se mejora en comparación con los competidores. Éstas son las bases de la noción de promoción, mejora o *upgrading*. De manera formal, el *upgrading* puede ser entendido como un proceso ascendente en la cadena de valor que implica un alejamiento de las actividades con bajas barreras de entrada en las que la competitividad reside esencialmente en reducciones de los costes de producción, especialmente los laborales y un reposicionamiento en aquellas actividades donde los intangibles representan un factor de competitividad esencial constituyendo barreras de entrada que garantizan un crecimiento más sostenible del valor añadido (Kaplynsky y Morris, 2000; Pietrobelli y Rabelotti, 2006). En este sentido Humphrey y Schmitz (2002) y Kaplinsky y Morris (2000), identifican hasta cuatro tipos de mejora que las empresas pueden adoptar: a) la de “procesos”, que implica ganancias de eficiencia en la transformación de los

inputs en outputs gracias a la reorganización del sistema de producción; b) la de “productos”, concerniente a la producción de bienes o líneas de productos más sofisticados o de mayor calidad, incrementando el valor añadido; c) la “funcional”, representado en la asunción de nuevas funciones (o el abandono de otras) dentro de la cadena de valor y finalmente, d) el “inter-sectorial” que implica un “salto” de cadena, es decir, en el abandono por la empresa de una actividad para introducirse en otros sectores u otras CVG en las que tengan más capacidad para generar y retener el valor añadido⁵⁵.

En base a estas ideas, se pueden establecer una serie de ventajas y riesgos de la PYMEs locales cuando se insertan en las CVG. Junto a los efectos directos sobre las ventas, beneficios y empleo de las PYMEs que favorecen su crecimiento, Romero (2009) pone énfasis en los efectos de arrastre indirectos e inducidos de los que se benefician las economías locales. Así por ejemplo, su inclusión en CVG constituye una vía indirecta de acceso a mercados externos, en especial a los mercados de masas de Norteamérica y Europa, superando las limitaciones que el tamaño impone a la internacionalización de las PYMEs. Por medio de su inserción en estas cadenas, las empresas de este tipo, en países en desarrollo pueden participar de manera activa en la globalización, y en cierta medida, diversificar los riesgos derivados de una excesiva dependencia del mercado local.

De igual manera es posible impulsar sus procesos de mejora e incrementar la eficiencia de las PYMEs. Así, por ejemplo, Pietrobelli y Saliola (2008) han puesto de manifiesto para el caso de Tailandia que una mayor vinculación de los grandes compradores multinacionales con los proveedores locales está asociada a mayores niveles de productividad de estos últimos. Los procesos de mejora en las PYMEs se pueden ver estimulados por su participación en las cadenas de valor debido a la transferencia y asimilación tecnológica (efectos de “derrame” tecnológico) a partir de las grandes empresas que gobiernan la cadena, a los procesos de aprendizaje de los trabajadores y de la dirección y la obtención de estándares técnicos internacionales. Es en este punto, donde en nuestra opinión, reside la importancia para nuestro concepto de dependencia funcional. El paso de una modalidad de *upgrading* a otra conlleva un

55 Puede señalarse la existencia de una jerarquía dentro de estas modalidades. De este modo, la vía más accesible de mejora sería la de procesos, a continuación se situaría la de productos, la funcional y para terminar, los movimientos de cadena y de carácter inter-sectorial (Kaplinsky y Readman, 2001).

contenido creciente de actividades desincorporadas que son las más difíciles de replicar y que, por lo tanto, pueden servir para crear barreras de entrada más sostenibles y sólidas que protejan en mayor medida a las PYMEs.

El *upgrading* puede suponer, desde un punto de vista dinámico, la manera que tienen las empresas de un sistema para disminuir sus niveles de dependencia funcional. El *upgrading* del conjunto del sistema, en especial de la PYMEs que lo componen, en el ámbito funcional o inter-sectorial puede significar una disminución en su dependencia funcional al permitir un cambio de sus funciones en la división internacional del trabajo y, por tanto, que una mayor generación de valor añadido se realice en el territorio con los resultados positivos sobre los niveles de crecimiento y desarrollo. Los procesos de mejora pueden significar, en definitiva, que una empresa incremente su capacidad competitiva. No obstante, en ocasiones estos efectos de arrastre pueden ser poco importantes, debido a que muchas de estas empresas se convierten en PYMEs “extravertidas” que se proveen de la mayor parte de los componentes que necesitan en el exterior y destinan la mayor cantidad de su producción a la exportación, quedando poco vinculadas a la dinámica económica local (Romero y Santos, 2006).

De manera resumida, a lo largo de este epígrafe hemos puesto las bases teóricas de la dependencia funcional como un factor de fortaleza y calidad del sistema empresarial de un territorio: encadenamientos, externalidades y capacidad de movimiento en las cadenas de valor son algunos de los factores que permiten vincular nuestro concepto con el crecimiento y el desarrollo local caracterizados por mayores niveles de renta y de empleo en el territorio.

IV.4. LA DEPENDENCIA/AUTONOMÍA PRODUCTIVA Y LA CALIDAD DEL SISTEMA EMPRESARIAL.

El grado de dependencia o autonomía productiva de un sistema empresarial presta atención al nivel de concentración que las empresas presentan respecto al número de proveedores, por un lado, y respecto al número de clientes, por otro. Ya hemos comentado como las características y repercusiones agregadas analizadas en el

subepígrafe IV.2.2.c nos llevan a considerar que sus bases teóricas se encuentran en el papel que desempeña la asimetría de poder en las relaciones productivas y/o comerciales entre empresas. La empresa con poder tiene capacidad para influir en los procesos de toma de decisiones de las que de ella dependen (Gueimonde et al., 2006).

En este sentido, las empresas muestran grandes diferencias en sus volúmenes de compra, en la importancia de su producto como insumo para otras empresas, en los costes de atender a cada cliente o proveedor, en la calidad o durabilidad de su producto, en sus niveles de acceso a la información, etc. Estas características, entre otras muchas, explican por qué también difieren en su poder estructural de negociación en las transacciones de compra y venta de sus outputs e inputs (Emerson, 1962; Jacobs, 1974; Pfeffer y Salancik, 1978; Williamson, 1975 y 1985; Mintzberg, 1983; Harrigan, 1985; Porter, 1985, 1990; Gereffi, 1994).

En la literatura especializada se han desarrollado diversos enfoques analíticos para explicar las causas y consecuencias de ese poder de negociación. Así por ejemplo, desde el enfoque de la *dependencia de recursos* se afirma que el elemento clave son los recursos críticos. La falta de autosuficiencia por parte de las empresas crea dependencia potencial respecto a sus suministradores de recursos, por lo que las empresas responderán a las demandas de aquellas organizaciones o grupos que controlan los recursos que resultan críticos para ellas (Pfeffer y Salancik, 1978; Pfeffer, 1992). Por otra parte, la literatura de *marketing* ha prestado atención a los canales de distribución. En este sentido, el poder se basaría en métodos tales como el control de la información, el condicionamiento o modificación de influencias del ambiente, etc. (Gaski, 1984). Otra visión alternativa procede de la *teoría de redes sociales* donde se establece que aquellos individuos que controlan el flujo de información y los recursos en una red están en posición de ejercitar su poder (Burt, 1992). Por su parte, la teoría de *los costes de transacción* vincula implícitamente la inversión en activos específicos con una posición de dependencia, ya que la empresa que precisa realizar tales inversiones puede enfrentarse a un comportamiento oportunista por parte del otro agente (Williamson, 1975, 1985). Asimismo, ya se ha comentado como en el *análisis de cadenas de valor global* se recoge el papel predominante de ciertos agentes bajo el concepto de gobernanza o gobernabilidad de la cadena (Gereffi, 1994). En *el diamante de Porter* (1980) se analiza el poder de negociación de los grupos de proveedores y clientes,

sentando las bases de un modelo de planificación cuyo objetivo es la generación de valor y competitividad de las empresas.

Asimismo, debemos considerar los estudios de *Economía Industrial* desarrollados en torno al paradigma Estructura-Conducta-Resultados y sus posteriores modificaciones (Mason, 1939; Bain, 1968). Este paradigma establece que los resultados de mercado en una industria dependen del comportamiento de los vendedores y compradores respecto a un conjunto de variables de decisión. Este comportamiento viene determinado, a su vez, por la estructura del mercado, la cual, finalmente, depende de una serie de condiciones sobre las que puede actuar la política pública. Entre las principales variables que configuran la estructura de mercado se incluye la concentración del mismo medida a través de las cuotas de mercado de las principales empresas (Carlton y Perloff, 1994; Bain 1956; Scherer y Ross, 1990). Bajo este marco de análisis, numerosos estudios empíricos han encontrado una relación significativa y positiva entre la concentración del mercado y los beneficios o márgenes empresariales de ciertas empresas –véase, por ejemplo, Schartzman (1959), Fuchs (1961), Weiss (1963), Comanor y Wilson (1967), Collins y Preston (1969) o Caves (1972)-.

Por supuesto, no se puede olvidar la extensa literatura proporcionada por la *Microeconomía* y su análisis de la formación de precios y cantidades en los mercados monopolísticos y oligopolísticos. A este respecto, Cournot (1838) ya relacionaba el poder con la capacidad para fijar precios en competencia imperfecta, de modo que las empresas que ejercitan su poder sobre sus proveedores pueden conseguir de estos los precios más bajos. Por su parte, Galbraith (1952) fue pionero en argumentar que el poder de negociación de los compradores puede limitar considerablemente el poder de mercado de los vendedores de manera que la capacidad de una empresa para fijar precios altos depende del grado de concentración de los compradores (Noll, 2005). En cualquier caso, el poder de mercado o poder de monopolio/monopsonio es un concepto crucial en la Ciencia Económica como medida de la pérdida económica que se puede imponer sobre el resto de la comunidad.

Entre esta extensa literatura y los diversos enfoques alternativos contemplados, vamos a analizar las aportaciones de dos grupos de teorías que permiten clarificar nuestro concepto y sus implicaciones para el sistema empresarial:

- En primer lugar, el análisis de la Cadena de Valor Global y, en particular, su concepto de gobernanza que no sólo tiene en cuenta la asimetría de poder sino que se configura como un instrumento de política económica⁵⁶.
- En segundo lugar, las diversas contribuciones realizadas dentro de la gestión estratégica y del *management*, como la teoría de los costes de transacción, la teoría de la dependencia de recursos y, en especial, las Cinco Fuerzas de Porter (1980).

A través de ellos abordaremos cómo y por qué determinados grupos reducidos de proveedores y clientes pueden generar una situación de vulnerabilidad al resto del sistema empresarial de un territorio. La extrapolación a nivel mesoeconómico de estos elementos sobre las fuentes de poder de negociación, nos permitirá enlazar el grado de dependencia o autonomía productiva con la calidad de un sistema empresarial. Los siguientes subepígrafes analizarán más detalladamente estas dos líneas de investigación.

IV.4.1. Dependencia productiva y Gobernanza.

Gereffi (1994) demostró que muchas cadenas de valor se caracterizan por un actor o agente dominante (en algunas ocasiones más de uno) que determina el carácter de la cadena. Este agente se hace responsable de la coordinación y división del trabajo entre las empresas que participan en la cadena, ejerciendo a su vez un control sobre el desarrollo de las actividades y la mejora de la misma. Este papel protagonista le permite, a su vez, retener una mayor porción del valor añadido generado en la misma (Gereffi, 1994; Kamplisky y Morris, 2000).

De esta manera, en una cadena de valor las diversas actividades que la componen – dentro de las empresas y en la división del trabajo entre empresas – están sujetas a lo que Gereffi denominó *governance* y que puede ser traducido por “governabilidad” o simplemente, “governanza” (Gereffi, 1994). Una cadena de valor implica repetitividad de interacciones entre empresas. La gobernanza asegura que esas

⁵⁶ Véase en este sentido la importante contribución al análisis de cadenas de valor y *clusters* realizado para Latinoamérica en Rabelotti et al., (2005).

interacciones no sean simplemente aleatorias, sino que exhiban algún tipo de organización en los parámetros que requieren los productos, los procesos o la logística, en las consecuencias ante determinadas actuaciones, en los roles y funciones que realizan los diversos agentes de la cadena, etc.

No obstante, es importante subrayar que la gobernanza hace referencia a algo más que la simple “coordinación” de los agentes que conforman la CVG. Por definición, este concepto recoge las implicaciones resultantes de la distribución asimétrica del poder a lo largo de la cadena. El poder que cualquier agente puede tener en la cadena se manifiesta en dos atributos: a) en la capacidad para obligar a las demás partes a tomar acciones particulares y b) en la capacidad para ignorar las demandas de los demás. Según Kaplinsky y Morris (2000) su posesión y ejercicio está relacionado con el tamaño relativo de la empresa de forma que, en general, cuanto “mayor” sea la empresa, más influyente será su papel en la cadena. En este caso “tamaño” no tiene porqué referirse al número de trabajadores, sino que puede abarcar un amplio abanico de posibilidades como, por ejemplo, el porcentaje de ventas sobre el total, la tasa de beneficio, el control sobre una tecnología crucial o la posesión de una marca clave para la cadena.

Varios aspectos deben considerarse bajo este marco de análisis (Kaplinsky y Morris, 2000):

- a) Como ya se ha señalado, la gobernanza de una cadena no tiene precisamente que ser asumido por única sola empresa, sino que puede haber una multiplicidad de puntos nodales donde se realizan las funciones de gobierno y coordinación en una cadena.
- b) Estos puntos nodales pueden cambiar con el paso del tiempo como resultado de diferentes transformaciones en las empresas y partes dentro de una misma cadena.
- c) Para ser efectiva, la gobernanza requiere la posibilidad de aplicar sanciones. La última sanción consistiría en la exclusión de la empresa gobernada de la red de producción o del acceso a los mercados finales. Pero pueden haber formas intermedias de sanciones, como limitar el acceso a nuevas tecnologías o imponer penalizaciones monetarias por falta de conformidad, por plazos incumplidos, etc.

- d) A largo plazo, el ejercicio continuado de la gobernanza por parte de una empresa manifiesta su legitimidad para ejercer ese poder. A este respecto, resulta fundamental el nivel de confianza existente entre los diferentes agentes que participan en dicha cadena de valor (Sako, 1992; Humphrey et al., 1998)⁵⁷.
- e) Una característica final de la gobernanza se relaciona con su profundidad y su penetrabilidad. Por profundidad se entiende las posibilidades de establecer las reglas determinantes de las operaciones cruciales de la cadena o sólo las más periféricas. Por su parte, la penetrabilidad hace referencia a los agentes que es capaz de influenciar en los diversos eslabones de la cadena, tanto en número como a nivel espacial.

Bajo estas premisas, puede establecerse la existencia de diferentes tipos de gobernanza y, por tanto, de tipos de cadenas con un distinto impacto en los territorios.

Una de las primeras y más interesantes tipologías es la proporcionada por Gereffi (1999). Gereffi desarrolló una distinción fundamental entre las cadenas mundiales que son impulsadas por dos tipos de empresas líderes: los compradores (*buyer-driven*) y los productores (*producer-driven*).

- a) En las cadenas gobernadas por el comprador, se presta especial atención sobre el importante papel que los grandes comercializadores, como *Wal-Mart*, o las grandes marcas registradas, como *Nike*, han llegado a desempeñar en la gobernanza de la producción y la distribución mundial. Su volumen de compras les proporciona una enorme cantidad de influencia entre sus proveedores, ejerciendo su poder para especificar qué, cómo, cuándo y dónde los productos que venden son producidos. Dado que la innovación se encuentra más en el diseño del producto y no en los conocimientos técnicos de fabricación, estas grandes empresas pueden fácilmente subcontratar la producción en lugares de bajo coste de mano de

⁵⁷ Kaplinsky y Morris (2000) apuntan que durante el período de posguerra, en el sistema de producción *fordista*, los niveles de confianza en las cadenas eran bajos, puestos que se variaban frecuentemente los proveedores al perseguir ventajas de precio a corto plazo, de manera que estos asumían los deseos de la empresa líder de la cadena cuya sanción rápida era la exclusión de la misma. Por contraste, en los sistemas flexibles modernos de producción, la confianza cobra vital importancia, y el fracaso a la hora de alcanzar un nivel requerido de estándares de productos no da como resultado este tipo de sanción tan directa. En estos sistemas, la gobernanza es ejercitada para ayudar a que la otra parte logre los niveles requeridos de actuación, por lo que están asociadas con relaciones productivas más longevas.

obra para extraer concesiones de precios de sus propios proveedores. Por tanto, las redes de subcontratistas que asumen la producción física siguen las especificaciones de los grandes grupos que se reservan para sí la I+D, el marketing y el diseño, junto a la organización la logística de la cadena.

- b) Por su parte, en las cadenas gobernadas por el productor, grandes fabricantes de productos tecnológicamente avanzados e intensivos en capital (aeronaves, automóviles, ordenadores y equipos informáticos, etc.) son los que asumen el liderazgo de la CVG. En este tipo de cadena, grandes corporaciones como *General Motors* o *IBM*, asumen un control más directo sobre los encadenamientos hacia atrás con proveedores de materias primas y componentes intermedios, así como con los encadenamientos hacia adelante con las actividades de distribución y comercialización. Estos grandes fabricantes tratan de proteger la tecnología desarrollada y evitar su difusión entre la competencia, estrechando los vínculos con sus proveedores especializados a través de relaciones de propiedad (Kaplinsky y Readman, 2001).

De esta manera, en las cadenas gobernadas por productores se observan más vínculos entre filiales de empresas multinacionales, mientras que en las cadenas impulsadas por los compradores predominan los vínculos entre empresas jurídicamente independientes. Gereffi (1999) también ha señalado que las *cadenas gobernadas por el productor* tienen mayor probabilidad de estar caracterizadas por la inversión directa extranjera que las *cadenas gobernadas por el comprador* (Gereffi, 1999). Asimismo, cada una de estas cadenas puede asociarse con diferentes tipos de sistemas de producción. Efectivamente, para Gereffi las cadenas pivotadas por el productor están más vinculadas con el sistema *fordista* de producción, mientras que las dirigidas por el comprador se integran mejor en los sistemas de producción orientados al exterior y a mercados globalizados.

Desde nuestro punto de vista, estas ideas desarrolladas por Gereffi nos permiten *a priori* caracterizar a las PYMEs insertas en cadenas de valor gobernadas por el comprador como empresas con una elevada dependencia productiva como resultado de la concentración de sus ventas hacia una gran empresa comercializadora o de gran marca. Este tipo de empresas productivamente dependientes se caracterizan por su escasa aportación de valor añadido, quedando a expensas de la política empresarial

seguida por la empresa gobernante. Su competitividad la basan en ventajas de precios a corto plazo, por lo que su riesgo de perder el contrato como suministradores es muy elevado ante posibles cambios en sus costes de producción. Cuando el sistema empresarial se identifica con este tipo de empresas podemos afirmar que se caracteriza por un escaso nivel de calidad y, por tanto, que repercute de manera negativa en el desarrollo integral del territorio.

Sin embargo, como apuntan Kamplisky y Morris (2000) en la última década las grandes multinacionales han cambiado de manera espectacular su manera de actuar. La externalización y el desarrollo de muchas actividades basadas en alianzas estratégicas con los competidores, han provocado que estén menos integradas verticalmente y más orientadas a la red. El desarrollo de estándares mundiales en los productos y la gran utilización de la tecnología de la información en ámbitos como el diseño, la fabricación, o la prestación de servicios han permitido el aumento de la subcontratación en las cadenas impulsadas por productores. Estos hechos han provocados rápidos cambios en la gobernanza por lo que hay que determinar un conjunto más elaborado de formas de gobierno y, fundamentalmente, un método para explicar los cambios en los patrones de gobierno con el paso del tiempo.

Por ello, los diversos autores que analizan las CVG han desarrollado otras tipologías de gobernanza que complementan la visión de Gereffi. Entre estas propuestas destaca la de Gereffi et al., (2005) que ampliando la clasificación de Humphrey y Schmitz (2002) distinguen hasta cinco tipos de gobernanza que van desde niveles bajos a altos de coordinación explícita y asimetría de poder:

- a) *Coordinación a través del mercado*, que se caracteriza porque los costes de oportunidad para cambiar de socios comerciales son bajos. En este tipo de relación, el comprador y el vendedor no necesitan cooperar en la definición del producto, bien porque está estandarizado, bien porque el proveedor tiene suficiente capacidad para proporcionar un resultado satisfactorio. En consecuencia, las transacciones tienen un carácter marcadamente impersonal y los encadenamientos a través del mercado persisten en el tiempo.
- b) *Cadenas de valor modulares*, donde los compradores se ven obligados a

monitorizar y controlar el proceso que llevan a cabo los fabricantes para producir los bienes/servicios que ellos adquieren como componentes de los productos/ servicios que ellos finalmente venderán. Se trata de redes industriales en las que los proveedores fabrican productos sujetos a las especificaciones de los clientes pero con plena autonomía en cuanto a la organización, competencias y tecnologías aplicadas. En general, usan maquinaria genérica que limita los costes de transacción de inversiones específicas y hacen desembolsos económicos para componentes y materiales en nombre de los clientes/fabricantes finales.

- c) *Cadenas de valor relacionales*, en las cuales se observan complejas interrelaciones entre vendedores y compradores que muchas veces crean interdependencia mutua y activos y recursos específicos. En estas situaciones, compradores y vendedores intercambian conocimientos tácitos, de manera que los proveedores permiten que las empresas que les encargan productos intermedios accedan a competencias complementarias a las propias y a las cuales no podrían acceder de otra forma. El intercambio de información tácita compleja se produce, en la mayoría de los casos, a través de interacciones frecuentes *cara a cara*, lo que hace que el coste de cambiar de socios comerciales sea alto. Por tanto, las relaciones familiares, étnicas o de otro tipo, así como la confianza y la reputación, son las bases que apoyan este tipo de gobernanza.

- d) *Cadenas de valor cautivas*, donde pequeños proveedores son transaccionalmente dependientes respecto a grandes compradores debido a la existencia de costes fijos importantes derivados de eventuales cambios de cliente. Esos costes altos a los que se enfrentan los proveedores permiten a las empresas compradoras un cierto grado de control y dominio sobre la cadena. Los proveedores están confinados a un estrecho abanico de tareas y dependen de la empresa líder en cuestiones como diseño, logística, compras de componentes y mejoras tecnológicas. Los proveedores hacen frente a unos costes de cambiar de socios comerciales muy elevados por lo que la salida de este tipo de relaciones es una opción poco atractiva.

- e) *Cadenas de valor jerárquicas*, es una forma de red caracterizada por una integración vertical y el control es una de sus características principales. En esta cadena el actor principal es una gran empresa transnacional integrada verticalmente que mantiene vínculos de control con el resto de las empresas que participan en ella a través de relaciones de propiedad.

En base a esta clasificación, cuando la PYMEs se encuentra en una situación más próxima a la autonomía productiva, el mayor número de proveedores y clientes permite que los costes de oportunidad para cambiar de socios comerciales sean bajos, por lo que es más factible que puedan evitar posibles situaciones de subordinación y vulnerabilidad.

Sin embargo, es posible considerar la existencia de empresas, en particular PYMEs, que participan en las cadenas de valor asumiendo un papel subordinado frente a empresas o grandes corporaciones que ejercen la gobernanza de las mismas restándoles autonomía y aumentando la vulnerabilidad del sistema empresarial. Esta circunstancia, conlleva una relación de interdependencia asimétrica, así como riesgos estratégicos indudables para las empresas, que se vuelven más críticos cuanto menor sea su tamaño. Las PYMEs pueden encontrarse en una posición altamente vulnerable ante posibles decisiones de las empresas líderes para cambiar de proveedores o con un escaso poder de negociación frente a la gran empresa lo que dificulta la retención de valor agregado y la obtención de mejores márgenes de negocio. A este respecto, Romero (2009) considera que se encuentran mejor posicionadas aquellas PYMEs que operan con tecnologías flexibles, que les permiten actuar como proveedores especializados en distintas cadenas de valor, así como aquellas que se han situado en nichos de mercado protegidos de la competencia.

Estos elementos nos llevan a plantear la necesidad de realizar dos matizaciones sobre la dependencia productiva y la cadena de valor:

- En primer lugar, en algunos casos existen grandes corporaciones que asumen la gobernanza de la cadena que estimulan los procesos de mejora y el acceso a estándares técnicos de las PYMEs que participan en la cadena a fin de garantizarse un mejor suministro de los bienes y servicios que contratan a proveedores externos. Esto ocurre más frecuentemente en aquellas cadenas en las cuales la calidad es un elemento importante de competitividad. Asimismo,

pueden facilitar el acceso a financiación para futuros desarrollos, en tanto que las PYMEs podrían contar con el respaldo de la gran corporación que gobierna la cadena y beneficiarse de la existencia de contratos garantizados a medio y largo plazo (Romero , 2009). En este caso, la dependencia productiva observada puede no manifestar efectos tan negativos, si bien, sigue existiendo un elevado nivel de vulnerabilidad del sistema empresarial respecto a la gran corporación. Sería por ejemplo, los encadenamientos establecidos en cadenas relacionales o modulares.

- En segundo lugar, en otros casos el proceso de inserción de las PYMEs en una cadena de valor global puede conllevar serios riesgos estratégicos para este tipo de empresas y para los territorios donde se localizan. Como señalan Kaplinsky y Readman (2001) y Humphrey y Schmitz (2002) es posible que el apoyo de los líderes de la cadena a los procesos de mejora en las PYMEs se sobreestime. Es común que las grandes empresas traten de inhibir los procesos de mejora en las PYMEs, vinculadas con ellas, especialmente en relación con la adquisición de aquellas competencias en actividades no relacionadas con la producción física - como el diseño o el marketing- que las grandes corporaciones reservan para sí. También es posible que la mejora se concentre en el primer nivel de proveedores y no en subsiguientes niveles, generando cadenas cuasi-jerárquicas, donde las PYMEs quedan cautivas y en una situación de alta dependencia respecto a los líderes de la cadena. De esta manera, una elevada dependencia productiva estaría manifestando la subordinación del sistema empresarial bajo este tipo de cadenas, donde las posibilidades de mejora, y por tanto, de alcanzar un mayor valor añadido quedan limitadas por la política de empresa que ejerce la gobernanza. Por tanto, la dependencia productiva estaría manifestando una situación de elevada vulnerabilidad para el sistema empresarial del territorio por la presencia de un elevado número de PYMEs que participan en cadenas cautivas y jerárquicas y de otras que desarrollan funciones intensivas en mano de obra sin especiales requerimientos tecnológicos y de conocimiento.

Estos dos planteamientos permiten enlazar con la diferenciación realizada por Pyke (1994) entre “subcontratista especializado” y “subcontratista dependiente”. El subcontratista especializado se caracteriza por cooperar con el cliente en las actividades de diseño y mejora de la calidad mediante acuerdos a largo plazo, es innovador y fabrica

productos propios, lo que fortalece su relación con los clientes. Por el contrario, el “subcontratista dependiente” apenas innova y está subordinado a su cliente para quien produce bajo el sistema de pedidos a precios reducidos.

De cualquier forma, en ambos casos, estas empresas con elevada dependencia productiva están sometidas a la presión de las empresas líderes y sus contratos de suministros o compras, con mayor o menor facilidad, pueden ser cancelados en cualquier momento. De esta manera, desde un enfoque “meso”, una excesiva y generalizada dependencia productiva, especialmente bajo relaciones jerárquicas y/o cautivas, puede considerarse como indicador de una menor calidad del sistema empresarial de un territorio

IV.4.2. Dependencia productiva y gestión estratégica.

Como se ha indicado al comienzo de este epígrafe la dependencia entre empresas viene siendo considerada por muchos investigadores como un elemento central en las relaciones de intercambio. El poder de negociación de los grupos de proveedores y clientes, considerados en términos de agregación en su número y/o volumen de negocio, es una de las principales fuerzas competitivas que determinan la fortaleza de un sector industrial. De esta manera, las empresas deben prestar atención a los problemas estratégicos que implican la selección de los grupos de proveedores y clientes para mejorar su posición competitiva y disminuir su vulnerabilidad cuando unos y/u otros ejerciten su poder. La posesión de ese poder depende, entre otros factores, del grado de concentración empresarial, de forma que a mayor grado de concentración mayor poder (Porter, 1980).

Con estas premisas, una segunda fuente teórica de la dependencia/autonomía productiva la situamos en las diversas teorías vinculadas con la gestión y planificación estratégica empresarial. En concreto, tomaremos como referencia básica las Cinco Fuerzas de Porter (1980) desarrolladas en su libro *“Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia”*. Este autor, con el fin de descubrir qué factores determinan el éxito o el fracaso y, en definitiva, la rentabilidad de un sector industrial considera que existen cinco diferentes tipos de fuerzas

competitivas fundamentales. Entre ellas, aparece el poder de negociación de proveedores y clientes⁵⁸. Para Porter, la mayoría de las fuentes de poder del comprador pueden atribuirse a los clientes industriales y comerciales con tan solo modificar el marco de referencia. En otras palabras, el poder de negociación de clientes detallistas y mayoristas obedece las mismas reglas que las de los proveedores. Tanto clientes como proveedores pueden ostentar poder de mercado y generar situaciones de vulnerabilidad sobre los participantes de una industria si amenazan con elevar los precios, disminuir la calidad de los bienes y servicios que ofrecen (o demandan), imponer restricciones verticales, etc.

En base a estas ideas, se pueden establecer una serie de condiciones para que una empresa o grupo de compradores/proveedores tenga poder. Básicamente, vamos a considerar tres grandes grupos de categorías:

- a) Características relacionadas con el tipo de producto que se intercambia.

A este respecto, el poder de negociación de una empresa será menor respecto a sus proveedores cuando los insumos que le suministran son claves para ella porque contribuye a la calidad y al éxito del proceso de sus manufacturas, porque no tienen sustitutos o porque son escasos y de alto coste. Asimismo, una empresa perderá poder respecto a sus clientes cuando el producto que les vende tenga muchos sustitutos, no esté muy diferenciado, represente un bajo coste o no sea decisivo para la calidad de los outputs de estas empresas (Porter, 1980).

Estos planteamientos englobarían elementos de la teoría de la dependencia de recursos. Para esta teoría, el elemento clave es la importancia crítica para la empresa de los recursos del suministrador (o del distribuidor) de manera que la falta de autosuficiencia por parte de las empresas crea dependencia potencial con respecto a

58 El resto de fuerzas contempladas son: 1. Amenaza de entrada de nuevos competidores: el atractivo del mercado depende de las posibilidades de franquear las barreras para los nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado. 2. Rivalidad entre los competidores: para una empresa será más difícil competir en un mercado donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos. 3. Amenaza de ingreso de productos sustitutos: Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria (Porter, 1980).

los agentes que controlan esos recursos críticos (Pfeffer y Salanck, 1978). Bajo este marco de análisis, la dependencia se configura así como un antecedente del poder de negociación cuando una empresa controla los recursos que otra quiere o precisa. De esta manera, la primera adquiere un poder que le permite ejercer su influencia sobre la segunda, condicionando sus elecciones estratégicas (El-Ansary y Stern, 1972; Gutiérrez y Camarero, 2006). Siguiendo esta misma línea de análisis, Emerson (1962) definió la dependencia como el grado en el cual una empresa necesita los recursos de otra para conseguir sus objetivos. Por otra parte, no sólo crea dependencia el hecho de precisar de un recurso que es muy necesario o específico para la empresa, sino también la no disponibilidad de fuentes de provisión alternativas para el recurso, circunstancia que impide reemplazar a la otra parte de la relación y evitar de esta forma el perjuicio asociado al oportunismo (Emerson, 1962; Cool y Henderson, 1998).

Tales circunstancias pueden producir que una empresa concentre sus compras/ventas en determinados proveedores o clientes, otorgándoles poder y aumentando su vulnerabilidad ante determinados comportamientos oportunistas de estos. Por tanto, una elevada dependencia productiva, tanto hacia clientes como hacia proveedores, podría estar indicando la existencia de situaciones de vulnerabilidad para las empresas como la falta de provisión alternativa, la ausencia de control sobre recursos fundamentales para su actividad, etc. En otras palabras, estas situaciones se traducirían en una elevada dependencia productiva para la empresa objeto de estudio y, de manera agregada, para el sistema empresarial. Por el contrario, cuando una empresa observa que sus proveedores compiten con productos sustitutos o cuando los clientes carecen de buenas fuentes alternativas de suministro, es posible que encuentren con facilidad otros proveedores y clientes en los mercados y, por tanto, se puede hablar de un mayor nivel de autonomía productiva, tanto hacia delante como hacia atrás dotando al sistema empresarial de un mayor nivel de calidad.

b) Circunstancias técnicas o productivas.

En este sentido, Porter (1980) considera una serie de aspectos técnicos relacionados con costes fijos de la empresa que podemos incluir bajo esta categoría.

De esta manera, hay que tener presente el coste que representa el cambio de proveedor o cliente a una empresa. Aspectos como los costes de modificar sus productos para adecuarlos a los del nuevo proveedor o cliente, los costes de probar o certificar un nuevo input, los costes asociados a las inversiones necesarias en equipamiento para utilizar los nuevos productos del proveedor, los costes de establecer nuevos procesos logísticos e incluso los costes psicológicos relacionados con el fin de una relación pueden conducir a un elevado grado de dependencia productiva hacia clientes o proveedores concretos.

La teoría de los *costes de transacción* (Williamson, 1975 y 1985) comparte esta línea de razonamiento al vincular implícitamente la inversión en activos específicos con una posición de dependencia y pérdida de poder. Williamson (1985) define los activos específicos como activos vinculados a una relación de intercambio concreta y que perderían prácticamente todo su valor si se aplicaran a cualquier otra relación en activos durables. La especificidad y la inmovilidad de estos activos⁵⁹ hacen que los costes de ruptura y de cambio relacional sean excesivamente altos, de manera que la empresa que precisa realizar estas inversiones puede enfrentarse a un comportamiento oportunista del otro agente que interviene en la relación.

Las inversiones en activos específicos representan barreras a la sustitución de un socio por otro por lo que son contempladas como importantes fuentes de dependencia relacional. Aun cuando existieran múltiples fuentes de suministro (o múltiples canales de distribución), la empresa que invierte en este tipo de activos puede ver limitadas sus alternativas reales de intercambio y sus posibilidades verdaderas de reemplazar a su contraparte (Gutiérrez y Camarero, 2006). La inversión en activos específicos coloca a la parte inversora en una posición de vulnerabilidad: el otro miembro de la relación puede aprovecharse de su situación (seguir un comportamiento oportunista) y apropiarse de una fracción del valor de tales activos o, en términos de Alceian y Woodward (1988), apropiarse de la “cuasi-renta”.

59 Lothia et al. (1994) enumera algunos de los tipos de activos específicos que se han estudiado en la literatura especializada como los activos de localización (ubicación geográfica de la empresa en las proximidades del socio para mejorar la coordinación y economizar en inventario y en costes de transporte), físicas (equipamiento especializado para esa relación), procesos (adaptación de los procesos empresariales a los requerimientos de la otra parte) o humanos.

Para nuestros propósitos, podemos considerar que tales costes son mayores cuando la empresa mantiene relaciones con pocos clientes y/o proveedores, es decir, una elevada dependencia productiva hacia delante o hacia atrás puede significar un aumento potencial de ciertos costes fijos que merman la capacidad de maniobra de la empresa particular y le restan calidad. De esta manera, la dependencia productiva puede contemplarse como la dificultad (imposibilidad, en el caso extremo) de reemplazar a la otra parte. La concentración de clientes y proveedores puede implicar la necesidad de asumir elevados costes fijos y de llevar a cabo determinadas inversiones específicas que elevan la vulnerabilidad y el riesgo del conjunto de empresas ante situaciones oportunistas de las empresas con poder. Por el contrario, una mayor autonomía respecto a la posición de proveedores y clientes se traduciría en una disminución de esos costes, aumentando la calidad del sistema empresarial.

c) Concentración de los clientes o proveedores de la empresa y de sus ventas y compras.

Finalmente, este tercer grupo enlaza de manera directa con nuestra variable de dependencia/autonomía productiva. Según Porter (1985), en términos generales, un mercado o segmento de mercado no será atractivo para una empresa cuando los clientes y/o proveedores están muy bien organizados. A mayor organización, mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios, etc. y, por consiguiente, la empresa tendrá una disminución en los márgenes de maniobra. Resulta evidente que esa organización es más fácil para grupos reducidos de empresas. De esta manera, un grupo concentrado posee un elevado poder frente a sus proveedores/clientes.

Aquellas empresas que deban negociar con industrias clientes y/o proveedoras altamente concentradas se verán “obligadas” a fijar precios que maximicen los beneficios de las industrias clientes y/o proveedoras. Los proveedores que venden a clientes más fragmentados casi siempre influirán sobre estos últimos en los precios, en la calidad y en las condiciones de la transacción. Asimismo, cuando una industria no es un cliente importante para el grupo de proveedores (porque los proveedores venden a varias industrias y una de ellas no representa una proporción importante de

sus ventas), queda sometida a las exigencias de estos. Por el contrario, si la industria es un cliente importante, los resultados de los proveedores estará estrechamente vinculada a ella y querrá protegerla con precios razonables y asistiéndola en sus actividades (Porter, 1980).

Bajo este grupo de planteamientos podemos afirmar que una dependencia productiva extrema implica dar la oportunidad de ejercer el poder al cliente/proveedor, restando autonomía a la empresa. Se puede afirmar, tanto el concepto de dependencia/autonomía productiva se apoya en las bases de la teoría del poder microeconómica de mercados imperfectos. Así mismo, hay que destacar que a la hora de considerar el poder de negociación de los clientes de manera explícita, se enlaza también con ideas de Galbraith (1952) sobre la teoría de los monopsonios y oligopsonios. Así, será más fácil que una empresa ejerza su poder de mercado si se enfrenta a un gran número de clientes y/o proveedores dispersos que si se enfrenta a pocos clientes y/o vendedores organizados y fuertes. En otras palabras, el grado de dependencia o autonomía productiva es un indicador del poder de mercado del conjunto de empresas que componen el sistema empresarial.

A modo de conclusión, teniendo presente los fundamentos de la gobernanza y del poder de negociación con base en la planificación estratégica, se puede considerar que el nivel de dependencia productiva, como factor de calidad mesoeconómica, refleja situaciones de subordinación frente a clientes y/o proveedores, así como situaciones de dependencia motivadas por la participación en cadenas de valor cautivas o jerárquicas o basadas en bajos costes laborales. Un territorio caracterizado por estos elementos se encuentra en una posición de debilidad empresarial, donde la generación de riqueza y de empleo está supeditada a las exigencias de la empresa líder.

Capítulo V. Empresarialidad y desarrollo económico: Un marco teórico de enlace.

V.1. Introducción: una visión macroeconómica del *entrepreneurship*.

V2. La empresarialidad como factor explicativo del desarrollo económico.

V.2.1. Antecedentes teóricos de la relación empresarialidad y desarrollo.

V.2.2. Antecedentes empíricos de la relación empresarialidad y desarrollo.

V.3. Modelos de empresarialidad.

V.3.1 El modelo de Wennekers y Thurik (1999).

V.3.2 El modelo del Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

V.4. Una propuesta de modelo macroeconómico de enlace.

V.1. INTRODUCCIÓN: UNA VISIÓN MACROECONÓMICA DEL *ENTREPRENEURSHIP*.

A lo largo de la historia del pensamiento económico se ha generado una larga lista de variables explicativas que se han puesto en relación con el crecimiento económico medido a través del PIB, del nivel de renta o del nivel de empleo. Las variables consideradas⁶⁰ van desde la educación, como medida de capital humano, el cambio tecnológico endógeno, el gasto público o hasta el nivel de democracia. Sin embargo, como expone la OCDE (1998), las principales doctrinas económicas apenas se han ocupado del empresariado y el proceso de toma de decisiones, primordial para el empresariado, no se ha definido suficientemente en el pensamiento económico. De esta manera, como señala Karlsson et al. (2004) ha existido una debilidad en la literatura especializada pues el empresario ha estado tradicionalmente ausente en los modelos neoclásicos de crecimiento.

Esta situación ha cambiado radicalmente en las últimas dos décadas y en la actualidad, la empresarialidad y su relación con el desarrollo y el crecimiento económico, fundamentada en la comparación entre países y eminentemente enfocada a nivel empírico, ha adquirido una gran importancia en el plano científico (véase entre otros, Wenekers y Thurik, 1999; Reynolds et al., 2002; Kantis et al., 2002; Audretsch y Keilbach, 2004a y 2005; Plummer y Acs, 2005; Acs y Varga, 2005; Audretsch et al., 2006).

En este sentido, los mayores esfuerzos para avanzar en el plano teórico y práctico hacia una visión integral del papel de la empresarialidad en los procesos de desarrollo y crecimiento económico han procedido de los propios analistas del *management* y del *entrepreneurship*⁶¹. No obstante, a pesar del notable avance realizado, especialmente en la última década, se puede afirmar que las metodologías

⁶⁰ Véase Bleaney y Nishiyama (2002) y Salas-i-Martí (1999) para una lista detallada de las mismas.

⁶¹ Efectivamente, *esta relación está generando un importante interés entre estos grupos académicos como demuestran las interesantes aportaciones realizadas por los investigadores vinculados a EIM Small Business Research and Consultancy* (que elaboran cada año el Observatorio de la PYME de la Unión Europea) y *los trabajos de institutos de investigación como Max Planck Institute for Research into Economic Systems, Research Group on Entrepreneurship o Research and Public Policy; sin olvidar monográficos de revistas especializadas dedicados a este tema –véase, por ejemplo, Small Business Economics vol.24 (3)- o los congresos anuales propuestos en el seno del GEM consortium.*

para valorar los impactos macroeconómicos de la empresarialidad todavía se encuentran en desarrollo, por lo que se hace necesario continuar investigado sobre cómo se lleva a cabo este proceso. Además, se observa un cierto vacío en cuanto a modelos que describan el impacto de la actividad emprendedora en niveles territoriales reducidos, como pueden ser los casos de las regiones y las provincias (Massón, 2008). Por tanto, continúa siendo necesario el desarrollo y conceptualización de un modelo económico que muestre el papel del *entrepreneurship* en la evolución a largo plazo de las economías y en las disparidades económicas, así como un estudio intensivo para identificar los comportamientos empresariales críticos que contribuyen al éxito en situaciones económicas diversas (Cáceres, 2000).

En el Capítulo II se ha señalado que en el nivel de análisis macroeconómico el objetivo de la empresarialidad consiste en impulsar el beneficio del conjunto del sistema económico que rodea a la actividad productiva (Veciana, 1999; Guzmán, 2003). En este nivel de análisis se presta atención a qué es lo que pueden lograr los empresarios y las empresas en términos de generación de riqueza y empleo o, en palabras de Porter (1991), en términos de ventaja competitiva que posicione mejor una determinada economía frente a otras. Se trata, por tanto, de una perspectiva a la que podemos denominar “macroempresarial” que pretende responder si el desempeño económico de un territorio puede ser promovido por la empresarialidad ya sea mediante la creación de nuevas empresas o mediante el establecimiento de determinados tipos de comportamientos y características empresariales.

Con esta perspectiva se trata de cubrir una de las principales carencias que han caracterizado -y obstaculizado- los estudios de la empresarialidad. Nos referimos a la falta de conexión entre los enfoques micro y macro que ha impedido dar una visión global del fenómeno. Efectivamente, como expone Guzmán (2006) desde un punto de vista de la preocupación por el desarrollo y crecimiento económico de los países, el estudio de la empresarialidad ha quedado en un segundo plano puesto que se ha partido del supuesto incuestionable de que son dos ámbitos de análisis perfectamente diferenciados. Una visión macroempresarial del fenómeno implica considerar, necesariamente, que tras los resultados obtenidos por una economía se encuentran la generación de riqueza y empleo que se produce en sus empresas.

Asimismo, a la hora de establecer esta perspectiva macroempresarial de enlace hay que tener presente no sólo las dificultades que se pueden producir a la hora de distinguir entre la influencia de la empresarialidad y de otras variables sobre el crecimiento del PIB, la renta o nivel del empleo, sino también la posible relación recíproca o de retroalimentación entre ellas. Así por ejemplo, aunque defendemos que la empresarialidad actúa como una fuerza motriz del desarrollo y crecimiento territorial, esa relación se puede considerar en una doble dirección. Por una parte, una mayor empresarialidad debería ser favorable para incrementar el ritmo de actividad económica y por otra parte, cuando la economía crece aumentan las oportunidades económicas y tiende a aumentar la creación de empresas y el desempeño de las mismas. No obstante, como señala Arzeni (1997), lo que resulta evidente es que la empresarialidad es una condición necesaria para el progreso económico en una economía de mercado.

Otra dificultad que plantea esta perspectiva es, precisamente, la delimitación tanto teórica como cuantitativa de la empresarialidad. Hay que tener presente que los trabajos que analizan el papel de la empresarialidad en el desempeño económico se encuentran condicionados por la definición y, sobre todo, medición adoptada por el investigador sobre dicho fenómeno. El grado de dificultad aumenta considerablemente para los trabajos que plantean medidas comparables a nivel internacional (Audretsch, 2002). Sin duda, los intentos de medición realizados en la última década sobre este concepto reflejan el enorme interés que muestran los analistas por demostrar una relación entre la empresarialidad y el avance económico que puede resultar intuitiva pero que es extremadamente difícil de exponer en términos estadísticos⁶².

Bajo estas premisas, el objetivo principal de este capítulo consiste en plantear un modelo teórico que analice la relación existente entre la empresarialidad y el desarrollo y crecimiento económico, expresados a través de los niveles de renta y empleo de distintos territorios. Se trata de aportar una perspectiva macroempresarial, vinculando variables de varios niveles de análisis que permitan establecer una visión global de la empresarialidad en los procesos de avance de la renta y el empleo a largo plazo. Para ello, se plantearán las variables básicas que componen este modelo buscando su operatividad en cualquier nivel de análisis territorial.

⁶² *Afortunadamente, en la actualidad se están realizando grandes esfuerzos para obtener una base de datos sobre la empresarialidad comparable a nivel espacial y temporal, como es el caso de las estadísticas anuales suministradas por el Global Entrepreneurship Monitor desde finales del siglo pasado.*

Para alcanzar este objetivo, el resto del Capítulo se articula de la siguiente manera. En primer lugar, en el epígrafe V.2. analizaremos brevemente el papel otorgado a la empresarialidad como factor de desarrollo y crecimiento, especialmente por los investigadores del *entrepreneurship* y del *management*. Esta revisión de la literatura se realizará en dos etapas: una primera, dedicada a los desarrollos teóricos y una segunda, dedicada a los resultados empíricos. Esta revisión de la literatura especializada permitirá centrarnos en un tercer epígrafe en dos modelos que consideramos claves para elaborar una perspectiva macroempresarial. Se trata de los modelos propuestos por Wennekers y Thurik (1999) y el modelo del GEM elaborado en Reynolds et al. (2002). Finalmente, el último epígrafe (epígrafe V.4.) está dedicado a nuestro modelo macroempresarial donde se enlazarán los diversos niveles (micro y meso) abordados en anteriores capítulos.

V.2. LA EMPRESARIALIDAD COMO FACTOR EXPLICATIVO DEL DESARROLLO ECONÓMICO.

Como se ha expuesto en el epígrafe anterior, han sido los analistas del *management* y del *entrepreneurship* los que han realizado los mayores esfuerzos para comprender cómo se lleva a cabo el proceso de generación de riqueza y empleo aparejado a la empresarialidad. En este epígrafe se presenta brevemente una revisión de los principales estudios que desde principios del siglo XX han tratado de aportar explicación teórica así como de los principales avances realizados en el terreno empírico sobre esta relación.

V.2.1. Antecedentes teóricos de la relación empresarialidad y desarrollo.

Desde el siglo XX, especialmente en la segunda mitad, comienzan a surgir un conjunto de investigadores que prestan atención al posible papel que la empresarialidad puede jugar en una economía. Autores como Knight (1921), Schumpeter (1934 y 1942), Leibenstein (1968) y Kirzner (1973) son pioneros a la hora de abordar este tipo de estudios. Sus aportaciones han sido fundamentales para desarrollos posteriores y continúan vigentes en la actualidad para comprender el vínculo existente entre la empresarialidad y el desarrollo y crecimiento económico.

En este sentido, el desarrollo se fomenta cuando el empresario asegura las rentas de los factores productivos, soportando el riesgo de la actividad empresarial (Knight, 1921), cuando mejoran la asignación de recursos mediante la búsqueda de nuevas posibilidades de utilización de los mismos y mediante el descubrimiento de oportunidades económicas no descubiertas hasta entonces (Kirzner, 1973) o cuando solucionan los niveles de ineficiencia en la producción mediante una gestión más eficiente (Leibenstein, 1968).

Estas aportaciones continúan siendo objeto de atención por los analistas del entrepreneurship. Así por ejemplo, Holcombe (1998) propone un modelo en el cual el empresario se convierte en el factor clave del crecimiento de una economía cuando aprovecha oportunidades económicas para obtener ganancias. Este autor defiende la necesidad de un entorno económico en el que las oportunidades empresariales puedan ser aprovechadas. La empresarialidad introduce cambios que alteran ese entorno mediante el aumento de la riqueza y la generación de nuevos nichos de mercado. Estos resultados repercuten positivamente en el crecimiento económico y generan, a su vez, nuevas oportunidades. En definitiva, para Holcombe “la empresarialidad genera más empresarialidad”. Minniti (1999) llega a una conclusión similar considerando que los emprendedores permiten la creación de redes y externalidades para la difusión de nuevas ideas. De esta manera, la empresarialidad genera externalidades que la auto-refuerzan, impulsando el crecimiento económico.

No obstante, probablemente ha sido la corriente Schumpeteriana la que mayor repercusión ha tenido entre los analistas actuales del *entrepreneurship* a la hora de establecer los vínculos con el desarrollo económico. Desde entonces, diversos investigadores han prestado atención al papel que desempeña la empresarialidad como elemento que acelera la creación, divulgación y aplicación de innovaciones tecnológicas y de organización, aportando explicación adicional a su vínculo con el avance económico. Bajo estos planteamientos, en la mayoría de ocasiones, la empresarialidad es contemplada como un proceso de creación de empresas, turbulencia, innovación y destrucción creativa que impulsa el desarrollo económico. El flujo de entrada de empresas en nuevos sectores dinámicos y el de salida desde los sectores en declive de

una economía es un proceso que mejora la productividad, la innovación y ocasiona una transformación de la estructura económica, dando lugar a incrementos en la producción y en el empleo.

Por supuesto, esta línea de análisis continúa vigente en la actualidad. A este respecto, resulta ineludible la aportación de Porter (1990) desde la perspectiva de la organización industrial, el cual sostiene precisamente que las invenciones y la creación de empresas están en el centro de la ventaja competitiva de las naciones. Por su parte, Acs y Audretsch (1990) han analizado cómo el proceso de aprendizaje resultante de la creación y destrucción de empresas mejora el conocimiento de lo que es técnicamente viable y lo que los consumidores prefieren mediante la introducción de variaciones de productos y servicios existentes en el del mercado. Este hecho acelera el descubrimiento de nuevas combinaciones de producto-mercado y permite mejorar la eficiencia a través del aumento de la competencia (Audretsch y Feldman, 1996; Audretsch y Stephan, 1996). Por su parte, Career y Thurik (2006) han realizado una revisión amplia de la literatura y consideran que la empresariedad es un mecanismo de transmisión del conocimiento (*knowledge spillover*) que permite el aumento de la competencia y el aprovechamiento de la diversidad generando un crecimiento superior en las economías.

Con un enfoque centrado en el crecimiento endógeno, Audrestch y Keibach (2004a, 2004b, 2004c, 2005) también han adoptado esta línea de investigación. Estos autores han empleado el concepto de *entrepreneurship capital* mostrando su impacto positivo y significativo en la productividad regional. Según Audrestch y Keibach, el *entrepreneurship capital* es la capacidad que tiene una sociedad para generar actividades emprendedoras, es decir, el mecanismo que permite que un sistema productivo promueva la propagación de los conocimientos, facilitando la puesta en marcha de nuevas empresas. Este concepto implica tanto el comportamiento emprendedor individual como la interacción de algunos agentes económicos (inversores, bancos, entidades de capital riesgo, etc.) que están dispuestos a obtener beneficios a cambio de compartir riesgos empresariales. Se trata de reconocer la existencia en las economías de una serie de factores jurídicos, institucionales y sociales que generan capacidades para la actividad empresarial y que se manifiestan en la creación de empresas.

Llegados este punto, consideramos oportuno realizar una importante matización sobre la evolución seguida por este tipo de análisis. Como se ha defendido a lo largo de este trabajo, el hecho de contar con más nacimientos de empresas no asegura un mayor desarrollo económico. Así por ejemplo, Carree y Thurik (1999) indican que la presencia de las pequeñas empresas en las industrias manufactureras beneficia al crecimiento de las economías con renta más elevada de la UE, pero no para los países europeos con menores PIB per cápita, como Portugal y España, donde son resultado de una elevada atomización empresarial y elevadas tasas de paro.

De esta manera, hay que tener en cuenta determinadas características o rasgos del fenómeno emprendedor que delimitan una visión más cualitativa de la empresarialidad y le aportan poder de explicación como factor de desarrollo económico. Consideramos que la incorporación de aspectos cualitativos y de determinados rasgos de empresas y empresarios a este tipo de estudio permite enriquecer las anteriores aportaciones que vinculan la empresarialidad con los niveles de desarrollo.

En este sentido, Baumol (1968 y 1990) fue el primero en realizar importantes avances en el papel de la empresarialidad en el desarrollo económico partiendo de estas premisas. Baumol reconoce que es fundamental el tipo de nuevas empresas que se crean (clasificándolas en productivas, improductivas y destructivas) puesto que cada una tendrá un distinto impacto en el crecimiento económico (Baumol, 1990). Asimismo, como presenta el modelo de Wennekers y Thurik (1999) la dinámica que genera la creación de empresas se alcanza a través de ciertas condiciones psicológicas y culturales de los individuos, las cuales determinan los distintos impactos en la economía. De esta manera, el esfuerzo y energía específicos de cada tipo de empresario se traduce en un resultado diferente en el crecimiento económico (Wennekers y Thurik, 1999; Audretsch y Thurik, 2001). Por su parte, Acs (2004) considera que los efectos macroeconómicos de la creación de empresas son diferentes dependiendo de si se efectúan por necesidad u oportunidad.

En cualquier caso, parece evidente que la mayoría de analistas comparten la idea de que la empresarialidad, ya sea en su dimensión cuantitativa o cualitativa, se establece como un factor primordial del cambio estructural y determina las posibilidades tecnológicas así como de la utilización eficaz de los recursos en las

economías de mercado por lo que su inclusión como factor de desarrollo y crecimiento resulta indiscutible (OCDE, 1999).

V.2.2. Antecedentes empíricos de la relación empresarialidad y desarrollo.

Por regla general, los trabajos que analizaron el papel de la empresarialidad y del empresario en la actividad económica hasta los años ochenta del pasado siglo XX se caracterizaron por una cierta falta de respaldo empírico que venía explicada por las enormes dificultades para su medición. Sin embargo, el desarrollo de nuevas fuentes estadísticas desde finales del siglo XX ha impulsado notablemente los análisis empíricos entre los investigadores del *entrepreneurship*.

Así pues, además de los argumentos teóricos, también se registran evidencias empíricas que indican que la empresarialidad contribuye al crecimiento económico, al aumento de la productividad, al rejuvenecimiento de los tejidos productivos, a la innovación y a la generación de empleo (Audretsch y Thurik, 2001; OCDE, 2001; Reynolds et al., 2002).

Lógicamente, este tipo de estudios están condicionados por el tipo de variable elegida para medir la empresarialidad. Efectivamente, como se ha señalado en el Capítulo II de este trabajo, la empresarialidad no puede medirse de forma directa, se trata de “*algo latente*” en las economías, por lo que su presencia se manifiesta en diversos fenómenos y comportamientos que solamente constituyen aproximaciones a la misma (Arzeni, 1997). En este caso, vamos a destacar tres grupos de variables empleadas de manera recurrente en la literatura empírica del *entrepreneurship*: las medidas de creación de empresas vinculadas a la demografía empresarial, las que analizan el papel de las empresas de alto crecimiento y las relacionadas con diversas tipologías de empresarios basadas en las estadísticas laborales. A continuación, se analizarán brevemente cada una de ellas.

a) Medidas de creación de empresas vinculadas a la demografía empresarial.

A este respecto, las medidas que tratan de medir el surgimiento de nuevas empresas (*start-up*) y el proceso de turbulencia en el sentido *schumpeteriano* es el grupo más utilizado en la literatura empírica del *entrepreneurship*. Geroski (1995) ha obtenido una serie de hechos estilizados que han emergido de esta línea de investigación. Entre ellos podemos destacar los siguientes:

- La creación o entrada de empresas es un fenómeno común en los países, hecho difícil de reconciliar con la existencia de fuertes barreras a la entrada de empresas como propugna la Teoría Economía convencional.
- La tasa de entrada de nuevas empresas es continua y superior al ritmo de crecimiento medio de las economías.
- Las tasas de entrada y salida muestran una elevada correlación (positiva), fenómeno que no apoya la hipótesis de que la entrada se produce en respuesta a la existencia de beneficios extraordinarios y la salida cuando en una industria se generan pérdidas.
- Relacionado con el último hecho, el aumento neto del número de empresas, dado por la diferencia entre la tasa de entrada y de salida, suele ser modesto.
- La supervivencia de las empresas entrantes es reducida y, por tanto, aunque su número es elevado, no llegan a consolidarse en el mercado (altas tasas de mortalidad infantil).
- Las microempresas, con nueve o menos asalariados, son las que muestran mayores tasas de entrada pero menores tasas de supervivencia.

En base a este tipo de estudio, diversos autores han mostrado que diferentes países poseen diferentes tasas de creación de empresas. Así por ejemplo, los datos publicados por la OCDE (1994) en *Perspectivas de Empleo* revelaron que la creación de empresas durante la década de los ochenta (relativa al número de establecimientos existentes) variaba entre el 11 al 17 por ciento y los cierres entre el 9 al 14 por ciento. Todos los países miembros de la Unión Europea y Suiza presentaban un mayor número de nuevas empresas que Japón pero un número menor que EEUU. Otros estudios como el de Hart y Hanvey (1995) para Reino Unido muestran resultados favorables de los impactos de la turbulencia de las PYMEs en el crecimiento. Mientras que Birch (1996)

analizando datos para EEUU revela que los estados con el menor índice de empresas que sobreviven son los más prósperos. Sin embargo, los resultados no son unánimes, así por ejemplo, Audretsch y Fritsch (1996) y Fritsch (1997) analizaron la turbulencia sin encontrar una relación positiva con los niveles de desarrollo y crecimiento. No obstante, estudios posteriores como Audretsch y Thurik (1998 y 1999), Bosma y Nieuwenhuijsen (2000), Saxenian (2001), Audretsch et al. (2002), Holtz–Eakin y Kao (2003) o Audretsch y Keilbach (2004) encuentran que elevadas tasas de creación de empresas se relacionan con altas tasas de crecimiento o productividad y bajas tasas de desempleo.

Esta línea de investigación se ha enriquecido desde comienzos del siglo XXI gracias a la aportación realizada por Reynolds et al. (2001) donde se desarrolla el modelo conceptual del GEM. Desde entonces, los estudios que analizan el papel de la creación de empresas en el crecimiento económico han recibido un notable impulso académico. Los datos del GEM han servido para estimar los impactos en la economía a través de la relación entre la Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA)⁶³ y el crecimiento del PIB. Los datos suministrados por el GEM han sido empleados en una amplia variedad de estudios que incluyen el TEA en diversas regresiones para analizar su impacto en el crecimiento económico. En términos generales la literatura empírica del GEM encuentra vínculos relevantes entre el índice TEA y el crecimiento económico (Reynolds et al., 2002; Acs et al., 2004). A modo de ejemplo, Zacharakis et al. (2000) consideran que para 16 países desarrollados aproximadamente la mitad de las diferencias en las tasas de crecimiento económico entre dichos países es atribuible al TEA. Utilizando los datos de GEM y del *Global Competitiveness Index*, Van Stel et al. (2005) encuentran que el impacto del *entrepreneurship* es diferente en función del desarrollo económico de los países. De esta manera, no sólo la actividad empresarial afecta al crecimiento económico, sino que este efecto depende del nivel de ingreso per cápita, teniendo un impacto negativo en el crecimiento del PIB para los países en desarrollo y positivo para los países desarrollados. Por su parte, Wong et al. (2005) analizan la relación existente entre el *entrepreneurship*, la innovación y el crecimiento

⁶³ El Índice de Actividad Emprendedora (Total Entrepreneurial Activity Index), se obtiene de la suma del índice de empresas nacientes y del índice de nuevas empresas. Es decir, es el porcentaje de personas de la población de 18 a 64 años de un país, activo en una de estas dos fases del proceso emprendedor: *start-up* o dirección de una nueva empresa o negocio que no lleve más de 42 meses de actividad. Este índice es utilizado como el principal índice de la actividad emprendedora en cada país.

económico. Estos autores demuestran que el crecimiento de nuevas empresas, especialmente de las pequeñas y medianas, favorece la creación de nuevos empleos.

Desde hace varios años los resultados del proyecto GEM recogidos en sus informes han puesto de manifiesto que tener una alta tasa de actividad emprendedora no es sinónimo de desarrollo en términos brutos. La tasa de actividad emprendedora de los países responde a un ciclo evolutivo de larga duración, de forma que no sólo tiene un impacto en el crecimiento económico, sino que éste y el nivel de desarrollo de los países explican el momento que atraviesa dicha evolución en cada tipo de país (GEM, 2009). En este sentido, la investigación basada en los datos que recopila el GEM ha demostrado empíricamente diversos hechos relacionados con el fenómeno emprendedor, entre los que cabe destacar los siguientes (GEM, 2006):

- La relación entre actividad emprendedora y crecimiento económico no es de tipo lineal (a más actividad más desarrollo).
- Los países y zonas en vías de desarrollo tienen poblaciones proporcionalmente más emprendedoras que las de los países desarrollados.
- Cuando el nivel de desarrollo es muy elevado, una parte del excedente de capital se invierte en nuevas iniciativas empresariales, especialmente, de alta tecnología o con notable componente innovador.
- Las nuevas iniciativas empresariales generan nuevas ideas y, por consiguiente, forman una parte importante del desarrollo de la innovación.
- Asimismo, dichas iniciativas tienden a localizar y rellenar nichos de mercado, generando mayor competitividad y eficiencia económica.

b) Las empresas gacelas.

Otro grupo de estudios sobre la empresarialidad se han concentrado en medir la participación de las empresas que presentan un crecimiento excepcionalmente alto durante un largo período. A este tipo de empresas se les denomina gacelas, término utilizado por Birch (1997, 1999) y que utiliza el número de estas empresas como reflejo de la capacidad empresarial de un territorio. A este respecto, en un interesante análisis realizado a nivel internacional por la OCDE (1998) se exponía que en EE.UU., las gacelas representaban sólo el 3 por ciento de todas las empresas pero también el 70 por

ciento de la creación bruta de empleo. Entre ellas, la mayoría tenía más de 15 años, comparadas con los 12 años de las compañías estadounidenses en su conjunto y contaban con más de 100 empleados. Las gacelas mayores mostraban un comportamiento excepcional ya que, aunque representan únicamente el 3 por ciento de las gacelas, suponían más del 60 por ciento del desarrollo imputable a todas ellas. En Reino Unido y en Australia, de un 5 por ciento a un 20 por ciento de las empresas eran responsables del 70 al 80 por ciento de la creación bruta de empleo. En Suecia, el 7 por ciento de todas las empresas con más de 200 empleados se habían desarrollado rápidamente y habían contribuido notablemente a la creación de empleo absoluto. Estos resultados parecen mostrar la importancia de este tipo de empresas para impulsar la creación de riqueza y empleo en los territorios donde se localizan.

c) Tipología de empresarios basadas en estadísticas laborales.

Finalmente, la ausencia de estadísticas internacionales específicas acerca del stock y creación de empresas al margen de las suministradas por el GEM hacen que las únicas fuentes posibles de comparabilidad sean las basadas en los datos procedentes de encuestas sobre el mercado laboral. De esta manera, muchos analistas han optado por la medición de la empresarialidad a través las estadísticas laborales disponibles, fundamentalmente a las que responden a las diferentes divisiones de los ocupados. En este sentido, se han empleado comúnmente las variables “empleadores” y “autoempleados”.

Así por ejemplo, uno de los primeros trabajos importantes con estas variables pertenece a Iyigun y Owen⁶⁴ (1997). Estos autores encuentran, para una muestra de 42 países como la ratio empleadores/empleados se encuentra inversamente relacionada con el PIB. A partir de esta observación, consideran que es posible incluir un nuevo hecho

⁶⁴ Iyigun y Owen (1997) examinan las implicaciones para el crecimiento y el desarrollo de la existencia de dos tipos de capital humano: el empresarial y el profesional. Para los autores el capital humano empresarial juega un papel más importante en los países de renta media, mientras el capital humano profesional es relativamente más abundante en las economías de renta alta. La explicación se fundamenta en el hecho de que el riesgo percibido para llevar a cabo una nueva actividad empresarial es superior en las economías de renta alta con una mayor competencia, de manera que a medida que son crecen los salarios en las economías renta alta, las personas físicas dedican menos tiempo a la acumulación de capital humano empresarial y más a la acumulación de humano profesional. De esta manera, los países de renta alta, con mayores niveles salariales en términos compartivos, presenta una relación empleadores/empleados más baja.

estilizado referido a que los países con un mayor nivel de renta per cápita tienen una ratio empleadores/empleados más baja.

A este respecto, en estos últimos años, se han hecho importantes intentos para construir una base de datos internacional en base a la figura del dueño de negocio (*business owners*) para los países desarrollados donde las fuentes estadísticas están más desarrolladas. Se trata de la base de datos Compendia⁶⁵ 1976-2008 basada en la *Labour Force Statistics* (LFS) de la OCDE. En este sentido, Audretsch, et al. (2002), o Carree et al. (2001) han utilizado el ratio de propietarios o dueños de negocios (*rate business ownership*) definido como el número de propietarios de negocios dividido por la fuerza laboral total o por la población activa. En los últimos años se están dando evidencias de que la relación a largo plazo entre este ratio y el desarrollo económico tiene forma de “U”, poniendo de manifiesto que desde los años 70 del pasado siglo XX el número de PYMEs ha ido aumentando y adquiriendo una mayor importancia en relación a la gran empresa (Carre et al., 2002; Carree, 2004).

V.3. MODELOS DE EMPRESARIALIDAD.

Entre esta extensa literatura que relaciona la empresarialidad con el desarrollo económico se observa una falta de visión global del fenómeno que recoja el carácter multidimensional y complejo de la empresarialidad. En este sentido, vamos a destacar dos aportaciones claves que aportan una visión macroempresarial más amplia y permite analizar con mayor detenimiento el impacto de la empresarialidad en una economía. En concreto, nos estamos refiriendo, por un lado, al modelo de Wennekers y Thurik (1999), donde se plantea la necesidad de enlazar tres niveles de análisis en la empresarialidad y por otro lado, el modelo del *Global Entrepreneurship Monitor Research Program*, donde destaca el papel atribuido tanto a las PYMEs como a las grandes empresas como impulsoras del crecimiento económico.

⁶⁵ COMPENDIA 2000.2: se trata de un conjunto de datos armonizado sobre la propiedad comercial referida a 30 países de la OCDE. Disponible en www.entrepreneurship-sme.eu (datasets).

V.3.1. El modelo de Wennekers y Thurik (1999).

En nuestra opinión, Wennekers y Thurik (1999 y 2001) fueron los pioneros a la hora de desarrollar un modelo integrador entre los diversos niveles de la empresarialidad y el crecimiento económico. Para estos autores, la globalización y la revolución de las tecnologías de la información y comunicación han implicado una necesidad de cambio estructural que requiere una considerable reorganización de los recursos productivos en donde la empresarialidad juega un papel fundamental.

Wennekers y Thurik parten de la idea de que la empresarialidad es un concepto multidimensional, lo que dificulta la medición de la actividad emprendedora de una manera global y, por tanto, el análisis de su impacto en los resultados económicos. Por ello, a partir de la revisión de varias perspectivas de estudio entre las cuales se pueden mencionar, la visión histórica de Schumpeter (1934) y Baumol (1968), la Teoría del Crecimiento, la literatura de la administración, la economía industrial (en particular, la ventaja competitiva de las naciones de Porter) y la Economía Evolucionista, proponen un marco analítico donde se recogen variables y vínculos intermedios que permiten analizar cómo el crecimiento económico está vinculado con la actividad empresarial. Este marco analítico lo consideran una posible guía para futuras investigaciones.

Como se ha comentado en el Capítulo II de este trabajo de investigación, una parte importante de la aportación de Wennekers y Thurik recae en su delimitación de la empresarialidad. Estos autores se apoyan en las aportaciones de Hébert y Link (1989), Bull y Willard (1993) y Lumpkin y Dess (1996) para proponer una definición de empresarialidad centrada en la capacidad y deseo de los individuos, dentro o fuera de organizaciones existentes, de crear nuevas oportunidades económicas e introducir sus ideas en los mercados.

Dos importantes implicaciones pueden ser consideradas en base a esta definición.

- En primer lugar, cobra especial protagonismo el comportamiento de los agentes económicos. Efectivamente, para estos autores la empresarialidad es básicamente un comportamiento característico de las personas que requiere de habilidades y de cualidades empresariales y en la que se tienen en cuenta

diversos aspectos y circunstancias que rodean al individuo. De esta manera, cuando estos autores se refieren a los emprendedores se están refiriendo a una actividad y no a una ocupación o profesión. Además, el comportamiento emprendedor no es una condición permanente y, por tanto, los empresarios pueden exhibir su comportamiento emprendedor sólo durante una cierta etapa de su carrera y/ o en relación con una parte de sus actividades.

- En segundo lugar, la empresariedad no es sinónimo de pequeña empresa. Ciertamente, las pequeñas empresas son un medio excelente por el cual los individuos pueden canalizar sus ambiciones empresariales. La pequeña empresa es una extensión de la persona que tiene a su cargo, pero la empresariedad puede darse tanto en las grandes como en las pequeñas empresas.

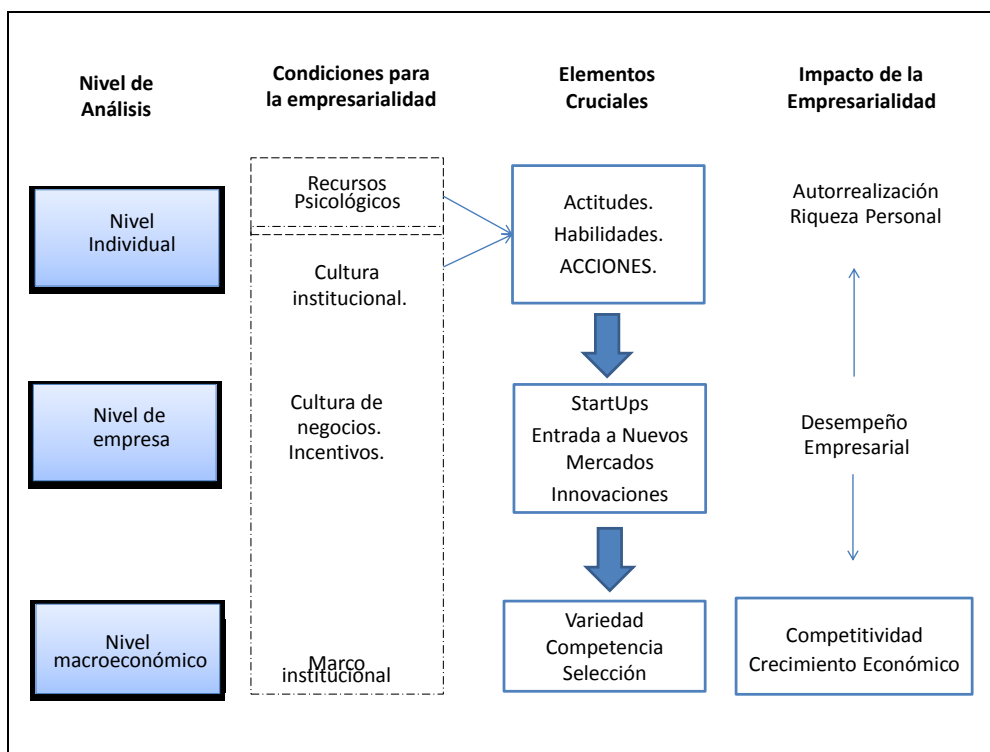
Bajo estas premisas, para estos autores el marco analítico que relaciona la empresariedad con el crecimiento está compuesto al menos por cuatro elementos. En primer lugar, consideran los fundamentos microeconómicos del crecimiento, haciendo hincapié en el papel de las externalidades del conocimiento en dicho proceso. En segundo lugar, identifican una serie de vínculos intermedios que describen cómo el *entrepreneurship* influencia al crecimiento económico. Estos vínculos son la innovación, la variedad de la oferta, la entrada y salida de empresas y el esfuerzo y energía específicos de los empresarios. En tercer lugar, plantean la doble causalidad en la relación entre la empresariedad y el crecimiento. Y, por último, tienen en cuenta el carácter multidisciplinar del análisis como medio para vincular entre sí los distintos niveles.

Con estos cuatro elementos proponen un modelo sobre la contribución del *entrepreneurship* al crecimiento económico basado en tres niveles de análisis que permiten enlazar el nivel individual de la empresariedad con los resultados macroeconómicos (**Figura V.1**). Esos tres niveles son el nivel de los empresarios individuales que operan por su cuenta o en equipo, el nivel de las empresas y el nivel agregado de las industrias, regiones y naciones. Se trata de un modelo donde diversas condiciones psicológicas y culturales de los empresarios pueden determinar el impacto de la empresariedad en la economía.

En el primer nivel de su modelo (nivel individual), aparecen una serie de condiciones psicológicas, actitudes, habilidades y, fundamentalmente, acciones que repercuten en la autorrealización y riqueza personal del propio empresario.

En el segundo nivel, se encuentra la acción emprendedora que se desarrolla a nivel de empresa. Según estos autores, los empresarios necesitan un vehículo o mecanismo para transformar sus cualidades y ambiciones personales en acciones. Para Wennekers y Thurik, las pequeñas empresas, donde el empresario tiene un mayor control sobre sus acciones, ofrecen este vehículo. Esto explica por qué las empresas más grandes han adoptado formas de organización más flexibles (como la organización a través de la subcontratación o las *joint ventures*) que les permite desarrollar su *corporate entrepreneurship* o *intrapreneurship*. Los resultados en el nivel de empresas generalmente tienen que ver con la "novedad" que adopta la forma de nuevos productos, innovaciones de procesos y de organización, entrada en nuevos mercados o creación de nuevas empresas. Todo ello repercute en el desempeño empresarial.

Figura V.1. Modelo de Wennekers y Thurik (1999).



Fuente: Wennekers y Thurik (1999).

En el nivel agregado -industrias, regiones y economías nacionales- la empresarialidad genera un proceso de competencia entre una gran variedad de ideas y nuevas iniciativas, produciéndose una selección de las empresas e industrias más viables. Esta variedad, competencia y selección a nivel macro permiten ampliar y transformar el potencial productivo de una economía regional o nacional (por sustitución o desplazamiento de los negocios obsoletos, por el aumento de la productividad y por la expansión de nuevos nichos de mercados y sectores) generando competitividad y crecimiento económico.

Según los autores estos niveles son permeables entre sí. Efectivamente, Wennekers y Thurik consideran que existen vínculos y mecanismos de retroalimentación importante entre los tres niveles. En este sentido, la competencia y la variedad en la selección, sin duda, permiten a los empresarios y empresas aprender tanto de sus propios éxitos y fracasos como el de los otros. Estos procesos de aprendizaje permiten a las personas aumentar sus habilidades y adaptar sus actitudes. El resultado de estos efectos secundarios serán nuevas acciones emprendedoras. Así por ejemplo, la competencia y la selección, sin duda, permiten a las personas (y empresas) aprender de los éxitos y de los fracasos. Estos procesos de aprendizaje permiten a las personas aumentar sus habilidades y adaptar sus actitudes a las nuevas circunstancias.

Finalmente, su modelo se completa considerando que el resultado de estos procesos dinámicos depende de una serie de condiciones del entorno como los valores, la cultura nacional o regional, la cultura interna de las empresas o el marco institucional que pueden suponer incentivos o barreras para que las personas materialicen sus ambiciones en acciones.

A partir de este modelo, los autores plantean una serie de cuestiones a responder en futuras investigaciones. En este sentido, destacamos su interés por los aspectos más cualitativos. Así por ejemplo, consideran que es necesario continuar analizando cómo las variables culturales influyen en las decisiones de los individuos para iniciar un negocio y cómo interactúan las variables culturales con el desarrollo económico y tecnológico o con las políticas destinadas a fomentar el espíritu empresarial.

En resumen, su metodología en tres niveles elabora una primera aproximación macroempresarial del fenómeno y hace de estos autores una clara referencia a la hora de analizar el fenómeno de la empresarialidad en el desempeño económico. Sin embargo, por la complejidad de las relaciones planteadas, su modelo no ha recibido el correspondiente y necesario respaldo empírico.

V.3.2. El modelo del Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

Finalmente, no podemos olvidar el papel que ha jugado el modelo del GEM a la hora de explicar el crecimiento económico mediante la creación de nuevas empresas. Efectivamente, esta línea de investigación se ha enriquecido desde comienzos del siglo XXI gracias a la aportación realizada por Reynolds et al. (2002) donde se desarrolla el modelo conceptual del GEM. Este modelo recoge diversas variables relacionadas con el contexto social, económico y político, las condiciones nacionales, la estructura empresarial y de oportunidades para analizar los resultados generados por las nuevas empresas en el crecimiento económico, en el empleo y en la innovación. Desde entonces, una amplia variedad de estudios han elegido sus estadísticas para contrastar sus resultados y los estudios que analizan el papel de la creación de empresas en el crecimiento económico han recibido un notable impulso académico y empírico.

Las expectativas creadas por el proyecto de Global Entrepreneurship Monitor han sido tales que resulta necesario prestarle especial atención y es una cita necesaria cuando se trata de vincular la empresarialidad con el avance económico de un territorio. El GEM es considerado la iniciativa investigadora más ambiciosa que existe a nivel mundial sobre el estudio del entorno de la creación de empresas y su vinculación con el crecimiento económico. Su principal objetivo es la realización periódica de una investigación de carácter eminentemente cuantitativo sobre los factores relevantes que promueven la creación de nuevas empresas y la influencia que tiene en ella el contexto socioeconómico de cada país así como su influencia en el crecimiento de las economías⁶⁶.

⁶⁶ Desde la edición del 2003 se ha superado los 40 países.

En el modelo GEM se contempla un amplio conjunto de factores asociados con las variaciones que se producen en la actividad emprendedora (Reynolds et al., 2002). Así, el modelo reúne un conjunto de elementos fundamentales que se relacionan y que interactúan entre sí. En concreto, el modelo del GEM, desarrollado en Reynolds et al., (2002) está integrado por cuatro grandes dimensiones de análisis: a) el contexto social, económico y político del país, b) las condiciones nacionales, tanto a nivel general como específicas de los emprendedores, c) la estructura empresarial y de oportunidades para el emprendedor y d) los resultados generados de las nuevas empresas reflejados en el crecimiento económico, en el empleo y en la innovación tecnológica.

Bajo estas premisas, el modelo del GEM (**Figura V.2**) trata de explicar por qué algunas economías nacionales crecen más rápidamente que otras. Para ello, supone que todos los procesos económicos se llevarán a cabo en un contexto político, social e histórico relativamente estable, contemplando dos mecanismos complementarios que repercuten en el crecimiento económico de los países y regiones y que permiten vincular la empresarialidad con el crecimiento económico. Son los siguientes:

- El primer mecanismo muestra la relevancia de las grandes empresas establecidas que asumen, entre otros aspectos, la mayor parte de relaciones comerciales con otras regiones y países o la innovación. El GEM considera que a medida que estas empresas van madurando y creciendo, generan una importante demanda de bienes y servicios en sus territorios que representan oportunidades de mercado para muchas pequeñas y medianas empresas.
- El segundo mecanismo se refiere al impacto cuantitativo relacionado con la propia creación de empresas, generalmente PYMEs, que constituye la esencia del modelo.

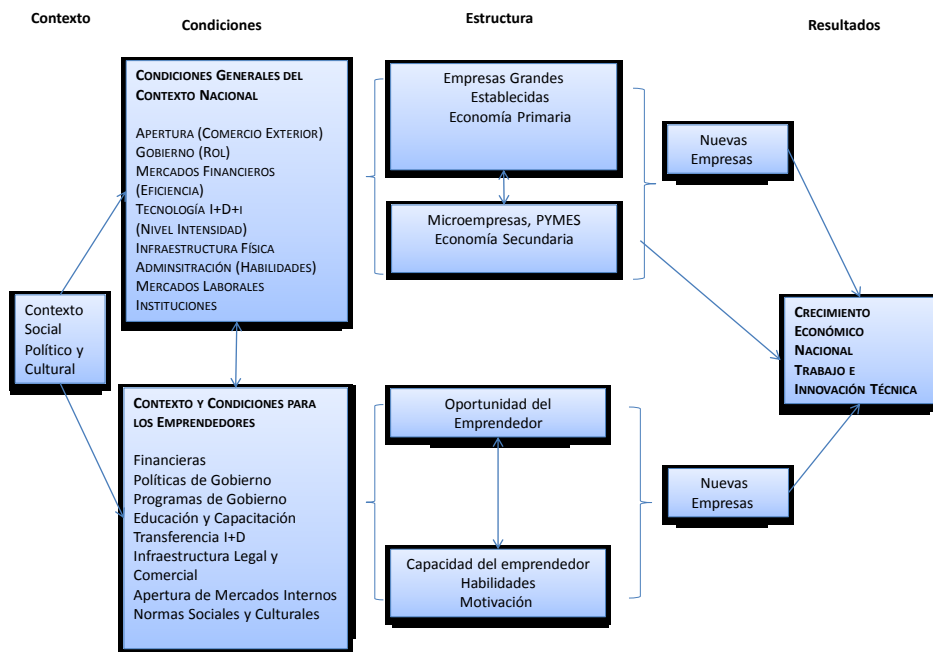
Tal vez el mayor valor en el modelo GEM es el énfasis en el carácter complementario de los mecanismos subyacentes, los cuales han sido vinculados al crecimiento económico nacional. El desarrollo económico de un país depende de una combinación entre la fuerza de las grandes compañías y la creación de nuevas empresas, que representa el verdadero núcleo del proyecto GEM. Así, la relación entre crecimiento

nacional y actividad económica total es analizada considerando las empresas nacientes, nuevas y consolidadas (Urbano et al., 2010).

En este proceso, otro conjunto de factores contextuales, denominado "Condiciones Marco Empresarial", interviene entre el contexto social y cultural y la aparición y expansión de las nuevas empresas. Además, se especifican dos características críticas en el proceso emprendedor:

- La aparición o la presencia de oportunidades en el mercado.
- La capacidad (es decir, la motivación y habilidad) de las personas en la búsqueda de los oportunidades para iniciar nuevas empresas.

Figura V.2. El modelo del GEM



Fuente: Reynolds et al., (2001).

Así pues, la importancia dada tanto a las grandes empresas como a las PYMEs, la posibilidad de analizar las motivaciones de los emprendedores y los factores del entorno así como la visión macroeconómica del proyecto GEM-que enlaza directamente la empresarialidad con el crecimiento económico- le hace un claro referente en cualquier modelo a la hora de considerar el impacto de la empresarialidad en una economía.

V.4. UNA PROPUESTA DE MODELO MACROECONÓMICO DE ENLACE.

En base a los planteamientos anteriormente analizados, en este epígrafe proponemos un marco teórico para analizar de manera global el impacto de la empresarialidad en el desarrollo económico de un territorio. Este marco teórico permitirá no sólo comprender qué tipo de comportamientos empresariales y rasgos del sistema empresarial pueden ser los más eficaces a la hora de estimular la riqueza y el empleo en un territorio, si no que pretende analizar cómo la empresarialidad puede explicar las disparidades económicas entre distintas áreas económicas.

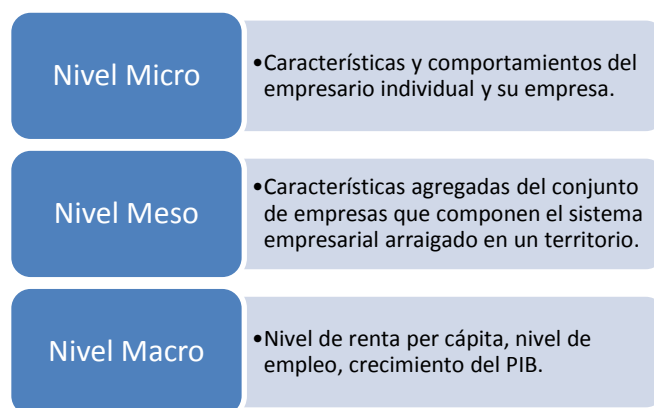
El marco teórico propuesto se fundamenta en dos características básicas:

- a) En primer lugar, aunque comparte elementos comunes con otros modelos relevantes, como es el caso de los modelos propuestos por Wenekers y Thurik (1999) y por Reynolds et al., (2002), planteamos una perspectiva centrada en aspectos cualitativos de la empresarialidad. Algunos antecedentes más cercanos a nuestro planteamiento se pueden encontrar en la configuración teórica de la calidad empresarial elaborada por Santos y Guzmán (1999 y 2001) y Santos (2004). Como hemos mencionado a lo largo de este trabajo, la investigación en el ámbito de la iniciativa empresarial no ha explorado suficientemente los aspectos cualitativos que conforman la calidad empresarial por lo que consideramos oportuno seguir investigando en esta dirección. En este sentido, consideramos que los aspectos cuantitativos de la empresarialidad, referidos a la cantidad y creación de empresas, se muestran como una condición necesaria pero no suficiente para el mantenimiento de elevados niveles de renta y empleo a largo plazo. En otras palabras, nuestro modelo propone que el atraso económico de determinadas zonas con menores niveles de renta y empleo se relaciona con determinadas características y comportamientos de sus empresarios, empresas y de los sistemas que integran en el territorio objeto de estudio.
- b) En segundo lugar, este marco teórico adoptará una perspectiva de análisis macroempresarial. Ello implica la necesidad de delimitar distintos niveles de análisis para proceder al enlace del agente empresarial y su empresa con el

desarrollo territorial. Para ello, en nuestro modelo se plantearán diversos componentes de la empresariedad correspondientes a cada uno de los distintos niveles de análisis que han sido desarrollados en los anteriores Capítulos III y IV de este trabajo de investigación. En este sentido, se realiza una modificación de Wennekers y Thurik (1999), separando tres niveles permeables en los que se manifiesta la empresariedad en un territorio (Figura V.3): el nivel micro, el nivel meso y el nivel macro.

- En el nivel microeconómico, de acuerdo con los requisitos de nuestra definición operativa de empresariedad, incluimos el papel del empresario y de la empresa. En este nivel se funden determinadas características y comportamientos del empresario individual y de su empresa a través de la cual se manifiesta la empresariedad como mecanismo para alcanzar los objetivos empresariales propuestos.
- El segundo nivel, nivel mesoeconómico, se incluye el sistema empresarial de un territorio compuesto por el conjunto de empresas localizadas en el mismo y cuyas características agregadas refuerzan el nivel micro y se configuran como los eslabones de enlaces con el nivel superior.
- Finalmente, el nivel macro recogerá la economía (local, regional o nacional) en su conjunto en donde la empresariedad se traduce, entre otros aspectos, en el mantenimiento (o alcance) de elevados niveles de renta y empleo a largo plazo.

Figura V.3. Niveles de análisis del modelo macroempresarial.



Fuente: Elaboración propia.

De esta forma, se pueden establecer distintos submodelos de empresarialidad que propician diferentes niveles de renta y empleo a largo plazo, sirviendo las cualidades de los sistemas empresariales como los nexos de unión entre el nivel microeconómico del empresario y su empresa, con el macroeconómico del desarrollo y crecimiento económico del territorio objeto de estudio. Por supuesto, todos los elementos de estos niveles de análisis se ven afectados por una serie de condicionantes, tanto del contexto nacional como a nivel individual, que repercuten en esa relación.

Si bien no es objeto de este trabajo de investigación profundizar en estos elementos, consideramos necesario realizar una visión general sobre algunas de esas variables. En este sentido, ha sido habitual en las investigaciones especializadas separar dos grupos de factores determinantes de la empresarialidad: por un lado, los factores del entorno más general y, por otro lado, los factores personales relativos al propio empresario (Audretsch y Fritsch, 1994; Keeble y Walter, 1994; Fernández y Junquera, 2001; Comisión Europea, 2003; OCDE, 2003). Así por ejemplo, el modelo del GEM separa las condiciones del contexto nacional (caracterizado por el nivel de apertura, el papel del gobierno, los mercados financieros o las infraestructuras) del contexto específico para los emprendedores (recursos financieros, programas y políticas específicas, normas sociales y culturales, etc.) que captan las principales características del entorno socio-económico de un país que tiene un impacto significativo en el sector empresarial.

Respecto a los factores del entorno, la literatura especializada ha destacado una amplia serie de elementos que pueden ejercer influencia en la empresarialidad. De este modo, se ha incluido la presión competitiva o la demanda efectiva (Westhead y Moyes, 1992; Hart y Gudgin, 1994; Green, 1998), el nivel de infraestructuras y comunicaciones (Krugman, 1991; Glasser et al., 1992; Audretsch y Fritsch, 1994), la disponibilidad de recursos financieros (Gompers, 1999; Comisión Europea, 2003), la accesibilidad a materias primas o recursos humanos (Birley y Westhead, 1993; Hart y Gudgin, 1994; Keeble y Walker, 1994; Garofolli, 1994; Bamford et al., 1996) o el entorno legal y administrativo (Hart y Gudgin, 1994; Welsch et al., 1996; Begley et al., 1998).

No obstante, como exponen Guzmán y Cáceres (2001) las variables que componen el contexto económico que con más frecuencia se han utilizado para explicar la creación de empresas han sido tres: a) el nivel de oportunidades económicas, es decir, la

existencia de posibilidades para el desarrollo de actividades económicas con las que poder realizar un beneficio potencial; b) la estabilidad macroeconómica, que viene dada, entre otros factores, por la evolución mostrada por la inflación, el crecimiento de la actividad económica o el nivel de incertidumbre reinante y c) la falta de oportunidades de empleo, que hace referencia a la posibilidad de conseguir un puesto de trabajo por cuenta ajena y, por tanto, que está condicionada en gran medida por el nivel de las tasas de desempleo.

Respecto a los factores personales se pueden incluir un conjunto de variables que conforman el contexto social y familiar más cercano al propio empresario. Dentro de este grupo, Guzmán y Cáceres (2001) consideran entre otros condicionantes: a) los valores culturales dominantes y la consideración o legitimación social del empresario; b) el marco sociopolítico, que puede entenderse, en general, como el grado de protección jurídica de las personas y sus propiedades; c) los niveles de marginación social⁶⁷ y d) la familia, por su papel en la socialización del individuo.

Ambos grupos de factores se configuran como elementos que pueden a facilitar u obstaculizar la empresarialidad y los mecanismos internos de enlace entre los diversos niveles de nuestro marco teórico.

Teniendo presente estas premisas, nuestro marco de análisis se articula en base a la definición operativa sobre la empresarialidad propuesta en el Capítulo II. El objetivo es plantear una visión global de la empresarialidad desde el punto de vista cualitativo que permita su empleo como factor explicativo endógeno de las disparidades económicas entre territorios y de sus distintos niveles de desarrollo relativo. Más detenidamente, nuestro marco macroempresarial de análisis plantea diferentes patrones de empresarialidad a partir de los distintos niveles de calidad de empresarios y empresas (nivel microeconómico) y de determinadas características de los sistemas empresariales derivados de ellos (nivel mesoeconómico) que dan lugar a distintos niveles de crecimiento y desarrollo del territorio donde se sitúan y, por tanto, a la reducción o aumento de las disparidades económicas a largo plazo entre territorios (nivel macroeconómico).

⁶⁷ En este sentido, se observa que los individuos o grupos sociales objeto de marginación, ya sea por religión, cultura, etnia, etc., tienden a asumir roles empresariales como medio para escapar de su situación.

Llegados a este punto, y antes de proceder a la formulación de hipótesis, debemos concretar dos tipos de territorios que serán planteados en el modelo. En términos comparativos, hablaremos de territorios avanzados caracterizados por altos niveles de renta y empleo frente a territorios relativamente atrasados delimitados por uno bajos niveles de renta y empleo.

De esta forma, para que la empresarialidad influya de manera decisiva en el desarrollo integral de los territorios relativamente más atrasados es necesario no sólo que las empresas de su sistema consigan un desempeño o crecimiento empresarial positivo sino que lleven a cabo una serie de cambios estructurales en determinadas características y comportamientos cualitativos del mismo.

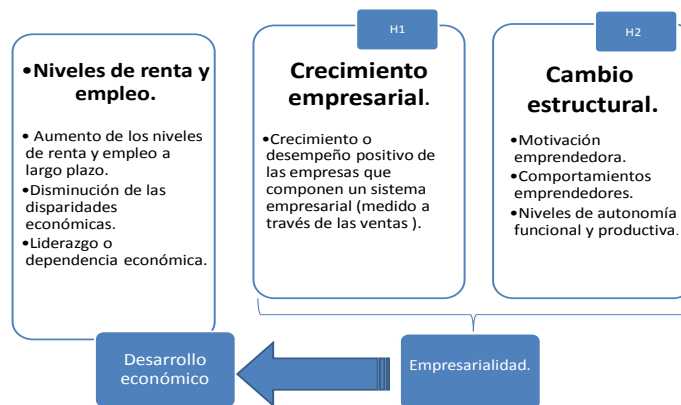
De esta manera, cambios en la motivación de los empresarios, en el tipo de comportamientos que configuran la orientación emprendedora y en los niveles de dependencia funcional y productiva son claves para generar un diferencial de renta y empleo sostenibles a largo plazo. En particular, consideramos que a nivel agregado el crecimiento de las ventas debe estar reforzado por los encadenamientos productivos y por el poder de negociación de las empresas funcional y productivamente autónomas. La existencia de este tipo de sistema empresarial en un territorio permitiría, no sólo el mantenimiento de elevados niveles de renta y empleo, sino también, gozar de posiciones de liderazgo económico en términos comparados con otros territorios.

De esta manera, planteamos dos hipótesis generales a comprobar en este trabajo de investigación. Serían las siguientes (**Figura V.4**):

H1: Independientemente del territorio donde se localicen, las empresas con una motivación pull (push) son más (menos) proclives a desarrollar una orientación emprendedora, mejorando su desempeño empresarial medido a través de las ventas y empleo.

H2: El crecimiento de las ventas y del empleo a corto plazo de las empresas de un territorio es una condición necesaria, pero no suficiente, para el desarrollo, pues para que los territorios relativamente atrasados disminuyan sus disparidades económicas frente a los territorios avanzados, se deben producir cambios estructurales en ciertas características y comportamientos de su sistema de empresas que redunden, especialmente, en un aumento de sus niveles de autonomía productiva y funcional.

Figura V.4. Vínculos empresarialidad-desarrollo.



Fuente: Elaboración propia.

Para analizar estas hipótesis centrales, se examinarán los niveles micro y meso prestando atención a las variables claves en las que se manifiesta la empresarialidad en cada uno de ellos.

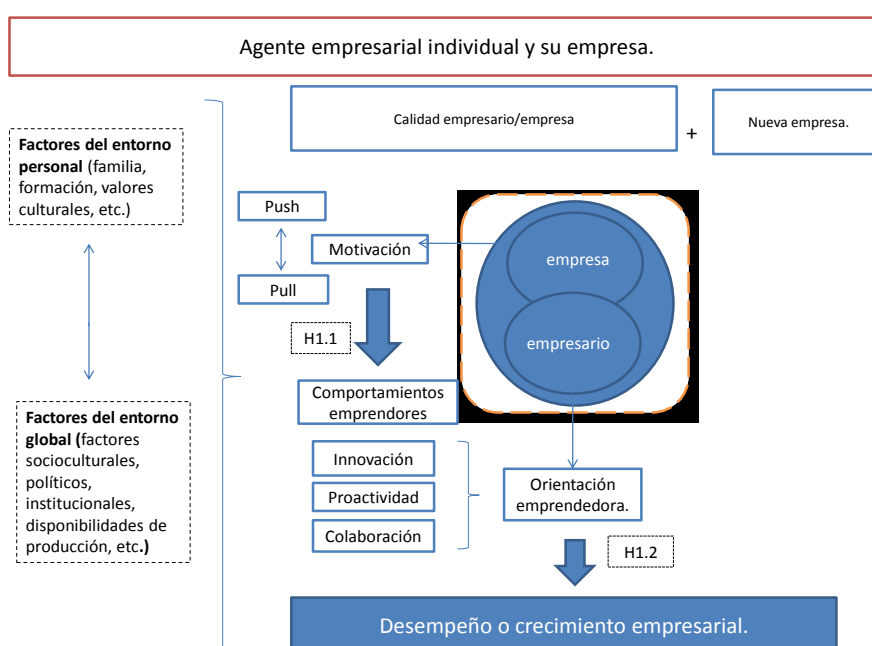
a) Nivel microeconómico.

A nivel microeconómico, la empresarialidad recoge un conjunto de características, cualidades y comportamientos de carácter dinámico de empresarios y empresas localizados en un territorio (**Figura V.5**).

En este nivel, desde un punto de vista cuantitativo, la empresarialidad engloba el resultado de la acción emprendedora de las personas a nivel individual y de las empresas establecidas (*intrapreneurship*) que da lugar a la creación de una nueva actividad empresarial que adopta la forma de una nueva empresa.

De manera complementaria, consideramos que desde un punto de vista cualitativo hay ciertas características de los empresarios individuales y sus empresas, tanto nuevas como establecidas, que delimitan su calidad empresarial e impulsan su desempeño.

Figura V.5. Vinculando empresarialidad y desarrollo. Nivel microeconómico.



Fuente: Elaboración propia.

En este sentido, destacamos dos grupos de características que actúan en este primer nivel: las motivaciones de los empresarios y la configuración de una orientación emprendedora basada en comportamientos emprendedores y dinámicos.

Por tanto, nuestro modelo parte de una primera variable de carácter cognitivo: la motivación.

Como se expuso en el Capítulo III, consideramos que la motivación recoge el conjunto de razones que impulsan a los individuos a realizar un determinado

comportamiento (Shane et al. 2003). La motivación reúne los determinantes de cualquier comportamiento, tanto la influencia de los factores del entorno global donde se desenvuelve el individuo (disponibilidades productivas, factores socioculturales o político-institucionales) como la influencia de los factores del entorno personal (experiencia, familia, formación) (Santos y Guzmán, 2001).

En función de estos factores del entorno y, por supuesto, de los rasgos de personalidad innatos del individuo, consideramos que el tipo de motivación que influye en mayor medida en la calidad emprendedora es la motivación pull frente a la motivación push.

Como ha quedado reflejado especialmente en los modelos de intención empresarial, la motivación tiene un papel fundamental a la hora de determinar los comportamientos adoptados. La motivación influye en el comportamiento emprendedor tanto antes como después de la puesta en marcha de la actividad empresarial (Ajzen 1991; Herron y Robinson, 1993; Krueger y Casrud, 1993; Santos, 1998). De esta manera, es posible considerar que distintos tipos de motivación por parte del empresario generaran diferentes comportamientos adoptados.

Esta circunstancia permite configurar nuestro segundo elemento a nivel microeconómico: la adopción de comportamientos dinamizadores que configuran la Orientación Emprendedora de una empresa.

En este sentido en el Capítulo III de este trabajo se ha analizado el papel de la Orientación Emprendedora como un componente cualitativo de la empresarialidad. Siguiendo a Miller (1983), Stevenson y Jarillo (1990), Covin y Slevin (1991), Lumpkin y Dess (1996 y 2001), Wiklund (1999) y Brown et al. (2001) se pueden plantear un conjunto de componentes básicos en la orientación emprendedora en donde destacan tres variables: la innovación, la proactividad y la asunción de riesgos. Sin embargo, algunos autores han considerado otras variables que permiten delimitar la calidad de los comportamientos empresariales. En este sentido, consideramos que la cooperación, la ambición o una visión a largo plazo forman también parte de estos comportamientos dinamizadores, especialmente en el caso de las PYMEs (Guzmán y Santos, 2001).

Para los objetivos de este trabajo, hemos elegido los siguientes tres comportamientos para configurar la Orientación Emprendedora de las empresas:

- La innovación: como una de las dimensiones fundamentales del comportamiento emprendedor (Covin y Slevin, 1991; Zahra y Covin, 1993; Lumpkin y Dess, 1996). En especial, consideramos la innovación como el conjunto de actividades que lleva a la introducción con éxito en el mercado de una idea, en forma de nuevos o mejorados productos, procesos, servicios o técnicas de gestión y organización.
- Proactividad: ya hemos comentado que Miller (1983) considera a la proactividad como una estrategia que permite a los empresarios actuar con antelación. Se trata de un comportamiento fundamental para aprovechar las oportunidades económicas y para encontrar y explotar nuevos productos y mercado antes que la competencia. Un comportamiento proactivo permite a las empresas liderar los mercados y, por tanto, consideramos que repercute en la calidad de la misma (Miller y Friesen, 1978; Lumpkin y Dess, 1996; McMullen et al., 2007).
- Cooperación: aunque no ha sido considerada como una dimensión propia de la orientación emprendedora, la colaboración es un elemento relevante del comportamiento de las empresas que contribuye a la calidad empresarial (Guzmán y Santos, 2001; Santos y Liñán, 2007). La colaboración, ya sea a través de acuerdos formales con otras empresas o través de acuerdos informales mediante redes de contactos personales, es especialmente importante para el caso de las PYME puesto que le permite fortalecer su posición competitiva en el mercado y crecer más rápido (Pyke et al., 1991; Markusen, 1996; Guerrieri et al., 2001).

Finalmente, la consideración de la orientación emprendedora de la empresa permite enlazar sus componentes con los resultados o desempeño de la actividad empresarial. Como se ha analizado en el epígrafe III.7, la literatura especializada encuentra resultados positivos a la hora de relacionar la orientación emprendedora con un mayor desempeño de la empresa que puede expresarse en mayores ventas o empleos. De esta

manera, la manifestación básica a nivel microeconómico de los comportamientos emprendedores reside en un mejor desempeño de la empresa (Wiklund, 1999; Zahra y Garvis, 2000).

Bajo estos planteamientos, proponemos dos hipótesis específicas sobre los antecedentes y resultados de la orientación emprendedora a nivel microeconómico:

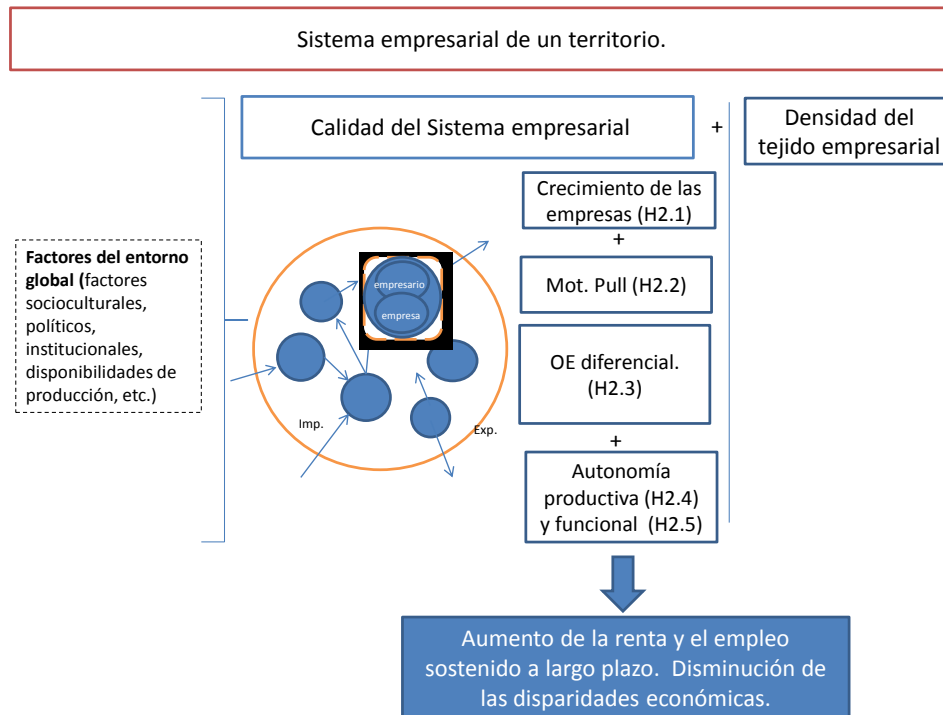
H1.1: El tipo de motivación empresarial influye en el tipo de comportamiento adoptado, es decir, un empresario con motivación pull (push) es más (menos) proclive a adoptar una orientación emprendedora en su empresa.

H1.2: La orientación emprendedora se encuentra correlacionada positivamente con el desempeño de la empresa, es decir, la empresa que adopta (no adopta) una orientación emprendedora obtiene un mayor (menor) desempeño empresarial medido a través de las ventas.

b) Nivel mesoeconómico.

Desde una perspectiva mesoeconómica (Figura V.6), la agregación de empresas individuales, da lugar a la formación del sistema de empresas del territorio. El número de empresas existentes en el mismo depende básicamente del stock acumulado y de la tasa de creación y destrucción de empresas. De esta manera, la dimensión cuantitativa de la empresarialidad en este nivel puede quedar recogida en una variable básica como es la densidad empresarial del territorio.

Figura V.6. Vinculando empresarialidad y desarrollo. Nivel mesoeconómico.



Fuente: Elaboración propia.

En este nivel pueden generarse diferencias de crecimiento entre sistemas empresariales debido a que no todas las unidades productivas contribuyen al desarrollo de igual forma, siendo relevante la presencia de diferentes sectores económicos predominantes y el tamaño medio del sistema empresarial objeto de estudio. Sin embargo, consideramos que el crecimiento de las ventas del conjunto de empresas que componen el sistema empresarial territorial es una condición necesaria, pero no suficiente, para proceder al enlace entre la empresarialidad y el desarrollo territorial. Proponemos la siguiente hipótesis H21:

H2.1: Un mayor desempeño de las empresas que componen un sistema empresarial es una condición necesaria para reducir sus disparidades económicas con otras economías relativamente más avanzadas.

En este sentido, y desde punto de vista cualitativo, la calidad de un sistema empresarial no se puede medir como la suma individual de la calidad de sus empresas. Aparecen determinados rasgos y características determinantes de los distintos niveles de desarrollo relativo entre territorios.

De esta manera, en primer lugar, el tipo y la fuerza de la motivación empresarial pueden fijar las metas y aspiraciones de la empresa, dando lugar a diferentes resultados que tendrán repercusiones a nivel agregado (Hessels et al. 2008). En este sentido, de acuerdo con la literatura especializada, los empresarios con motivación *pull* tratan de hacer tareas más difíciles, llegar a un mayor aprendizaje conceptual, fortalecer su creatividad, son más propensos y persistentes en sus comportamientos emprendedores y tienen una inclinación a las emociones positivas. De esta manera, diversos estudios parecen confirmar que la motivación *pull* tiene un mayor efecto en la tasa de crecimiento de los países que la motivación por necesidad (Amit y Muller, 1995; Solymossy, 1997; Vivarelli, 2004).

De acuerdo con estas ideas, proponemos la siguiente hipótesis que relaciona la motivación con el desarrollo territorial agregado:

H2.2: los sistemas de empresas de las regiones relativamente avanzadas se caracterizan por una mayor presencia de empresarios con una motivación pull, mientras que los sistemas de empresas de las regiones relativamente atrasadas se caracterizan por una mayor presencia de empresarios con una motivación push.

En segundo lugar, la mayoría de estudios consideran la existencia de ciertas formas de ajuste entre la Orientación Emprendedora y el desempeño empresarial en función de diversos factores organizativos o capacidades internas de la empresa y factores del entorno (Covin y Slevin, 1990; Lumpkin y Dess, 2001; Covin et al., 2001). De esta manera, consideramos que es posible que existan diferencias en la Orientación Emprendedora entre territorios con distinto nivel de desarrollo relativo que se encuentren relacionadas con el entorno o con el tipo de características básicas de la empresa que en ellos se localizan. En concreto, consideramos posible que las empresas de las regiones relativamente más avanzadas se caractericen por ciertas fortalezas en sus comportamientos innovadores, proactivos y colaborativos que configuran su orientación emprendedora, frente a la orientación emprendedora desarrollada por las empresas de las regiones relativamente más atrasadas.

En base a estas ideas, proponemos la siguiente hipótesis que relaciona la orientación emprendedora con el desarrollo territorial agregado:

H2.3: Los sistemas de empresas de las regiones relativamente más avanzadas se caracterizan por ciertas fortalezas en sus comportamientos innovadores, proactivos y colaborativos, mientras que las empresas de las regiones relativamente más atrasadas se caracterizan por ciertas debilidades en sus comportamientos innovadores, proactivos y colaborativos.

Adicionalmente, en este nivel resultan fundamentales las relaciones que se establecen entre las grandes empresas localizadas en el territorio y la gran mayoría de PYMEs, así como su modelo de integración en las cadenas globales de valor que dan lugar a determinadas tipologías de empresas con un distinto impacto regional (Romero y Santos, 2007; Guzmán-Cuevas et al., 2009). A pesar de la complejidad de estos fenómenos a nivel mesoeconómico, nuestro marco teórico considera que es posible aproximarnos a ellos a través de las situaciones de dependencia o autonomía que se generan en las relaciones entre proveedores y clientes dentro de las cadenas de valor y que influyen en el crecimiento y fortaleza del sistema empresarial en su conjunto así como en su posición relativa respecto a otros territorios. De esta manera, incluimos en nuestro modelo macroempresarial dos variables adicionales a nivel mesoeconómico:

- La dependencia/autonomía funcional: como hemos analizado en el Capítulo IV, un alto nivel de dependencia funcional representa una debilidad para la economía regional y representa una limitación, desde una perspectiva macroeconómica a la generación de valor añadido y el empleo en la región (Guzmán-Cuevas et al., 2009). Una gran presencia de empresas funcionalmente dependientes implicaría que las empresas del sistema no se benefician de los efectos externos causados por los impactos multiplicadores de su actuación conjunta en las cadenas de producción. Por el contrario, un sistema empresarial caracterizado por una gran presencia de empresas funcionalmente autónomas estaría asociado con un mayor crecimiento potencial debido a la orientación hacia los mercados externos y una mayor capacidad de generar efectos indirectos a través de encadenamientos hacia atrás.

- La dependencia/autonomía productiva: una elevada dependencia productiva hacia delante o hacia atrás sitúa al sistema empresarial en una posición de vulnerabilidad, ya que la mayoría de sus inputs y outputs están sujetos a decisiones y circunstancias fuera de su control (Guzmán-Cuevas et al., 2009). Asimismo, implica una limitación de la capacidad de negociación de las PYMEs y, en consecuencia, problemas para alcanzar un mayor desempeño empresarial. Por el contrario, un sistema empresarial caracterizado por empresas con autonomía productiva cuenta con una estructura diversificada de clientes y proveedores, gozando de un mayor poder de negociación y un desempeño potencial superior.

De acuerdo con estas ideas, proponemos las siguientes hipótesis que relaciona la dependencia y autonomía funcional y productiva a nivel mesoeconómico con el desarrollo territorial:

H2.4: Los sistemas empresariales de las regiones relativamente más atrasadas se caracterizan por una mayor presencia de empresas funcionalmente dependientes, mientras que las regiones relativamente más avanzadas se caracterizan por una mayor presencia de empresas con autonomía funcional.

H2.5: Los sistemas empresariales de las regiones relativamente más atrasadas se caracterizan por una mayor presencia de empresas productivamente dependientes, mientras que las regiones relativamente más avanzadas se caracterizan por una mayor presencia de empresas con autonomía productiva.

De esta manera, la densidad empresarial unida a un crecimiento empresarial reforzado por los encadenamientos productivos y poder de negociación de las empresas funcional y productivamente autónomas se configuran como los elementos que permiten enlazar el desarrollo territorial con la empresarialidad. Estas circunstancias deben manifestarse no sólo en términos macroeconómicos en unos elevados niveles de empleo y de renta, sino que permiten el mantenimiento de la posición de liderazgo y autonomía económica de los territorios avanzados o la disminución de las disparidades

económicas en caso de territorios atrasados. Por el contrario, la falta de empresas e iniciativa empresarial y/o la existencia de pérdidas que se traducen en despidos y/o cierres de las empresas de un territorio merman las capacidades de desarrollo del mismo, lo que conlleva la pérdida de renta y empleo y el aumento de las disparidades económicas. Esta situación se vuelve más complicada si se producen en sistemas empresariales vulnerables por el escaso poder de negociación y la ausencia de efectos de arrastre donde la pérdida de riqueza y el incremento del desempleo son más intensos por la presencia de empresas funcional y productivamente dependientes.

Capítulo VI. Análisis empírico: comprobando la validez del marco teórico empresarialidad-desarrollo.

VI.1. Introducción.

VI.2. Los territorios objeto de estudio.

VI.3. El diseño de la encuesta.

VI.3.1. Delimitación de la población objeto de estudio.

VI.3.2. Características y confección del cuestionario.

VI.3.3. Selección y distribución de la muestra.

VI.3.4. Realización de la encuesta, depuración de los datos y tratamiento estadístico.

VI.4. Variables incluidas en el análisis.

VI.4.1 Medición del desempeño.

VI.4.2. Medición de la motivación.

VI.4.3. Medición de la orientación emprendedora.

VI.4.4. Medición de la dependencia y autonomía funcional y productiva.

VI.5. Análisis empírico. Comprobación de las hipótesis del modelo teórico de enlace empresarialidad-desarrollo.

VI.5.1. Análisis microeconómico de la empresarialidad: analizando el papel de las motivaciones y los comportamientos en el desempeño empresarial.

VI.5.2. Análisis mesoeconómico: las características del sistema de empresas de un territorio.

VI.1. INTRODUCCIÓN.

En este capítulo se procederá a evaluar las hipótesis contempladas en el modelo teórico de enlace presentado en el anterior Capítulo V. Para ello, procederemos de la siguiente manera. En el epígrafe VI.2 se analizan las características de los territorios objeto del estudio empírico, presentando brevemente su evolución económica en los últimos años, fundamentalmente respecto al PIB y al empleo. Asimismo, se consideran algunas variables del sistema empresarial correspondientes al tamaño medio y a la especialización productiva. Los territorios objeto de este estudio son cuatro: Álava, Badajoz, Cádiz y Valencia. Esta elección no ha sido aleatoria, sino que corresponde a un interés por evaluar el impacto de la empresarialidad en grupos de territorios con distinto nivel de desarrollo relativo. En este sentido, en el momento de recogida de los datos, Álava y Valencia se situaban en niveles por encima de la media nacional mientras que Badajoz y Cádiz se caracterizan por su retraso relativo. Por tanto, el análisis conjunto de estas provincias nos permitirá contemplar las características de la empresarialidad en dos grandes tipos de territorios: los relativamente avanzados con mayor nivel de PIB per cápita y empleo y los territorios relativamente atrasados con niveles de PIB per cápita y empleo inferiores a la media nacional y muy alejada de los primeros.

El tercer epígrafe está dedicado al diseño de la muestra. La obtención de los datos necesarios para el análisis multidimensional de la empresarialidad de estos territorios se ha realizado a través de un trabajo de campo. Los aspectos que han acompañado a todo el proceso de obtención y tratamiento de la información referidos a la definición de la población objeto de estudio, la confección de cuestionario, la selección del tamaño muestral y su distribución por provincias y la posterior depuración de la misma serán analizados con detalles en este epígrafe.

El cuarto epígrafe está dedicado a definir y delimitar las variables incluidas en el análisis empírico. Para ello, se tratarán cuatro grandes bloques de variables obtenidas a partir del cuestionario, ofreciendo una justificación de la medición llevada a cabo para cada una de ellas y de su inclusión en el estudio empírico. En este sentido, las medidas del desempeño empresarial, la medición de la motivación empresarial, la

medición de la orientación emprendedora de las empresas y, finalmente, de los niveles de autonomía y dependencia funcional serán tratados en este epígrafe.

Posteriormente, en un último epígrafe (epígrafe VI.5), estas variables serán incluidas en diversos tipos de análisis estadísticos para tratar de contrastar nuestras hipótesis de partida. En concreto, seguiremos el orden de niveles establecidos en los anteriores capítulos y relacionados en nuestro modelo teórico de enlace. De esta manera, en el subepígrafe VI.5.1, se procederá a analizar la empresariedad a nivel microeconómico. En otras palabras, se estudiará el papel que los comportamientos empresariales y la motivación empresarial juegan en el desempeño de las empresas. En el siguiente subepígrafe (VI.5.2) se tratará de analizar el tipo de relación existente entre el desempeño empresarial- expresado a través del crecimiento de las ventas y empleo- y los niveles de desarrollo territorial. El objetivo es comprobar que el desempeño empresarial es una condición necesaria pero no suficiente para proporcionar una visión integral de la empresariedad en los procesos de desarrollo local. Finalmente, prestaremos atención al nivel mesoeconómico de la empresariedad. El objetivo es establecer determinadas características del sistema empresarial de los territorios que determinan su desarrollo relativo en términos de PIB per cápita y empleo. En este análisis incluiremos las variables de autonomía y dependencia funcional y productiva y analizaremos las posibles diferencias existentes entre los comportamientos y motivaciones emprendedoras entre territorios. El tipo de análisis estadístico empleado en estos estudios empíricos está condicionado por el tipo de variables elaboradas a partir del cuestionario. La mayoría de las variables son dicotómicas y categóricas ordinales. Esto implica el empleo de técnicas de análisis cualitativo, donde destacamos el uso de tablas de contingencia y regresiones tipo logit y logit ordenado.

VI.2. LOS TERRITORIOS OBJETO DE ESTUDIO.

En este trabajo de investigación, las hipótesis presentadas en el marco teórico serán analizadas a partir de los datos de empresas recogidos en cuatro provincias españolas. La recogida de datos se llevó a cabo entre finales de 2007 y comienzos de 2008, de manera que nos centraremos fundamentalmente en estos años buscando obtener alguna tipología provincial útil para el posterior análisis empírico.

Las provincias objeto de estudio son Álava, Badajoz, Cádiz y Valencia. Podemos afirmar que dos de estas provincias, Cádiz y Badajoz localizadas en el sur del territorio nacional, se encuentran tradicionalmente entre las economías relativamente más atrasadas en España en términos de PIB per cápita y empleo. Por su parte, Álava, en el norte de España, se sitúa entre las economías provinciales relativamente más avanzadas con el nivel de renta más alto del panorama nacional. Finalmente, Valencia, la provincia más grande por volumen de población de las consideradas, se localiza en la costa mediterránea y se sitúa en una posición intermedia, con una tasa de desempleo por debajo de la media nacional hasta el año 2008 y un PIB per cápita que ronda el 90 por ciento de la renta española.

Estas afirmaciones se basan en los datos contenidos en la **Tabla VI.1**. Efectivamente, como recoge en la misma, en el año 2007, Álava y Valencia son las provincias encuestadas que tienen un mayor nivel de PIB per cápita: Valencia se sitúa en niveles intermedios de PIB per cápita nacional (por encima del 90 por ciento de la renta Nacional Española) mientras que Álava es la provincia con mayor nivel de PIB per cápita de España en el año 2007. En ambos casos se observan tasas de desempleo por debajo del promedio nacional, en particular en Álava. Por el contrario, Badajoz y Cádiz presentan niveles de PIB per cápita y desempleo muy desfavorables en términos comparativos, situándose a la cola del ranking nacional. De hecho Badajoz era la provincia española con menor PIB per cápita en 2007, seguida de Cádiz.

Tabla VI. 1. Algunos indicadores de las economías provinciales (2007)

	Badajoz	Cádiz	Valencia	Álava
Población (nº habitantes)	678.459	1.207.343	2.486.483	305.459
PIB per cápita (euros)	15.991	18.556	21.790	33.998
Tasa de desempleo (%)¹	14,12	14,91	8,14	4,96

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos suministrados por el Instituto Nacional de Estadística.

(1) Promedio anual.

En la **Tabla VI.2** se recogen otras diferencias entre los sistemas de empresas de estas economías provinciales que pueden ayudar a comprender sus niveles de PIB per cápita y empleo. Como puede observarse, Álava es la provincia que presenta un mayor peso del sector industrial, mientras que Badajoz muestra una especialización relativa basada en la agricultura. Por su parte, el sector de los servicios es predominante en la provincia de Cádiz. Asimismo, las economías relativamente más atrasadas, Badajoz y Cádiz, se caracterizan por un menor tamaño medio de las empresas en comparación con las avanzadas y una menor densidad empresarial como sugiere el número de establecimientos por cada 100 habitantes.

Tabla VI.2. Otros indicadores provinciales (2007).

	Badajoz	Cádiz	Valencia	Álava
Establecimientos de negocios (por 100 hab.)	6,6	6,09	8,29	7,54
Tamaño medio empresarial (nº de trab. por empresa)	8,93	9,35	9,94	12,58
PYMEs (de 1-249 trab.) % del nº de empresas.	99,76	99,69	99,70	99,60
Empleo en PYMEs (de 1-249 trab.) (% del nº de empleados totales)	72,19	71,32	73,41	68,38
Agricultura (% del empleo total)	9,15	3,52	2,85	1,48
Industria (% del empleo total)	11,31	10,61	18,76	32,95
Construcción (% del empleo total)	13,54	13,54	14,35	8,52
Servicios (% del empleo total)	66,00	71,95	64,03	57,05

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos suministrados por el Instituto Nacional de Estadística y por el Insitituto de la Seguridad Social.

Sin embargo, no existe una clara relación entre el tamaño del sector de las PYMEs y el nivel de PIB per cápita entre las economías provinciales encuestadas. El sector de las PYMEs más importante en términos de su contribución al empleo total se observa en el caso de Valencia, mientras que la menor contribución de las PYMEs al empleo se encuentra en Álava. Este hecho se relaciona, lógicamente, con el mayor tamaño empresarial que presenta Álava en términos comparativos con Valencia.

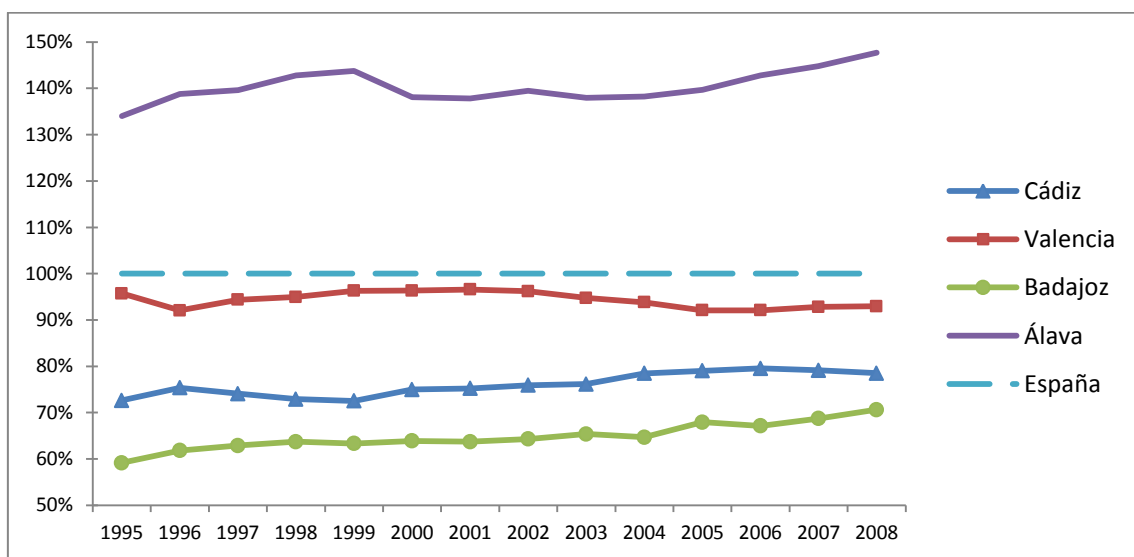
Esta visión estática esconde una evolución a largo plazo muy diferente. La evolución temporal en términos de PIB per cápita ha sido especialmente favorable para el caso de las provincias relativamente más atrasadas.

Tabla VI.3. Evolución del PIB per cápita.

Provincia	1995		1998		2000		2004		2008 (P)	
	Valor(€)	Esp = 100	Valor(€)	Esp = 100	Valor(€)	Esp = 100	Valor(€)	Esp = 100	Valor(€)	Esp = 100
Cádiz	8.246	72,6	9.905	72,9	11.739	75,0	15.461	78,5	18.735	78,5
Valencia	10.866	95,7	12.897	95,0	15.081	96,3	18.481	93,8	22.185	93,0
Badajoz	6.716	59,2	8.655	63,7	10.003	63,9	12.742	64,7	16.858	70,6
Álava	15.213	134,0	19.397	142,8	21.611	138,1	27.227	138,2	35.251	147,7
España	11.354	100	13.582	100	15.653	100	19.700	100	23.866	100

Fuente: elaboración propia con datos de la Contabilidad Regional Base 2000 (INE).

Figura VI.1. Evolución del PIB per cápita provincial (Esp=100).



Fuente: Elaboración propia con datos de la Contabilidad Regional Base 2000 (INE).

Como la **Tabla VI.3** y la **Figura VI.1**, Cádiz ha pasado del 72,6 por ciento del PIB per cápita medio en 1995 al 78,5 por ciento en el año 2008. Por su parte, el crecimiento de Badajoz ha sido el más importante a nivel nacional y le permite avanzar más de 10 puntos porcentuales en términos de PIB per cápita, hasta situarse por encima del 70 por ciento de la media nacional. Valencia en términos generales pierde algunas posiciones a lo largo del período objeto de análisis (del 95,7 por ciento del PIB per cápita medio al 93,0 por ciento) aunque se sitúa siempre por encima del 90 por ciento de la media nacional. Finalmente, Álava no sólo se caracteriza por un elevado nivel de renta en 1995 (134 por ciento de la media nacional) si no que logra incrementar su posición, hasta situarse en el 147,7 por ciento de la media en 2008.

En este sentido, en términos de análisis de convergencia podemos hablar de provincias convergentes, para el caso de Cádiz y, especialmente, Badajoz que partiendo de niveles de PIB per cápita por debajo de la media crecen más a lo largo del período analizado (**Tabla VI.4**) con tasas que superan en más de medio punto porcentual la media nacional entre 1995 y 2008. Por su parte, Álava se puede caracterizar como una provincia divergente: se trata de una provincia con un PIB per cápita por encima de la media nacional en 1995 pero que alcanza unos niveles de crecimiento superiores a la media nacional (6,7 por ciento de media interanual), lo que le permite afianzar su posición económica. Valencia, muestra un perfil más irregular en su crecimiento a largo plazo, situándose con una tasa de crecimiento levemente inferior a la media nacional (5,7 por ciento), lo que favorece al proceso de convergencia en términos comparativos con las provincias relativamente más atrasadas.

Tabla VI.4. Tasas de variación interanual del PIB pc (en %).

	1996	1998	2000	2004	2008	Promedio
Cádiz	9,7	5,0	11,4	8,9	0,9	6,5
Valencia	1,7	7,4	7,8	4,7	1,8	5,7
Badajoz	10,5	8,1	8,7	4,6	4,5	7,4
Álava	9,5	9,1	3,5	5,9	3,7	6,7
España	5,7	6,7	7,8	5,7	1,7	5,9

Fuente: Elaboración propia con datos de la Contabilidad Regional Base 2000.

El análisis de los niveles de desempleo refuerza las afirmaciones realizadas hasta el momento (**Tabla VI.5**). Tanto Álava como Valencia han gozado hasta el 2007 de niveles de desempleo por debajo de la media nacional, mientras que Badajoz y Cádiz se han caracterizado por niveles que llegan a duplicar la tasa de paro nacional. El mayor avance en términos de crecimiento en PIB per cápita ha sido compatible con un descenso en la tasa de paro. Sin embargo, las provincias relativamente más atrasadas se sitúan en el año 2007 –año donde se alcanza el mínimo de la tasa de paro nacional del período considerado- con un diferencial de hasta seis puntos porcentuales por encima de la media.

Tabla VI.5. Tasa de paro provincia (en % de la Pob. Activa. Promedio anual)

	1996	2000	2003	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Álava	16,4	10,2	9,3	7,1	6,7	4,9	4,7	11,3	11,1
Badajoz	32,3	24,5	16,5	17,5	14,8	14,1	15,7	21,4	24,2
Cádiz	39,2	29,7	23,4	17,6	15,4	14,9	19,4	26,9	30,5
Valencia	23,6	11,4	11,5	8,6	8,0	8,1	11,4	20,6	22,3
España	22,1	13,9	11,5	9,2	8,5	8,3	11,3	18,0	20,1

Fuente: Elaboración propia con datos de la Encuesta de Población Activa (INE).

Lógicamente, las provincias encuestadas no son ajenas al actual período de crisis económica. El ascenso de la tasa de desempleo nacional es un fenómeno común en los últimos años en las economías regionales y provinciales. Todas las provincias -sin excepción- han visto crecer sus niveles de desempleo hasta duplicar sus niveles en poco más de dos años. En este sentido, Badajoz y, especialmente, Cádiz se alejan nuevamente del promedio nacional, con tasas del 24,2 y 30,5 por ciento respectivamente. Valencia pasa a situarse por encima de la media aunque con niveles comparativos por debajo de las dos anteriores, mientras que Álava es la única provincia de las consideradas con un nivel por debajo del promedio, si bien ha visto casi triplicar su tasa de paro en poco más de tres años.

VI.3. EL DISEÑO DE LA ENCUESTA.

Dado que la información cualitativa que se necesita sobre los niveles micro y meso de la empresariedad contemplados en este trabajo de investigación no está en su mayoría disponible en las fuentes estadísticas oficiales -y menos a un nivel de desagregación tan alto como es el provincial- se ha tenido que realizar una encuesta entre las empresas de las cuatro provincias objeto de estudio. La obtención de los datos se ha llevado a cabo a través de un trabajo de campo realizado durante el cuarto trimestre de 2007 y primer trimestre de 2008. Los aspectos relacionados con el proceso de obtención y tratamiento de la información desde el punto de vista metodológico (definición de la población objeto de estudio, confección del cuestionario, selección del tamaño de la muestra y depuración y procesamiento de la información) serán tratados en los siguientes subepígrafes.

VI.3.1. Delimitación de la población objeto de estudio.

Para delimitar la población objeto de estudio se seguirán los parámetros seguidos por un estudio previo realizado para la provincia de Sevilla por del grupo de investigación de la Universidad de Sevilla las "PYMEs y el Desarrollo Económico". De esta manera, en un primer momento se puede delimitar la población objeto de estudio como las empresas que desarrollan su actividad productiva en los límites territoriales de las cuatro provincias consideradas. No obstante, una serie de importantes matizaciones han sido tenidas en cuenta en este trabajo de investigación a la hora de confeccionar la población objetivo:

- a) Aunque muchas empresas, dado su tamaño y la naturaleza de su actividad, pueden tener más de un establecimiento donde la desarrollan, la encuesta ha ido dirigida a la empresa y no a sus locales.
- b) Ahora bien, dado que la presencia de grandes empresas de capital exterior en las provincias analizadas es importante en el conjunto del sistema empresarial, se

han incluido también en la población objetivo los establecimientos de estas grandes empresas.

- c) Por otra parte, han sido de especial atención aquellas empresas situadas en los polígonos industriales de las diferentes localidades por el interés que tienen estos polígonos en el análisis del tejido empresarial donde se producen relaciones e inercias entre las empresas que allí se localizan.
- d) Se ha exigido que las empresas de la población objetivo tengan una dimensión mínima de al menos un trabajador, es decir, se han excluidos los denominados autoempleados, pues, aunque también se les suele incluir en el universo empresarial –así se recogen en el DIRCE-, en este estudio se ha decidido partir de un mínimo nivel de consistencia organizativa y dimensión de la unidad productiva.
- e) Con las encuestas se pretenden recoger información a nivel microeconómico tanto del empresario como de su empresa. De esta manera, se ha exigido que la encuesta se realizase al empresario gerente de la misma, es decir, al propietario y dinamizador del negocio que asume también las funciones de gestión. De esta forma, se solicitó que tanto las entrevistas personales como telefónicas realizadas por la empresa encuestadora fueran preferentemente dirigidas hacia este tipo de agente empresarial exceptuando, lógicamente, el caso de las grandes empresas externas, en las que fueron enfocadas hacia su principal gerente.
- f) Han sido encuestadas las empresas que operan en la industria y en los servicios por su mayor importancia relativa en el PIB y en el empleo, así como la vinculación con los procesos de desarrollo y crecimiento, quedando excluidas las empresas pertenecientes al sector primario.
- g) La muestra inicial fue diseñada para ser representativa de cada economía provincial respecto a la distribución por sectores y tamaños empresariales

Se trata, por tanto, de un estudio empírico realizado a nivel de empresas con el objetivo de analizar los rasgos cualitativos de la organización productiva pero sin prescindir de la figura del empresario. Este hecho permite cumplir los objetivos

previstos en el nivel micro de la empresarialidad tal y como se planteó en el Capítulo III de esta Tesis.

VI.3.2. Características y confección del cuestionario.

El cuestionario utilizado en este estudio es una versión ampliada y mejorada de uno anterior empleado en otros proyectos del grupo de investigación las "PYMEs y el Desarrollo Económico" con experiencia en este tipo de estudios a empresas. De esta manera, muchas de las preguntas contenidas en el mismo han sido utilizadas y validadas en un estudio previo realizado a 400 empresas de diversos sectores para analizar la realidad empresarial y la calidad del tejido empresarial en la provincia de Sevilla. La versión actual del cuestionario incorpora preguntas para medir la motivación, la orientación emprendedora, la dependencia de la empresa, así como diferentes variables de control (Anexo 1).

Los principios que inspiraron la elaboración de las preguntas del sondeo fueron los siguientes:

- Sencillez y claridad, tanto de las preguntas como de las posibles respuestas. Para ello se elaboró un cuestionario de respuestas cerradas que agiliza las respuestas de los encuestados y ayuda a definir y precisar mejor las mismas.
- Obtención de la máxima información posible. Aunque las respuestas cerradas probablemente suponen la pérdida de cierta información, en todo momento el diseño del cuestionario tenía presente la necesidad de reflejar, con la mayor fidelidad posible, los principales aspectos que expresan la calidad del tejido empresarial.
- Rápido de ejecutar por parte del encuestado. Teniendo presente el escaso tiempo del que disponen en general los directivos y empresarios para atender a aspectos distintos del desarrollo de su propio trabajo, el cuestionario original contenía un total de 22 preguntas cerradas lo que permitió a éstos enfrentarse al mismo de

forma más relajada porque sabían aproximadamente el tiempo que iban a dedicar a su contestación.

De esta manera, el cuestionario se configura como una herramienta rápida, sencilla y clara de obtener, con la máxima eficiencia posible, la mayor cantidad de información sobre los aspectos considerados claves que conforman la calidad de una empresa. El cuestionario destaca por la inclusión de variables cualitativas, en su mayoría variables definidas por intervalos (dicotómicas, ordinales y multinominales), en lugar de variables continuas como forma de facilitar las respuestas de los empresarios lo que implica el uso de técnicas analíticas vinculadas a datos de tipo discreto.

VI.3.3. Selección y distribución de la muestra.

Para calcular el tamaño de la muestra primero fue necesario determinar el tamaño del universo poblacional. Este universo, se ha tomado a partir de la información suministrada por el DIRCE (INE) para las cuatro provincias consideradas. Para un análisis detallado de la realidad empresarial el método de muestreo más adecuado sería un muestreo aleatorio estratificado, sin embargo éste supondría la necesidad de trabajar con una muestra excesivamente grande que supera ampliamente los límites establecidos de nuestro trabajo. Por tanto, y teniendo en cuenta la limitación de empresas a encuestar, se optó por realizar un muestreo de tipo aleatorio.

De esta manera, para ajustar el tamaño entre provincias, con la información disponible sobre el número de empresas por provincias (**Tabla VI.6**), un error del 7%, una confianza del 95%, considerando que la población es binomial ($P=Q=0,5$, situación más desfavorable) y aplicando un muestreo aleatorio simple, el tamaño de la muestra queda determinado por la siguiente expresión (1) :

$$n = \frac{K^2 NPQ}{e^2(N-1) + K^2 PQ} \quad (1)$$

Así pues, atendiendo al criterio geográfico (**Tabla VI.6**) se obtenía un tamaño muestral máximo de 195 encuestas para el caso de Valencia que cuenta con 95.924 empresas, 193 encuestas para Cádiz con 33.143 empresas y 191 encuestas para Álava y Badajoz con 12.376 y 19.660 empresas respectivamente. De esta manera, se planteó un objetivo inicial de al menos 780 encuestas en total para las cuatro provincias.

Tabla VI.6. Número de empresas por provincias (2008)

Provincias	total	encuestas
Álava	12.376	191
Badajoz	19.660	191
Cádiz	33.143	193
Valencia	95.924	195

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del DIRCE.

Para la clasificación de la muestra por tamaño se necesita un criterio de clasificación. En este sentido, el criterio comúnmente utilizado en la mayoría de estudios hace referencia al número de trabajadores que posee la empresa. Generalmente, este criterio permite asignar a una empresa dentro de alguna de las siguientes categorías: microempresa (1 a 9 trabajadores), pequeña empresa (10 a 49 trabajadores), mediana empresa (50 a 249 trabajadores) y gran empresa (más de 250 trabajadores) según los parámetros del Observatorio de la PYME europeo.

El reparto realizado ha intentado ser lo más proporcional posible al universo poblacional de cada categoría, sin embargo, debido a los límites impuestos por la fuente estadística utilizada para delimitar el universo poblacional (DIRCE), la elevada atomización característica de la economía española en general y las mayores dificultades para encuestar a las empresas más grandes se procedió a separar a las empresas en cuatro grandes grupos: de 1-9 trabajadores, de 10 a 49 trabajadores de 50 a 99 trabajadores y más de 100. Por lo tanto, nos encontramos con los grupos de las microempresas y de las pequeñas empresas coincidentes con los criterios del Observatorio de la PYME y dos grupos adicionales que se relacionan con las medianas y, en menor medida, con las grandes empresas. Esta delimitación implica poner más atención al papel de las PYMEs en los territorios encuestados que son, por otra parte, aquellas con un comportamiento más dinámico.

Una dificultad adicional surgió cuando se planteaba distribuir la muestra entre los diferentes sectores de actividad. En este sentido el DIRCE proporciona información provincial a nivel de locales pero no de empresas.

La **Tabla VI.7** incluye una comparación de las diferencias que se pueden producir a la hora de considerar la distribución de la muestra por tamaño ya sea por locales o por empresas. Las mayores discrepancias se observan en el caso valenciano con variaciones de hasta un punto porcentual en el segmento de la microempresa subestimando su participación real y de la pequeña empresa, sobreestimando los locales su presencia real. En cualquier caso, son diferencias lo suficientemente pequeñas para no alterar la confección del universo poblacional.

Tabla VI.7. Número de empresas por tamaño (2008). En porcentaje respecto al total.

Locales	de 1 a 9	de 10 a 49	de 50 a 99	más de 100
Álava	85,77	12,01	1,25	0,96
Badajoz	89,48	9,33	0,80	0,39
Cádiz	87,90	10,62	0,97	0,75
Valencia	86,37	11,74	1,10	0,79
Empresas	de 1 a 9	de 10 a 49	de 50 a 100	más de 100
Álava	85,35	12,46	1,20	0,99
Badajoz	89,40	9,29	0,82	0,49
Cádiz	88,28	10,10	0,93	0,69
Valencia	87,24	10,87	1,05	0,84

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del DIRCE.

Teniendo en cuenta estas premisas, se ha procedido al reparto por actividades. La agrupación de sectores elegida (Anexo 2) sigue los planteamientos de la OCDE y del EUROSTAT en cuanto al reparto de las actividades industriales a la hora de relacionar el nivel de intensidad tecnológica con el grupo CNAE correspondiente. Para los servicios, se ha considerado la necesidad de incluir a aquéllos más importantes los sectores con mayor importancia cuantitativa (en función de su participación en el PIB y en el empleo total) y sectores considerados estratégicos (en función de la importancia de la actividad exportadora y de su alto nivel de integración hacia atrás o alta capacidad de arrastre). Entre los primeros aparecen el comercio al por mayor, el comercio al por

menor, la hostelería y otros servicios a empresas entre los segundos, aparecen los servicios avanzados e intensivos en conocimientos. El resultado final son once sectores claves a incluir en el análisis.

De esta manera, las siguientes tablas (**Tablas VI.8 a VI.11**) recogen los objetivos iniciales planteados a la hora de elaborar la encuesta en base a los criterios de tamaño y grupo de actividad por provincia.

Tabla VI. 8. Distribución porcentual de locales por tamaño y sector Álava (13388 locales).

Álava	De 1 a 9	De 10 a 49	De 50 a 99	Más de 100	Total
Ind. Intensidad Tecnológica Baja.	4,10	1,06	0,11	0,07	5,35
Ind. Intensidad Tecnológica Media-Baja.	2,87	2,01	0,25	0,22	5,34
Ind. Intensidad Tecnológica Media-Alta.	1,92	0,83	0,15	0,21	3,11
Ind. Intensidad Tecnológica Alta.	0,38	0,22	0,02	0,01	0,64
Construcción.	11,18	1,87	0,08	0,02	13,16
Comercio al por mayor.	5,83	1,11	0,04	0,03	7,01
Comercio al por menor.	14,96	0,43	0,05	0,03	15,48
Hostelería.	9,88	0,52	0,05	0,01	10,46
Servicios avanzados a empresas.	1,34	0,29	0,04	0,01	1,69
Otros servicios a empresas.	13,91	1,69	0,22	0,16	15,98
Otros servicios.	19,40	1,98	0,23	0,17	21,78
Total divisiones de actividad.	85,77	12,01	1,25	0,96	100,00

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del DIRCE.

Tabla VI.9.Distribución porcentual de locales por tamaño y sector Valencia (108575 locales)

Valencia	De 1 a 9	De 10 a 49	De 50 a 99	Más de 100	Total
Ind. Intensidad Tecnológica Baja.	3,56	1,17	0,12	0,08	4,93
Ind. Intensidad Tecnológica Media-Baja.	1,91	0,65	0,06	0,03	2,66
Ind. Intensidad Tecnológica Media-Alta.	1,80	0,63	0,07	0,05	2,55
Ind. Intensidad Tecnológica Alta.	0,35	0,11	0,01	0,01	0,49
Construcción.	11,71	2,16	0,15	0,08	14,10
Comercio al por mayor.	7,27	1,39	0,11	0,10	8,87
Comercio al por menor.	15,14	0,86	0,11	0,04	16,15
Hostelería.	8,15	0,48	0,05	0,03	8,71
Servicios avanzados a empresas.	1,43	0,22	0,02	0,01	1,69
Otros servicios a empresas.	13,79	1,63	0,17	0,23	15,81
Otros servicios.	21,26	2,43	0,22	0,12	24,04
Total divisiones de actividad.	86,37	11,74	1,10	0,79	100,00

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del DIRCE

Tabla VI.10.Distribución porcentual de locales por tamaño y sector Badajoz (22455 locales)

Badajoz	De 1 a 9	De 10 a 49	De 50 a 99	Más de 100	Total
Ind. Intensidad Tecnológica Baja.	4,83	0,94	0,08	0,09	5,95
Ind. Intensidad Tecnológica Media-Baja.	2,64	0,36	0,08	0,03	3,11
Ind. Intensidad Tecnológica Media-Alta.	1,00	0,24	0,01	0,01	1,26
Ind. Intensidad Tecnológica Alta.	0,23	0,04	0,00	0,00	0,27
Construcción.	12,90	2,45	0,19	0,07	15,62
Comercio al por mayor.	7,39	1,14	0,03	0,02	8,58
Comercio al por menor.	18,19	0,79	0,05	0,04	19,07
Hostelería.	7,77	0,33	0,03	0,00	8,13
Servicios avanzados a empresas.	1,40	0,14	0,01	0,00	1,55
Otros servicios a empresas.	12,67	1,20	0,10	0,05	14,02
Otros servicios.	20,46	1,70	0,20	0,07	22,44
Total divisiones de actividad.	89,48	9,33	0,80	0,39	100,00

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del DIRCE.

Tabla VI.11. Distribución porcentual de locales por tamaño y sector Cádiz (38526 locales)

Cádiz	De 1 a 9	De 10 a 49	De 50 a 99	Más de 100	Total
Ind. Intensidad Tecnológica Baja.	2,91	0,53%	0,05	0,03	3,52
Ind. Intensidad Tecnológica Media-Baja.	1,33	0,35	0,03	0,02	1,73
Ind. Intensidad Tecnológica Media-Alta.	1,10	0,31	0,04	0,06	1,51
Ind. Intensidad Tecnológica Alta.	0,17	0,03	0,00	0,01	0,21
Construcción.	9,96	3,02	0,29	0,23	13,50
Comercio al por mayor.	5,26	0,81	0,04	0,03	6,14
Comercio al por menor.	20,68	0,82	0,08	0,04	21,62
Hostelería.	10,71	0,83	0,07	0,05	11,66
Servicios avanzados a empresas.	1,60	0,13	0,01	0,01	1,75
Otros servicios a empresas.	13,24	1,39	0,11	0,17	14,90
Otros servicios.	20,72	2,37	0,26	0,11	23,46
Total divisiones de actividad.	87,90	10,62	0,97	0,75	100,00

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del DIRCE.

En base a la clasificación propuesta, a grandes rasgos se observa ciertas pautas de especialización y tamaño provinciales que consideramos relevantes. En este sentido, en primer lugar el peso de las microempresas es superior Badajoz y Cádiz, lo que implica una mayor participación de las PYMEs en Álava y Valencia. En segundo lugar, se observa un menor peso de las actividades industriales en general en los territorios relativamente más atrasados a favor del sector servicios en general. Hay que destacar en particular que los sectores de intensidad tecnológica alta y media alta predominan en las provincias avanzadas, mientras que el comercio al por menor es predominante en las provincias con menor nivel de renta per cápita. Los servicios relacionados con actividades industriales en conjunto (servicios a empresas y servicios avanzados) adquieren más importancia en los territorios avanzados. La construcción también tiene un importante papel en el caso de Badajoz mientras que el peso de la Hostelería en Cádiz es el más importante entre las provincias analizadas.

VI.3.4. Realización de la encuesta, depuración de los datos y tratamiento estadístico.

El trabajo de campo se realizó durante el último trimestre de 2007 en Badajoz y Álava y el primer trimestre de 2008 en Cádiz y Valencia. Una vez realizadas las encuestas se procedió a su tratamiento estadístico mediante su tabulación y depuración. Para ello se ha empleado los programas informáticos Microsoft Excel y SPSS 11.0 para Windows.

Se solicitaron un total de al menos 195 encuestas para cada provincia para alcanzar los objetivos de la representatividad de la muestra establecidos. En un primer instante se había alcanzado el objetivo propuesto, desafortunadamente, tras la depuración de los datos la muestra ha quedado reducida a un total de 663 empresas válidas para las cuatro provincias. En concreto, la muestra final incluye 200 observaciones para Badajoz, 153 para Cádiz, 222 para Álava y tan sólo 88 para Valencia. Por lo tanto, hay 310 observaciones para las provincias con mayores niveles de PIB per cápita y menor desempleo y 353 observaciones para las provincias relativamente más atrasadas (**Tabla VI.12**).

Tabla VI.12. Número de empresas por provincia de la muestra.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Cádiz	153	23,1	23,1
Badajoz	200	30,2	53,2
Valencia	88	13,3	66,5
Álava	222	33,5	100,0
Total	663	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

De esta manera, desde un punto de vista de la representatividad de la muestra por número de empresas a nivel provincial el objetivo se ha cumplido sólo parcialmente. Nos encontramos con dos provincias donde ese objetivo se ha logrado holgadamente: Badajoz y Álava; en Cádiz se ha conseguido cubrir el 80 por ciento de las empresas a encuestar (Cádiz) y, finalmente, Valencia, muy alejada del objetivo fijado, con tan sólo 88 encuestas.

En particular, debemos destacar dos problemas fundamentales que han impedido alcanzar el objetivo previsto fundamentalmente para Valencia y, en menor medida, para Cádiz.

- En primer lugar, a pesar de la sencillez planteada en las preguntas para que el cuestionario no supusiera una gran pérdida de tiempo para los empresarios y directivos, había también que superar en el momento del sondeo una dificultad adicional relacionada con el recelo que las empresas suelen mostrar a la hora de suministrar cualquier tipo de información en especial con las características de tipo económico-financiero. Esto implica que parte de las variables referidas a los niveles de autonomía y dependencia funcional, así como variables referidas al desempeño de las empresas se careciera de datos, desechando esas encuestas.
- En segundo lugar y, especialmente, para el caso de Valencia, en muchos casos no se ha podido localizar al empresario gerente de la empresa, recurriendo a otro miembro de la dirección o administración para elaborar el cuestionario. Esto implica que se carece de información para las variables de motivación empresarial e impide nuestra visión microeconómica de la empresarialidad. En este sentido, de las 200 empresas valencianas encuestadas tan solo 98 incluían este tipo de información que, tras la depuración de otros ítems, ha quedado reducida a tan sólo 88 encuestas válidas.

Los siguientes cuadros recogen la distribución por tamaño y grupo de actividad por provincia de la muestra. Con el signo “(+)” se señalan los segmentos de tamaño y sector donde la muestra ha superado el porcentaje real según los datos del DIRCE, mientras que con “(-)” se señalan los grupos para los que se el porcentaje real supera la muestra.

Tabla VI.13. Distribución de la muestra por tamaño y grupo de actividad Cádiz.

		De 1- 9	De 10- 49	De 49- 99	De 100 y más	total
Ind. Intensidad Tecnológica Baja.	Recuento	14	6	0	1	21
	% del total	9,2(+)	3,9(+)	0,0(-)	0,7	13,7(+)
Ind. Intensidad Tecnológica Media-Baja.	Recuento	4	5	0	0	9
	% del total	2,6(+)	3,3(+)	0,0(-)	0,0	5,9(+)
Ind. Intensidad Tecnológica Media-Alta.	Recuento	4	4	0	0	8
	% del total	2,6(+)	2,6(+)	0,0	0,0	5,2(+)
Ind. Intensidad Tecnológica Alta.	Recuento	2	1	0	0	3
	% del total	1,0(+)	0,7(+)	0,0	0,0	2,0(+)
Construcción.	Recuento	15	1	1	0	17
	% del total	9,8(+)	0,7(-)	0,7(+)	0,0(-)	11,1(-)
Comercio al por mayor.	Recuento	15	9	0	0	24
	% del total	9,8(+)	5,9(+)	0,0	0,0	15,7(+)
Comercio al por menor.	Recuento	13	2	0	0	15
	% del total	8,5(+)	1,3(+)	0,0	0,0	9,8(-)
Hostelería.	Recuento	6	1	0	0	7
	% del total	3,9(+)	0,7	0,0	0,0	4,6(-)
Servicios avanzados a empresas.	Recuento	10	5	0	0	15
	% del total	6,5(+)	3,3(+)	0,0	0,0	9,8(+)
Otros servicios a empresas.	Recuento	6	8	0	1	15
	% del total	3,9	5,2(+)	0,0(-)	0,7(+)	9,8(-)
Otros servicios.	Recuento	16	2	1	0	19
	% del total	10,5(-)	1,3(-)	0,7(+)	0,0(-)	12,4(-)
Total divisiones de actividad.	Recuento	105	44	2	2	153
	% del total	68,6	28,8(+)	1,3(+)	1,3(+)	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Como podemos observar se le ha dado mayor importancia a los sectores industriales y a los servicios avanzados a empresas, disminuyendo la importancia de otros servicios, hostelería y ventas al por menor.

Tabla VI.14. Distribución de la muestra por tamaño y grupo de actividad Badajoz.

		De 1- 9	De 10- 49	De 49- 99	De 100 y más	total
Ind. Intensidad Tecnológica	Recuento	20	8	0	0	28
Baja.	% del total	10,0(+)	4,0(+)	0,0(-)	0,0(-)	14,0(+)
Ind. Intensidad Tecnológica	Recuento	15	7	0	0	22
Media-Baja.	% del total	7,5(+)	3,5(+)	0,0(-)	0,0(-)	11,0(+)
Ind. Intensidad Tecnológica	Recuento	12	2	0	0	14
Media-Alta.	% del total	6,0(+)	1,0(+)	0,0(-)	0,0(-)	7,0(+)
Ind. Intensidad Tecnológica	Recuento	5	0	0	0	5
Alta.	% del total	2,5(+)	0,0(-)	0,0(-)	0,0(-)	2,5(+)
Construcción.	Recuento	17	4	1	0	22
	% del total	8,5(-)	2,0(-)	0,5	0,0(-)	11,0(-)
Comercio al por mayor.	Recuento	16	11	2	0	29
	% del total	8,0(+)	5,5(+)	1,0(+)	0,0(-)	14,5(+)
Comercio al por menor.	Recuento	12	2	0	0	14
	% del total	6,0(-)	1,0	0,0(-)	0,0(-)	7,0(-)
Hostelería.	Recuento	2	0	0	0	2
	% del total	1,0(-)	0,0(-)	0,0(-)	0,0(-)	1,0(-)
Servicios avanzados a empresas.	Recuento	3	1	0	0	4
	% del total	1,5(+)	0,5(+)	0,0	0,0	2,0(+)
Otros servicios a empresas.	Recuento	10	8	1	0	19
	% del total	5,0(-)	4,0(+)	0,5(+)	0,0	9,5(-)
Otros servicios.	Recuento	37	4	0	0	41
	% del total	18,5(-)	2,0(+)	0,0(-)	0,0(-)	20,5(-)
Total divisiones de actividad.	Recuento	149	47	4	0	200
	% del total	74,5(-)	23,5(+)	2,0(+)	0,0	100,0

Fuente: Elaboración propia.

Para el caso de Badajoz hay que destacar un menor peso en la construcción, en la hostelería y en los servicios a empresas para los tamaños más reducidos.

Tabla VI.15. Distribución de la muestra por tamaño y grupo de actividad Valencia.

		De 1- 9	De 10- 49	De 49- 99	De 100 y más	total
Ind. Intensidad	Recuento	4	5	0	0	9
Tecnologica Baja	% del total	4,5(+)	5,7(+)	0,0(-)	0,0(-)	10,2(+)
Ind.Intensidad	Recuento	3	3	0	0	6
Tecnologica Media Baja	% del total	3,4(+)	3,4(+)	0,0(-)	0,0(-)	6,8(+)
Ind. de Intensidad	Recuento	2	5	1	0	8
Tecnologica Media Alta	% del total	2,3(+)	5,7(+)	1,1(+)	0,0(-)	9,1(+)
Ind. de Intensidad	Recuento	1	2	0	0	3
Tecnologica Alta	% del total	1,1(+)	2,3(+)	0,0(-)	0,0(-)	3,4(+)
Construcción	Recuento	4	1	0	0	5
	% del total	4,5(-)	1,1(-)	0,0(-)	0,0(-)	5, 7(-)
Venta al por Mayor	Recuento	11	5	1	1	18
	% del total	12,5(+)	5,7(+)	1,1(+)	1,1(+)	20,5(+)
Venta al por Menor	Recuento	10	1	0	1	12
	% del total	11,4(-)	1,1(+)	0,0(-)	1,1(+)	13,6(-)
Hosteleria	Recuento	8	1	0	0	9
	% del total	9,1(+)	1,1(+)	0,0	0,0	10,2(+)
Servicios Avanzados a empresas	Recuento	5	3	0	0	8
	% del total	5,7(+)	3,4(+)	0,0	0,0	9,1(+)
Otros Servicios a empresas	Recuento	3	1	0	0	4
	% del total	3,4(-)	1,1(-)	0,0(-)	0,0(-)	4,5(-)
Otros Servicios	Recuento	5	1	0	0	6
	% del total	5,7(-)	1,1(-)	0,0(-)	0,0(-)	6,8(-)
Total de sectores.	Recuento	56	28	2	2	88
	% del total	63,6	31,8(+)	2,3(+)	2,3(-)	100,0

Fuente: Elaboración propia.

En el caso valenciano destaca también un mayor peso en las actividades industriales y de los servicios avanzados a empresas. Se añade también un porcentaje elevado de empresas en el sector de la venta al por mayor, de la hostelería. Y se disminuye la presencia de sectores más “tradicionales” como la construcción y otros servicios.

Tabla VI.16. Distribución de la muestra por tamaño y grupo de actividad Álava.

		De 1 a 9	De 10 A 49	De 49 A 99	De 100 Y MAS	
Ind. Intensidad Tecnológica	Recuento	12	8	2	2	24
Baja	% del total	5,4(+)	3,6(+)	0,9(+)	0,9(+)	10,8(+)
Ind. Intensidad Tecnológica	Recuento	4	10	2	1	17
Media Baja	% del total	1,8(-)	4,5(+)	0,9(+)	0,5(+)	7,7(+)
Ind. de Intensidad	Recuento	2	8	1	1	12
Tecnológica Media Alta	% del total	0,9(-)	3,6(+)	0,5(+)	0,5(+)	5,4(+)
Ind. de Intensidad	Recuento	3	4	2	0	9
Tecnológica Alta	% del total	1,4(+)	1,8(+)	0,9(+)	0,0	4,1(+)
Construcción	Recuento	12	5	3	1	21
	% del total	5,4(-)	2,3(+)	1,4(+)	0,5(+)	9,5(-)
Venta al por Mayor	Recuento	20	23	1	0	44
	% del total	9,0	10,4(+)	0,5(+)	0,0(-)	19,8
Venta al por Menor	Recuento	20	1	1	2	24
	% del total	9,0(-)	0,5	0,5(+)	,9	10,8(-)
Hostelería	Recuento	7	1	1	0	9
	% del total	3,2(-)	0,5	0,5(+)	0,0	4,1(-)
Servicios Avanzados a	Recuento	8	12	4	5	29
empresas	% del total	3,6(+)	5,4(+)	1,8(+)	2,3(+)	13,1
Otros Servicios a empresas	Recuento	5	12	1	1	19
	% del total	2,3(-)	5,4(+)	0,5	0,5(-)	8,6(-)
Otros Servicios	Recuento	12	1	1	0	14
	% del total	5,4(-)	0,5(-)	0,5	0,0(-)	6,3(-)
Total de sectores.	Recuento	105	85	19	13	222
	% del total	47,3(-)	38,3(+)	8,6(+)	5,9(+)	100,0

Fuente: Elaboración propia.

La muestra de Álava continúa con la tendencia mostrada en las anteriores provincias, con un mayor peso de las actividades industriales –aunque con alguna excepción- y de servicios avanzados y menor en hostelería y construcción.

De esta manera, como puede observarse en la **Tabla VI.17** en términos generales la muestra se encuentra sesgada hacia el grupo de las PYMEs, disminuyendo el peso de las microempresas a nivel global para las cuatro provincias. El porcentaje de microempresas es del 62.6 por ciento del total. Eso implica que hay 248 encuestas de PYMES lo que equivale al 37 por ciento de la muestra encuestada. Este hecho permite centrar nuestro análisis en este tipo de empresa y restar importancia a la microempresas que aunque es la predominante en todas las economías su impacto económico es más reducido.

Tabla VI.17. Distribución global de la muestra por tamaño empresarial.

Nº trabajadores.	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
De 1 a 9	415	62,6	62,6
De 10 A 49	204	30,8	93,4
De 49 A 99	27	4,1	97,4
Más de 100	17	2,6	100,0
Total	663	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Por grupo de actividad (**Tabla VI.18**), en la muestra global destacan los sectores de industria de intensidad tecnológica baja (12.4 por ciento del total), venta al por mayor (17.3 por ciento) y otros servicios (12.1 por ciento). Sin embargo, hay que destacar el número de encuestas en los sectores industriales de nivel tecnológico medio-alto y alto que superan la media de las cuatro provincias encuestadas y de los servicios relacionados con el sector industrial. Esto permite centrar la atención hacia estos determinados sectores claves a que determinan la competitividad de las economías, dejando en un segundo plano actividades más “tradicionales”, tales como la hostelería, la construcción y otros servicios.

Tabla VI.18. Distribución global de la muestra por grupo de actividad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ind. de Inten.Tec.Baja	82	12,4	12,4	12,4
Ind. de Inten.Tec Media Baja	54	8,1	8,1	20,5
Ind. de Inten.Tec Media Alta	42	6,3	6,3	26,8
Ind. de Inten.Tec Alta	20	3,0	3,0	29,9
Construcción	65	9,8	9,8	39,7
Venta al por Mayor	115	17,3	17,3	57,0
Venta al por Menor	65	9,8	9,8	66,8
Hostelería	27	4,1	4,1	70,9
Serv. Avanzados a empresas	56	8,4	8,4	79,3
Servicios a empresas	57	8,6	8,6	87,9
Otros Servicios	80	12,1	12,1	100,0
Total	663	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

VI.4. VARIABLES INCLUIDAS EN EL ANÁLISIS.

Este epígrafe tiene por objeto plantear las variables para el tratamiento estadístico posterior. En este sentido, el análisis empírico incluirá cuatro grandes grupos de variables: el desempeño empresarial, la motivación empresarial, la orientación emprendedora y otros comportamientos de las empresas y los niveles de autonomía y dependencia funcional y productiva.

VI. 4.1 Medición del desempeño.

A la hora de analizar y medir el amplio concepto de desempeño, rendimiento, desarrollo o crecimiento empresarial –el *firm performance* - hay que tener en cuenta al menos, dos circunstancias. En primer lugar, desde el punto de vista de la propia empresa la idea de desarrollo varía significativamente en función de los objetivos globales planteados en la misma. Así unas empresas pueden considerar primordial aumentar su volumen de ventas y otras optar por mejorar determinados ratios de

rentabilidad. En segundo lugar, puede suceder que medidas diferentes del desempeño de la empresa entren en conflicto entre sí (Lumpkin y Dess, 1996). Así por ejemplo, Fast (1981) argumenta que una orientación emprendedora basada en la puesta en marcha de un plan de investigación y desarrollo puede disminuir el desarrollo financiero a corto plazo de la empresa, de manera que dependiendo del indicador escogido la relación puede mostrar un signo positivo o negativo.

Teniendo presente estas circunstancias, los investigadores de la orientación emprendedora ponen énfasis en la naturaleza multidimensional del concepto “desempeño empresarial”. En este sentido, Lumpkin y Dess (1996) recomiendan usar múltiples medidas de crecimiento empresarial: nivel de ventas, crecimiento de ventas, ratios de rentabilidad, beneficios de la inversión, satisfacción del consumidor, etc., para proporcionar un acercamiento más preciso al desempeño empresarial. De igual forma, Wiklund (1998) define el crecimiento empresarial en sentido amplio entendido como el cambio en el tamaño o alguna magnitud de un período de tiempo a otro.

De esta manera, en la extensa literatura empírica de la OE, se han desarrollado diversas *proxies* para medir el desempeño empresarial. Así por ejemplo, Covin y Slevin (1989) proponen medidas financieras (cash flow, beneficios antes de impuestos, ratio beneficio respecto a las ventas, el rendimiento del capital invertido, entre otras), Wiklund (1999) y Lumpkin y Dess (2001) también optan por medirlo a través de indicadores de crecimiento empresarial y financieros.

No obstante, McDougall y D’souza (1992) y Barkham (1996) insisten en que existe un cierto consenso entre los estudiosos de la materia en que la evolución de las ventas es el mejor indicador del crecimiento de una empresa puesto que refleja los cambios producidos en la misma tanto a corto como a largo plazo, es relativamente fácil de obtener y además es el indicador más común de los resultados utilizado entre los propios empresarios. Existen otros argumentos a favor del crecimiento de las ventas, así por ejemplo, Flamholtz (1986) opina que los procesos de crecimiento empresarial son impulsados por aumentos de la demanda de sus productos y servicios, es decir, por el aumento de las ventas observadas por las empresas que les conduce a adquirir nuevos recursos, trabajadores y maquinaria para hacer frente al incremento de la demanda. De

esta manera, consideran poco probable que el crecimiento en otras dimensiones se produzca sin un previo y sostenido incremento de las ventas.

En un interesante estudio realizado por Dolmar (2007) sobre los indicadores y medición del desempeño empresarial analiza tres aspectos que influyen a la hora de obtener los resultados finales en este tipo de estudio: a) la elección de los indicadores de crecimiento (el empleo, cuota de mercado, etc.); b) la elección del período de tiempo estudiado (número de años considerados para determinar el crecimiento) y c) la elección del cálculo de la variable (en términos absolutos, relativos, logarítmico, etc.). De su análisis se pueden extraer tres cuestiones claves a la hora de proponer una medida sobre el desempeño de una empresa:

- En primer lugar, se puede afirmar que los indicadores de crecimiento empresarial más frecuentemente usados son las ventas, el empleo, los beneficios, la cuota de mercado y los activos, destacando sobre todo los dos primeros por tratarse de medidas objetivas, por su facilidad de obtención. De esta manera, el crecimiento de las ventas y, de forma derivada, el crecimiento del empleo, son variables muy utilizadas para capturar el crecimiento y evolución de una empresa.
- En segundo lugar, respecto al número de años incluidos en la mayoría de indicadores utilizan medidas de crecimiento o relativas quedando en un segundo plano las medidas absolutas. Según Domar (2007) las medidas absolutas pueden generar un sesgo en los resultados si se comparan diversos tamaños empresariales, de esta manera, una medida relativa tiende a ajustar mejor el peso relativo del tamaño empresarial, especialmente cuando se analiza el crecimiento de las pequeñas empresas.
- En tercer lugar, respecto al periodo objeto de análisis, la mayoría de estudios analizados se concentran en los cinco, tres o un año, respectivamente dependiendo en buena medida de la disponibilidad de datos o tipo de encuestas (Domar, 2007).

Teniendo en cuenta estas tres indicaciones, en el cuestionario se han recogido dos preguntas que van a medir el desempeño empresarial. Estas preguntas recogen la evolución de las ventas y del empleo en las empresas en los tres últimos años.

- **Ventas (Ventas):** se pregunta a los encuestados cómo ha evolucionado las ventas en la empresa en los últimos tres años. Toma los valores 1 si “Han disminuido”; 2 si “Se han mantenido constante”; 3 si “Han crecido menos del 25%” y 4 si “Han crecido más del 25%”.
- **Empleo (Empleo):** se pregunta a los encuestados cómo han evolucionado el empleo de la empresa en los últimos tres años. Toma los valores 1 si “Ha disminuido”; 2 si “Se ha mantenido constante”; 3 si “Ha crecido menos del 25%” y 4 si “Ha crecido más del 25%”.

Por tanto, se trata de una variable categórica que toma cuatro niveles que mide el crecimiento de una empresa en los últimos tres años. Aunque generalmente la literatura especializada ha recogido esta variable en términos cuantitativos, la justificación de esta escala de medida se debe a la señalada sencillez y rapidez exigida en el cuestionario.

VI.4.2. Medición de la motivación.

El empleo de la distinción *push-pull* ha estado presente en la última década en estudios como Georgellis y Wall (2000), Ritsilá y Tervo (2002), Noorderhaven et al. (2004), McMullen et al.(2008), Kariv et al. (2009), entre otros muchos, sin olvidar su uso común en los informes del GEM y en diversos estudios propuestos por el Eurobarómetro. Respecto a estos últimos, ya se ha comentado como los informes del Global Entrepreneurship Monitor (2004) han impulsado la distinción básica entre motivación por oportunidad y motivación por necesidad, mientras que el Eurobarómetro (2004) amplía las variables motivacionales considerando aspectos relacionados con la independencia y el desarrollo personal, el atractivo de la actividad empresarial, sus perspectivas de ingresos, el control sobre la actividad, la influencia del círculo familiar o la falta de empleo, entre otros, como variables

fundamentales a la hora de contemplar la puesta en marcha de un nuevo negocio. Todos ellos pueden ser contemplados bajo la perspectiva *pull-push* comentada en el Capítulo III de esta Tesis.

Sin embargo, el examen empírico de las motivaciones *pull* y *push* no es una tarea fácil en la medida que pocos estudios ofrecen un conjunto de indicadores que permitan una identificación clara. Como Hughes (2003) pone de relieve, el significado de un acontecimiento o una situación en términos de empuje o atracción puede variar dependiendo de la persona y de las circunstancias específicas a las que debe enfrentarse ante la puesta en marcha de una actividad empresarial. En este sentido, seguimos la idea propuesta por Uhlaner y Thurik (2007) que consideran que el *entrepreneurship* (bajo la consideración de la creación de nuevas empresas) sigue una dinámica de atracción (*pull*) cuando el individuo considera la actividad emprendedora como una fuente de beneficios -ya sean materiales o no- y una dinámica de empuje (*push*) cuando es el resultado de un conflicto entre la situación actual y la que le gustaría experimentar o lo que es lo mismo, con la insatisfacción y el deseo de escapar de una determinada situación. Bajo esta perspectiva, como subrayan Kautonen y Palmroos (2010), la motivación *push* recoge otros condicionantes además de la motivación por necesidad y, por tanto, junto aquellas situaciones relacionadas con el desempleo, otros factores también pueden originar este tipo de emprendimiento como una situación laboral no deseada, o la insatisfacción general con la sociedad.

Sobre la base de estas aportaciones el cuestionario empleado considera una serie de preguntas sobre la naturaleza y la fuerza de las motivaciones de los empresarios que son apoyadas por investigaciones anteriores y pueden ser justificadas sin necesidad de suposiciones demasiado restrictivas. Esas cuestiones son las siguientes:

¿En qué medida está de acuerdo con las siguientes razones por las que se convirtió en empresario?. En una escala Likert de 1 a 7, siendo “1” completo desacuerdo y “7” acuerdo absoluto.

- *Porque era la mejor forma de desarrollarme personal y profesionalmente.*
- *Porque quería ser mi propio jefe.*
- *Porque quería aprovechar una oportunidad económica que creí buena.*

- *Porque pensé que podía ganar más dinero que como asalariado.*
- *Porque no tuve otra alternativa económica (desempleo).*
- *Porque necesitaba complementar los ingresos familiares.*
- *Porque tuve que continuar con el negocio familiar.*

En este sentido, los cuatro primeros indicadores relacionados con el deseo de ganar más dinero, afán de superación y desarrollo personal y deseo de independencia y ser “su propio jefe” han sido considerados factores pull en investigaciones anteriores realizadas por Harrison y Hart (1983), Mason (1989), Kolvereid (1992), Martínez y Urbina (1998), Carter y al. (2003), Cassar (2007) y los diversos informes del GEM.

Respecto a la situación de desempleo, nuestro indicador se basa en Block y Harrison y Hart (1983), Mason (1989), Evans y Leighton (1989), Ritsilá y Tervo (2002), Van Praag (2003) o Wagner (2006), siendo su uso común su empleo en Reynolds et al. (2002) y en los posteriores informes del GEM. Por su parte, la cuestión relativa a la necesidad de complementar los ingresos ha sido empleada por Fernández y García (2004). En ambos casos, han sido tratadas como motivaciones relacionadas con situaciones de empuje (push) hacia la actividad empresarial.

Finalmente, la continuación del negocio familiar es un indicador difícil de clasificar en alguna de las dos categorías pull o push. En este sentido, ha sido incluido como un tipo de motivación *push* puesto que corresponde a situaciones donde las personas han sido “obligadas” a iniciar o hacerse cargo de un negocio por su tradición familiar (Bhola et al., 2006). Sin embargo, otros autores lo han considerado una motivación pull puesto que el contacto con familiares y amigos empresarios permite considerar un factor positivo para continuar con el negocio (Fernández y García, 2004).

La existencia de ciertas correlaciones entre estas variables, así como la necesaria comprobación de estos elementos en la tipología pull-push nos lleva a la búsqueda de un número más pequeño de factores que puedan ser utilizados en posteriores análisis. De esta manera, planteamos la posibilidad de la existencia de factores subyacentes entre este grupo de variables que faciliten la interpretación de las motivaciones en los futuros análisis empíricos.

Con este motivo, un análisis de componentes principales se ha llevado a cabo con el fin de analizar el papel que juegan las motivaciones pull o push en la calidad emprendedora y en el desarrollo económico. Los principales resultados del análisis de componentes principales se encuentran detallados en la siguiente **Tabla VI.19**.

Tabla VI.19. Análisis de componentes principales. Motivación.

KMO y prueba de Bartlett		
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		0,715
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	690,511
	gl	21
	Sig.	0,000

Comunalidades		
	Inicial	Extracción
Porque es la mejor forma de desarrollarme personal y profesionalmente	1,000	0,514
Porque quería ser mi propio jefe	1,000	0,541
Porque quería aprovechar una oportunidad económica que creí buena	1,000	0,602
Porque pienso que puedo ganar más dinero que de asalariado	1,000	0,693
Porque no tuve otra alternativa económica (desempleo)	1,000	0,700
Porque tuve que continuar con el negocio familiar	1,000	0,896
Porque necesitaba complementar los ingresos familiares	1,000	0,687

Varianza total explicada				
Componente	Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción (% acumulado)	Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
		Total	% de la varianza	% acumulado
1	31,695	2,211	31,583	31,583
2	51,193	1,361	19,439	51,022
3	66,193	1,062	15,172	66,193

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Matriz de componentes ^a			
	Componente		
	1	2	3
Porque es la mejor forma de desarrollarme personal y profesionalmente	0,611	-0,371	-0,048
Porque quería ser mi propio jefe	0,732	-0,062	0,039
Porque quería aprovechar una oportunidad económica que creí buena	0,763	0,136	0,033
Porque pienso que puedo ganar más dinero que de asalariado	0,820	,119	0,081
Porque no tuve otra alternativa económica (desempleo)	-0,056	0,744	-0,379
Porque tuve que continuar con el negocio familiar	-0,153	0,111	0,927
Porque necesitaba complementar los ingresos familiares	0,164	0,790	0,188

Método de extracción: Análisis de componentes principales. a. 3 componentes extraídos

Fuente: Elaboración propia.

La medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) contrasta si las correlaciones parciales entre las variables son pequeñas e indica el grado de

adecuación de las variables al análisis factorial. Cuanto mayor sea esta medida mejor es dicha adecuación. En este sentido se consideran que son necesarios niveles mínimos por encima de 0,6 siendo los niveles cercanos a 0,7 aceptables. En este caso, el valor del índice nos indica que el análisis es oportuno.

Por su parte, el test de Bartlett se utiliza para verificar si la matriz de correlaciones es una matriz de identidad, es decir si todos los coeficientes de la diagonal son iguales a la unidad y los extremos a la diagonal iguales a cero. Si no se puede rechazar la hipótesis se desaconseja proceder a realizar un análisis factorial con los datos. En este caso, el nivel significativo del indicador implica que el análisis cumple con este requisito⁶⁸.

Por su parte, la *comunalidad* es la proporción de variabilidad de dicha variable explicada por los k factores considerados. Sería igual a 0 si los factores comunes no explicaran nada la variabilidad de una variable, y sería igual a 1 si quedase totalmente explicada. Se exige –aunque el criterio es flexible en función de las necesidades del investigador- al menos que los factores expliquen el 50 por ciento de la variabilidad interna de la variable. En nuestro caso, el valor de la comunalidad para nuestros indicadores varían entre el 51,4 por ciento al 89,6 por ciento.

El resultado del análisis de componentes principales son tres factores o variables latentes que explican el 66,192 por ciento de la varianza total. Analizando la carga factorial de cada vector podemos establecer el significado de cada uno de ellos. Estos factores son los siguientes:

- **Motivaciones Pull o de atracción (Motiv. Pull):** Este vector explica el 31,6% de la varianza total y se compone de las cuatro primeras motivaciones propuestas que se relacionan con el deseo de autonomía y el intento de explotar las oportunidades de negocio atractivas y ganar más dinero.

⁶⁸ Asimismo, otros requisitos para realizar el análisis de componentes principales han sido obtenidos con resultados satisfactorios. En este sentido, la matriz anti-imagen de covarianzas y correlaciones los coeficientes son pequeños, los coeficientes de la matriz de correlaciones son relativamente grandes en valor absoluto, los coeficientes de correlación de Pearson altamente significativos y el determinante de la matriz de correlaciones relativamente bajo.

- **Motivaciones Push o de empuje (Motiv. Push):** Este vector explica el 15,2% de la varianza total e incluye las dos motivaciones relacionadas con las situaciones de necesidad y empuje hacia la actividad emprendedora, es decir, aquellas personas que han montado su negocio para escapar del desempleo y aquellas que lo necesitan para complementar los ingresos familiares.
- **Motivación de continuidad (Motiv. Cont):** Este vector explica el 19,4% de la varianza total y está compuesta exclusivamente con los empresarios que han respondido que tenían que continuar con la tradición familiar. Desgraciadamente, esta variable queda fuera de los dos tipos de motivaciones propuestas y será tomada en cuenta como una motivación más estudiando sus posibles vínculos con el resto de variables de la calidad emprendedora en las regresiones propuestas.

Estas tres nuevas variables latentes serán nuestras variables motivacionales para las posteriores regresiones realizadas en los siguientes epígrafes.

Asimismo, en el cuestionario se incluye otra variable que consideramos interesante introducir como posible impacto de la calidad del empresario y que puede determinar sus comportamientos. Nos referimos a la Experiencia Laboral previa.

- **Experiencia laboral (Exper):** Esta variable dummy toma el valor 1 para los entrevistados que ya habían trabajado como empleados antes de ejecutar su negocio actual y el valor 0 en el caso negativo.

VI. 4.3. La medición de la orientación emprendedora.

En el Capítulo II de este trabajo de investigación la orientación emprendedora se ha configurado como una postura estratégica de las empresas para aumentar su competitividad. En esta sección se analiza cómo se lleva a cabo su medición en los estudios empíricos y se pone en relación con las medidas de desempeño y crecimiento empresarial. Este subepígrafe examina los principales instrumentos usados para medir la

orientación emprendedora en la literatura especializada en las dos últimas décadas y propone una posible alternativa basada en la información suministrada en nuestro cuestionario.

En la literatura especializada de la OE, el instrumento fundamental para la obtención de información sobre las actividades emprendedoras de las empresas ha sido la realización de encuestas personales. Ello se debe a la dificultad de acceder a la información requerida para medir la actividad emprendedora más allá de las estadísticas que se pueden obtener de las fuentes oficiales. Para conocer la orientación estratégica de una empresa hay que acudir a la propia empresa.

La utilización de encuestas tiene algunos efectos colaterales negativos (Zhara y Jennings ,1999, Zhara, 1994, Burgelman, 1991; Floyd y wooldrige, 1992; Peters y Waterman, 1982; Pinchot, 1985) como por ejemplo un excesivo énfasis en el contenido de la actividad emprendedora más que en el proceso, es decir captura la disposición hacia la actividad emprendedora más que la actividad en sí misma. También se expone la dificultad para establecer atribuciones causales y el énfasis en los aspectos formales de la actividad emprendedora pasando por alto los aspectos informales y su contribución al desempeño de las empresa.

Los investigadores han desarrollado una escala popular de medida de la actividad emprendedora a nivel de la empresa a la que Knight (1997) denomina la *Entrepreneurship Scala* para cuantificar el nivel de orientación emprendedora exhibido por una empresa. Los orígenes de esta escala de medida han partido del estudio de empresas canadienses de Khandwalla (1977)⁶⁹. A partir de esta contribución se ha elaborado propuestas en Miller y Friesen (1978 y 1982) y Miller (1983) o una versión modificada de dicho instrumento en Covin y Slevin (1998, 1989 y 1991), centrándose en las tres dimensiones clásicas de la orientación emprendedora (proactividad, innovación y toma de riesgos).

⁶⁹ Khandwalla es la referencia básica en la literatura de la OE con respecto a la escala de medida (Knight, 1997), su trabajo es una combinación de conceptos teóricos e investigación empírica. A partir de una muestra de 103 empresas canadienses, define un número de variables para describir el funcionamiento de la organización agrupada dentro una serie de categorías (el entorno, la estrategia, tecnología, estructura, control del comportamiento y desempeño) e identifica las correlaciones entre las diferentes variables presentadas dentro de la organización. Desde la perspectiva de la orientación emprendedora, este trabajo se ve como el fundador del desarrollo de la *Entrepreneurship Scala* y muchos de sus ítems y de correlaciones propuestas entre ellas serán referenciadas y adaptadas por los posteriores investigadores (como por ejemplo, Miller y Friesen 1978 y 1982; Miller, 1983; Covin y Slevin, 1986 y 1989).

En particular, Miller y Friesen (1978) adaptan y afinan esta escala separando las variables de entorno, la estrategia, y la organización como variables a medir. Aunque estos autores no se proponen específicamente a desarrollar una encuesta para medir a la orientación emprendedora, configuran un instrumento operativo que permite medir diversas dimensiones de una organización empresarial. Posteriormente, una parte de esas variables será tomada en cuenta en el trabajo seminal de Miller de 1983 dando lugar tanto al nacimiento formal del concepto como a su medición a partir de las variables consideradas en los anteriores trabajos. La escala de Miller (1983) es la más referenciada y adaptada por otros investigadores actuales en el dominio de la orientación emprendedora de una empresa. Se trata de la primera utilizada como un instrumento exclusivo enfocado para medir la actividad emprendedora de una empresa y permite comparar niveles relativos de orientación emprendedora y determinar las correlaciones entre la OE y otras variables consideradas⁷⁰.

Ahora bien, admitiendo la utilización generalizada de la Entrepreneurship Scale para medir la OE, se ha procedido a realizar otras nuevas en función de los objetivos de investigación propuestos por otros investigadores, como por ejemplo, Ventakraman (1989), Miles y Arnold, (1991), Becherer y Maurer (1997), Santos (1998), Wiklund (1999) o Santos y Liñán (2007)

Precisamente, para nuestros propósitos pretendemos presentar otra manera de delimitar la orientación emprendedora de las empresas. La existencia de datos cualitativos eminentemente variables dicotómicas y categóricas nos ha llevado a plantear otras posibles maneras de delimitar la OE de una empresa. En este sentido, en base a la información existente en el cuestionario, se han recogido una serie de variables que vamos a agrupar en tres dimensiones cuya imagen global nos permitirá delimitar el papel de la OE en las empresas. El resultado es el siguiente:

⁷⁰ Otros investigadores, como Miles y Arnold (1991), Wiklund (1999), Becherer y Maurer (1997) ha usado las escalas desarrolladas por Miller (1983) y Covin y Slevin (1989) para estudiar aspectos diferentes de la OE. Esto ha permitido que las escalas hayan sido validadas y se hayan considerado fidedignas y precisas para examinar la actividad empresarial de la empresa.

a) **Innovación:** tres variables para captar la orientación hacia la innovación se han incluido en el cuestionario:

- **Innovación de productos (Prod_inn):** los empresarios entrevistados indicaron si en su empresa se habían introducido innovaciones en productos en los últimos tres años. Las respuestas han sido codificadas como una variable tipo Likert con cinco alternativas en grado ascendente: 0 ninguna innovación; 1 innovación en bienes o servicios similares a otros ya existentes en el mercado; 2 indica innovaciones en productos o servicios con ligeras modificaciones con respecto a los ya existentes; 3 innovaciones en los bienes o servicios con cambios sustanciales con respecto a los ya existentes, y 4 innovaciones en bienes y servicios completamente nuevos en el mercado.
- **Proceso de innovación (Proc_inn):** esta variable captura la innovación en los procesos internos de la empresa en diferentes áreas (producción, marketing, logística, administración, etc) en los últimos tres años. Esta variable se codificó como sigue: 0 indica ninguna innovación; 1 pequeñas innovaciones incrementales provenientes de la experiencia, y 2 innovaciones de procesos radicales introducidos por la compañía.
- **Adquisición (Acq_tech):** Esta variable indica si la empresa ha comprado nueva tecnología en el mercado. La variable se codifica entre 0 y 4: 0 significa que la empresa no ha adquirido tecnología y 1, 2 y 3, indican la adquisición esporádica, moderada e intensa de tecnología en los mercados, respectivamente

De estas tres variables consideramos que las dos primeras son las que más se han empleado para medir la OE de una empresa.

b) **Proactividad:** tres variables se consideran como indicadores de la proactividad. Todas ellas son variables dicotómicas (0-1).

- **Planificación (Plan):** Esta variable toma el valor 1 si la empresa lleva a cabo anualmente actividades formales de planificación de negocios y 0 en caso contrario.
 - **Tareas de control (Control):** Esta variable dicotómica toma valor 1 si la empresa realiza habitualmente actividades de vigilancia y pronóstico de rendimiento de la empresa y 0 en caso negativo.
 - **Estado de alerta de las oportunidades de negocio (Opor):** Esta variable dicotómica toma valor 1 si la empresa habitualmente busca nuevas oportunidades económicas en el mercado y 0 en caso negativo.
- c) **Cooperación:** seis variables relacionadas con las actividades de cooperación pueden ser incluidas en nuestro análisis.
- **Cooperación (Coopera):** esta variable refleja la existencia de convenios de colaboración entre las empresas. Toma valor 0 en el caso de ausencia de cualquier tipo de cooperación con otras empresas, 1 si es una cooperación informal y 2 en el caso de la existencia de acuerdos formales de cooperación.
 - **Cooperación en I+D (I+d_coo):** Esta variable dicotómica toma valor 1 si la empresa lleva a cabo cualquier actividad de cooperación con otras empresas en el campo de la investigación y **desarrollo y 0 en caso contrario.**
 - **Cooperación en producción (Prod_coo):** Esta variable dicotómica toma valor 1 si la empresa lleva a cabo cualquier actividad de cooperación con otras empresas en relación con la organización de la producción y 0 en caso contrario.
 - **Cooperación en distribución y comercialización (Distri_coo):** Esta variable dicotómica toma el valor 1 si la empresa lleva a cabo cualquier actividad de cooperación con otras empresas en relación con la distribución y venta de sus productos y 0 en caso contrario.
 - **Cooperación en marketing y publicidad (Mar_coo):** Esta variable dicotómica toma el valor 1 si la empresa lleva a cabo cualquier actividad de

cooperación con otras empresas respecto a actividades de marketing y publicidad y 0 en caso contrario.

- **Cooperación en aprovisionamiento (Aprov_coo):** Esta variable dicotómica toma el valor 1 si la empresa lleva a cabo cualquier actividad de cooperación con otras empresas en relación con la compra de los insumos que se utilizarán en su proceso de producción y 0 en caso contrario.

Como podemos observar, se han incluido variables que permiten delimitar el tipo de relación existente y predominante en los sistemas de empresas provinciales indicando posibles diferencias en cuanto al tipo y por tanto, calidad, del contrato de colaboración.

VI.4.4. Dependencia y autonomía funcional y productiva.

En el cuestionario utilizado se incorporan cuatro preguntas para medir la dependencia productiva respecto a los clientes y otras cuatro para medir la dependencia productiva respecto a los proveedores (**Figura V.2**). En estas preguntas se sondea a las empresas encuestadas sobre el porcentaje (menos del 10%, entre 10 y el 25%, entre el 25 y el 50%, entre el 50 y el 75%, entre el 75 y 99% ó el 100%) de sus ventas (compras) vinculadas a su principal cliente (proveedor), a sus dos principales clientes (proveedores), a sus cinco principales clientes (proveedores) y a sus diez principales clientes (proveedores).

Asimismo, la encuesta incorpora otras diez preguntas para calcular los niveles de dependencia funcional: cinco referidas a la orientación geográfica de las ventas y otras cinco referidas a la orientación geográfica de las compras (Figura V.1). En estas preguntas se solicita a las empresas encuestadas información sobre el porcentaje (nada, menos del 10%, entre 10 y el 25%, entre el 25 y el 50%, entre 50 y 99% ó el 100%) de sus ventas (compras) que se realizan (proceden), respectivamente, del mercado local, del resto de la provincia, del resto del mercado regional, del resto de España y del extranjero.

Figura VI.2. Preguntas contenidas en el cuestionario para determinar los niveles de autonomía y dependencia funcional y productiva.

Señale qué parte de sus ventas se realizan en cada zona geográfica:

	Nada	< 10%	10-25%	25-50%	> 50%	Todo
A. En el mercado local	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. En el resto de la provincia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. En el resto de Extremadura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. En el resto de España	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E. En el extranjero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Señale qué porcentaje de las ventas absorben:

	< 10%	10-25%	25-50%	50-75%	>75%	Todo
A. El principal cliente de la misma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. Los dos principales clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. Los cinco principales clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. Los diez principales clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Señale qué parte de las compras realiza en cada zona geográfica:

	Nada	< 10%	10-25%	25-50%	> 50%	Todo
A. En el mercado local	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. En el resto de la provincia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. En el resto de Extremadura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. En el resto de España	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E. En el extranjero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Señale qué porcentaje de las compras absorben:

	< 10%	10-25%	25-50%	50-75%	>75%	Todo
A. El principal proveedor de la misma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. Los dos principales proveedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. Los cinco principales proveedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. Los diez principales proveedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fuente: Guzmán et al., (2006)

En base a esta información se han diseñado diferentes índices para medir los niveles de autonomía y dependencia productiva y funcional sintetizando la información obtenido a través de la encuesta. Estos índices se han definido siguiendo a Romero (2011) de la siguiente manera.

- **Índice de Dependencia productiva hacia clientes (DPC) y hacia proveedores (DPP).**

En la construcción del índice de autonomía o dependencia productiva hacia adelante (o hacia a los clientes) y hacia atrás (o hacia los proveedores) se ha procedido como sigue:

- A cada uno de los intervalos señalados más arriba se le asignó una marca de clase (“p” para la compra de insumos y “s” para la venta de output), tomando como tal el punto medio de cada intervalo –a excepción de la categoría de "menos del 10%", con a la que se le asigna un 0 como marca de clase y la categoría de "100% "representado por un 1⁷¹ como se recoge en la **Tabla VI.20.**

Tabla VI.20. Marcas de clase índice de dependencia productiva

Marca de clase	<10%	10-25%	25-50%	50-75%	>75%	Todo
s_i, p_i	0	0,175	0,375	0,625	0,875	1

Fuente: Romero (2011)

- A continuación, se agregaron las puntuaciones obtenidas para las cuatro preguntas (la referida al principal cliente (proveedor), a los dos principales clientes (proveedores), a los cinco principales clientes (proveedores) y a los diez principales clientes (proveedores), conforme a las siguientes expresiones matemáticas (2) y (3):

⁷¹ Se optó aquí por tomar los extremos inferiores en lugar de los puntos medios como marcas de clase para asegurar que el indicador final estuviera acotado entre -1 y 1.

$$DPC = \frac{1}{4} \sum_i s_i \quad (2)$$

$$DPP = \frac{1}{4} \sum_i p_i \quad (3)$$

Ambos índices toman valores entre 0 y 1, reflejando valores más altos un mayor el grado de dependencia productiva.

- **Índice de Dependencia funcional (IDF).**

Igualmente, se ha diseñado también un índice para medir el nivel de dependencia funcional a partir de las preguntas sobre la procedencia o destino geográfico de las compras y ventas. El índice de dependencia funcional se construye a partir de dos índices de extraversión, uno para las ventas y otro para las compras. Nuevamente, siguiendo a Romero (2011) los índices se calculan de la siguiente manera.

- El punto medio de cada intervalo indicado en la **Tabla VI.21** se establece como marca de clase (m_i).
- Se introduce un peso (w_i) para cada mercado geográfico: 0 para el mercado provincial, 0.2 para el resto del Mercado regional, 0.5 para el mercado nacional y 1 para el resto del mundo (**Tabla VI.21**).
- Los dos índices sintéticos que capturan el grado de extraversión de las ventas (SE) y de las compras (PE), se elaboran a partir de la siguiente expresión matemática (4):

$$SE(PE) = \frac{\sum_i w_i \cdot m_i^{s(p)}}{\sum_i m_i^{s(p)}} \quad (4)$$

Hay que realizar una necesaria matización sobre la elaboración de los índices de extraversión que componen el IDF. Los índices extraversión hacia las ventas (SE) y

hacia las compras (PE) son calculados como el promedio de los pesos de cada mercado para cada empresa. De hecho, el numerador en la expresión (4) podría representar por sí sólo un índice de extraversión. Desafortunadamente, el denominador $\sum_i m_i^{s(p)}$ en la expresión (4) ha sido introducido para realizar una pertinente corrección debido al uso de las marcas de clase en vez de los porcentajes reales ante el tipo de información disponible en el cuestionario.

Si $m_i^{s(p)}$ denotase el porcentaje exacto de las ventas y de las compras en cada mercado, entonces se podría considerar realmente que $\sum_i m_i^{s(p)} = 1$. Sin embargo como $m_i^{s(p)}$ representa a las marcas de clase no tiene que ser necesariamente verdad.

Esta circunstancia podría implicar una ligera sobreestimación o subestimación de los índices de extraversión, que pueden ser corregidos mediante la introducción en el denominador de la expresión $\sum_i m_i^{s(p)} = 1$. Los índices de extraversión resultantes de las ventas (SE) y de las compras (PE) toman valores de 0 a 1, los valores más altos de los índices reflejan niveles más altos de extraversión de la empresa en cuanto a sus ventas o su compras, respectivamente.

Finalmente, el Índice de Dependencia funcional (IDF) se calcula en base a la siguiente expresión (5):

$$IDF = PE - SE \quad (5)$$

De esta manera, el índice de dependencia funcional toma valores entre -1 y 1, indicando los valores positivos situaciones de mayor dependencia funcional y los valores negativos situaciones de autonomía funcional. El valor extremo -1 podría ser obtenido por una empresa que compra todos sus inputs intermedios a productores en el mercado local y vende todos sus productos en los mercados de exportación. Por el contrario, el valor 1 podría ser obtenido para una empresa que importa todos sus inputs y vende completamente su producción en el mercado local.

Tabla VI.21. Construcción de los índices de extraversión.

		0	0.05	0.175	0.375	0.75	1	Marca clase (m _i)
		Nada	Menos del 10%	10-25%	25-50%	Más del 50%	100%	Intervalos
0	Mdo. provincial	□---	---	---	---	---	---	
0.2	Mdo. Regional	---	---	---	---	---	---	
0.5	Mdo. nacional	---	---	---	---	---	---	
1	Mdo. mundial	---	---	---	---	---	---	
Peso Mdo. (w_i)	Mdo. geográfico							

Fuente: Romero (2011).

Como expusimos en el Capítulo III de esta Tesis, consideramos que estas variables tienen relevancia a nivel mesoeconómico donde la existencia de numerosas empresas con una elevada dependencia y funcional genera una escasa calidad del tejido empresarial.

VI.5. ANÁLISIS EMPÍRICO. COMPROBACIÓN DE LAS HIPÓTESIS DEL MODELO TEÓRICO DE ENLACE EMPRESARIALIDAD-DESARROLLO.

Para la comprobación de las hipótesis planteadas en el modelo teórico se van a realizar varios tipos de análisis: análisis de regresión logit, análisis de tablas de contingencia y logit ordenado son las técnicas a emplear.

En primer lugar, trataremos la relación entre los comportamientos estratégicos y sus determinantes sobre la capacidad de crecimiento a corto plazo de las empresas. Nuestro objetivo es comprobar en un primer nivel microeconómico, cómo las empresas que realizan un determinado tipo de comportamiento emprendedor son más proclives a aumentar su desempeño en comparación con el resto. En este análisis incluimos el papel de las motivaciones y otros aspectos de la calidad de las empresas y empresarios como factores delimitadores del crecimiento empresarial para contrastar nuestra hipótesis H1 central. Se trataría de una primera aproximación al fenómeno de la empresarialidad a nivel microeconómico, donde los aspectos de la empresa se funden con los del agente empresarial individual. Como expusimos anteriormente, en este nivel la empresarialidad

se plasma en un mejor desempeño de la empresa, es la empresa individual la que crea empleo y genera riqueza a través de un desempeño positivo.

En un segundo subepígrafe, nuestro objetivo es demostrar que el desempeño o crecimiento empresarial no es una condición necesaria pero suficiente para enlazar la empresarialidad con los niveles de desarrollo relativo de un territorio. En este sentido, el análisis empírico es doble. En primer lugar, se procede a analizar la relación existente entre el crecimiento empresarial y el nivel de desarrollo relativo de las provincias y, en segundo lugar, se analiza el papel que tienen determinadas características del sistema empresarial de los territorios en función de su nivel de desarrollo. En esta ocasión, el objetivo es comprobar si existen diferencias en los tipos de comportamientos, motivaciones y niveles de dependencia de los distintos territorios que podrían explicar la diferencia de desarrollo a largo plazo más allá de los niveles de crecimiento que muestran sus empresas, lo que permitirá comprobar la validez de nuestra hipótesis central H2 del modelo teórico presentado en el Capítulo anterior.

VI.5.1. Análisis microeconómico de la empresarialidad: analizando el papel de las motivaciones y los comportamientos en el desempeño empresarial.

En este subepígrafe tratamos de verificar la existencia de la relación entre los comportamientos emprendedores de una empresa expresados a través de la adopción de una orientación emprendedora, el tipo de motivación y el desempeño empresarial. El objetivo es comprobar si el tipo de motivación empresarial influye en los comportamientos emprendedores y si la adopción de esos comportamientos repercute en el desempeño empresarial. En este sentido con este análisis tratamos de verificar las hipótesis H1.1 y H1.2 de nuestro modelo teórico. En concreto, estas hipótesis eran las siguientes:

H1.1: El tipo de motivación empresarial influye en el tipo de comportamiento adoptado, es decir, un empresario con motivación pull (push) es más (menos) proclive a adoptar una orientación emprendedora en su empresa.

H1.2: La orientación emprendedora se encuentra correlacionada positivamente con el desempeño de la empresa, es decir, la empresa que adopta (no adopta) una orientación emprendedora obtiene un mayor (menor) desempeño empresarial medido a través de las ventas.

A partir de los años noventa del pasado siglo XX, fueron apareciendo trabajos que trataban el constructor de la orientación emprendedora como variable independiente para explorar los efectos de la misma sobre los resultados financieros y no financieros de la empresa. Estos estudios se fundamentaron en la legitimidad de este tipo de investigación documentando los efectos de la actividad emprendedora en el desempeño de la empresa. La mayoría de los estudios empíricos obtienen evidencia estadística favorable sobre el impacto de la orientación emprendedora con el desempeño de la empresa. Un tercer grupo de investigadores ha considerado la orientación emprendedora como variable dependiente e independiente planteando modelos más complejos (Zahra et alia, 1999) buscando aclarar tanto los antecedentes y los efectos de ciertas variables en la variable actividad emprendedora, como examinar el efecto de esta variable sobre la variable resultados. La mayoría de estos estudios se desarrollaron bajo el enfoque contingente que se centraba en encontrar constelaciones de variables organizacionales que influían a la variable orientación emprendedora mientras determinaban su potencial de asociación con medidas de desempeño. En este sentido, el análisis aquí planteado se orienta hacia esta dirección. Estamos interesados tanto en el impacto de la OE sobre el desempeño de la empresa como en la evaluación de los efectos que tiene el tipo de motivación sobre la OE.

Antes de proceder a este análisis conviene realizar una matización sobre el tipo de variable dependiente. El tipo de análisis estadístico a aplicar está delimitado por la medición de la variable “desempeño” adoptada en este trabajo de investigación. Nuestro “desempeño empresarial” medido a través del empleo o de las ventas es una variable categórica ordinal. De esta manera, si se clasificara a los grupos del 1 al 4 en una relación lineal y se aplicaran mínimos cuadrados ordinarios, se estaría considerando la diferencia entre un 1 y un 2 igual a la diferencia entre un 3 y un 4, lo cual puede intuirse que no es correcto. Como la variable dependiente es discreta con un orden natural o clasificación se deben utilizar modelos que se ajusten a esta condición pues las

metodologías tradicionales de regresión lineal no son apropiadas en estos casos especialmente porque los estimadores podrían estar por fuera del rango de la variable (Greene, 2003). En este sentido la regresión logit ordenada cumple con los requisitos exigidos para analizar nuestra variable “desempeño”.

Las variables a introducir en este análisis logit-ordenado se pueden dividir en cuatro grupos compuestos de la siguiente forma:

a) Variable dependiente:

En este ejercicio, la variable dependiente será el desempeño de las empresas medido a través de la variable Ventas. Se trata de una variable categórica ordenada que ha sido definida en el subepígrafe VI.4.2.

b) Variables de control: el objetivo del análisis empírico es determinar cómo influye la motivación en los comportamientos emprendedores y en desempeño de la empresa independientemente del sector, tamaño, edad y localización de la misma. Por ello, en la regresión se han incluido las siguientes variables que controlan esos aspectos.

- (1) **Edad empresa (Edad):** número de años de actividad (en el momento de la entrevista) desde la creación de la empresa (variable continua).
- (2) **Tamaño de la empresa (Tamaño):** tamaño de la empresa medido a través del número de empleados (variable continua tomando valores desde 1 a 232).
- (3) **Construcción (Const):** esta variable toma el valor 1 para las empresas que operan en el sector de la construcción y 0 para el resto (variable dicotómica).
- (4) **Industrias de alta intensidad tecnológica (S2_Tec):** esta variable toma el valor 1 para las empresas que operan en los sectores de alto y medio alto contenido tecnológico y 0 para el resto (variable dicotómica).
- (5) **Industrias de baja intensidad tecnológica (S2_Bajo):** esta variable toma el valor 1 para las empresas que operan en actividades de intensidad tecnológica baja y media-baja y 0 para el resto (variable dicotómica).
- (6) **Servicios avanzados a empresas (Serv_Avan):** esta variable toma el valor 1 para las empresas que operan en actividades de servicios avanzados y 0 para el resto (variable dicotómica).

- (7) **Provincia (Provincia):** se incluye nuestra variable provincial donde se encuentran ordenadas las provincias en función de su nivel de PIB per cápita para 2007 (variable categórica). 1=Badajoz, 2=Cádiz, 3= Valencia, 4=Álava.
- c) **Motivaciones y calidad del empresario:** se incluyen las tres variables de motivación tal y como fueron obtenidas en el subepígrafe VI.4.2.
- (8) **Motivaciones Pull o de atracción (Motiv. Pull):** que se relacionan con el deseo de autonomía y el intento de explotar las oportunidades de negocio atractivas y ganar más dinero (variable continua).
- (9) **Motivaciones Push o de empuje (Motiv. Push):** aquellas personas que han montado su negocio para escapar del desempleo y aquellas que lo necesitan para complementar los ingresos familiares (variable continua).
- (10) **Motivación de continuidad (Motiv. Cont):** que recoge la motivación derivada de continuar con el negocio familiar (variable continua).
- d) **Comportamientos y orientación emprendedora:** se incluyen las siguientes variables tal y como se han analizado en el subepígrafe VI.4.3. En este caso debemos realizar una matización previa en el plano metodológico. Aunque son variables categóricas, para simplificar el análisis y los comentarios de los resultados se van a considerar como variables cuantitativas. La inclusión de variables categóricas en el logit-ordenado implica la introducción de tantas variables nuevas como categorías tiene la variable considerada. Esta circunstancia aumentaría desproporcionalmente el número de variables existentes y dificultaría su interpretación. El tratamiento cuantitativo de este tipo de variables independientes permite simplificar los resultados y la interpretación de los mismos. Tres grandes bloques de variables son introducidas en el análisis.
- d.1 Innovación:
- (11) **Innovación de productos (Prod_inn).**
- (12) **Proceso de innovación (Proc_inn).**
- d.2.Cooperación:
- (13) **Cooperación (Coopera).**
- d.3. Proactividad:

- (14) **Planificación (Plan).**
- (15) **Tareas de control (Control).**
- (16) **Estado de alerta de las oportunidades de negocio (Opor).**

Una vez comprobados que no existen problemas de multicolinealidad, se han realizado cuatro regresiones logit-ordenado. La primera es el modelo básico donde sólo se incluyen las variables de control. En un segundo modelo se añaden las tres variables de motivación. En el tercer modelo, se incorporan las variables del comportamiento emprendedor. Finalmente, en un cuarto modelo se introducen un efecto interacción entre las motivaciones y los comportamientos. En concreto se han añadido ocho variables de interacción resultantes de la interacción entre la motivación pull y push con las dos variables de innovación por separado, la de cooperación y las tres de planificación de manera conjunta (**Tabla VI.22**).

En todos los modelos los test sobre ajuste salen significativos de manera que podemos afirmar que los coeficientes de las variables introducidas en las regresiones son distintos de cero (**Tabla VI.23**). Sin embargo, en las cuatro regresiones el estadístico sobre la bondad del ajuste no resulta significativo, lo que indica la existencia de otras variables no incluidas en el análisis que aumentarían el poder de explicación de los modelos.

En el primer modelo, aparece el tamaño como variable significativa. En este sentido su signo positivo nos indica que a medida que aumenta el tamaño de la empresa la probabilidad de que la empresa se sitúe en las categorías de ventas superiores es mayor. Del mismo modo, la variable “Provincia” es significativa, de esta manera, En comparación con Álava, en Valencia y Cádiz, con signo negativo, es menos probable que el nivel de ventas alcanzado por sus empresas pertenezca a las categorías superiores, mientras que en Badajoz sucede lo contrario, es más probable que sus empresas se sitúen en los niveles elevados de la variable “Ventas”. Estos resultados son robustos pues se repiten en el resto de modelos. Este modelo básico tan sólo clasifica correctamente el 30,9 por ciento de las empresas, nivel relativamente insuficiente si aplicamos el baremo del 25 por ciento adicional de una clasificación aleatoria que implicaría situarnos con una tasa de acierto mínima del 31,25 por ciento.

Tabla VI.22. Regresión logit-ordenado.

	MODELO 1			MODELO 2			MODELO 3			MODELO 4		
VARIABLES	Estimación	ET	Sig.	Estimación	ET	Sig.	Estimación	ET	Sig.	Estimación	ET	Sig.
[ventas = ,00]	-1,17	0,19	0,000	-1,17	0,197	,000	-1,07	0,22	,000	-1,11	0,22	,000
[ventas = 1,00]	-0,15	0,18	0,042	-0,15	0,189	,044	-0,04	0,21	,038	-0,06	0,21	,010
[ventas = 2,00]	0,66	0,18	0,000	0,66	0,187	,000	0,77	0,21	,000	0,79	0,21	,000
VARIABLES DE CONTROL												
Tamaño	0,15	0,05	,001	0,14	0,05	,002	0,14	0,05	,003	0,15	0,05	,001
Edad	-0,01	0,05		-0,01	0,05		-0,01	0,06		-0,02	0,06	
Constr	-0,08	0,15		-0,07	0,16		-0,07	0,16		-0,05	0,16	
S2_Tec	0,09	0,16		0,07	0,16		0,05	0,16		0,06	0,16	
S2_Bajo	0,06	0,12		0,05	0,12		0,04	0,12		0,07	0,12	
Ser_Avan	-0,06	0,17		-0,05	0,17		-0,05	0,17		-0,01	0,17	
[Provincia=1]	0,32	0,12	,009	0,33	0,13	,008	0,32	0,13	,014	0,37	0,13	,004
[Provincia=2]	-0,51	0,12	,000	-0,47	0,13	,000	-0,51	0,13	,000	-0,52	0,13	,000
[Provincia=3]	-0,52	0,16	,002	-0,55	0,17	,001	-0,56	0,17	,001	-0,59	0,17	,001
[Provincia=4]	0	.	.	0	.	.	0	.	.	0	.	.
MOTIVACIONES												
Motiv.Pull				,024	,045		,029	,046		,284	,090	,002
Motiv.Push				-,094	,045	,038	-,080	,046	,082	,137	,091	
Motiv. Cont				,048	,047		,045	,047		,047	,048	
ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA												
Prod_inn							,053	,032	,093	,072	,032	,026
Proc_inn							,044	,069		-,073	,073	
Coopera							,051	,055		,025	,056	
Plan							,003	,102		-,016	,104	
Control							-,107	,132		-,139	,133	
Opor							,091	,105		,091	,106	
INTERACCIÓN MOTIVACIÓN – ORIENTACIÓN EMPRENDEDORA												
Motiv.Pull *Prod_inn										,065	,032	
Motiv.Pull *Proc_inn										,260	,080	,001
Motiv.Pull *Coopera										-,086	,054	
Motiv.Pull *Plan*Opor*Control										,228	,097	,019
Motiv.Push *Prod_inn										-,121	,033	,000
Motiv.Push*Proc_inn										,168	,078	,030
Motiv.Push *Coopera										,047	,054	
Motiv.Push *Plan*Opor*Control										-,047	,095	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla VI.23. Ajuste de los modelos.

	Información sobre el ajuste de los modelos		Bondad de ajuste			Pseudo R-cuadrado			% correctos
				Pearson	Desv.	Cox y Snell	Nagelkerke	McFadden	
Modelo 1	-2 log de la verosimilitud	1715,030	Chi-cuadrado	1905		0,118	0,125	0,045	30,9
	Chi-cuadrado	82,9 (9 gl)	gl	1854	1854				
	Sig.	,000	Sig.	0,198	0,998				
Modelo 2	-2 log de la verosimilitud	1732,600	Chi-cuadrado	1985		0,125	0,133	0,048	33,7
	Chi-cuadrado	88,003 (12 gl)	gl	1959	1959				
	Sig.	,000	Sig.	0,334	1,000				
Modelo 3	-2 log de la verosimilitud	1732,600	Chi-cuadrado	1969		0,132	0,141	0,051	33,8
	Chi-cuadrado	93,90 (18 gl)	gl	1956	1956				
	Sig.	,000	Sig.	0,411	1,000				
Modelo 4	-2 log de la verosimilitud	1696,260	Chi-cuadrado	1980		0,179	0,191	0,071	36,4
	Chi-cuadrado	130,29627 (26 gl)	gl	1948	1948				
	Sig.	,000	Sig.	0,300	1,000				

Fuente: Elaboración propia.

En el segundo modelo se introducen las variables de motivación empresarial. La tasa de acierto de este modelo se sitúa en el 33,7 por ciento del total de empresas encuestadas. La motivación push resulta significativa y con signo negativo. Por tanto, es más probable que una empresa se sitúe en una de nuestras categorías inferiores de las ventas a medida que aumenta los niveles de motivación push. Sin embargo, la motivación pull aunque sale con el signo esperado no resulta significativa. La motivación relacionada con la continuidad sale con signo positivo pero no significativa. La introducción de las variables de orientación emprendedora tiene lugar en el Modelo 3. Nuevamente, sale representativa la motivación push aunque con un grado de significación menor lo que permite intuir –como esperábamos- la existencia de algún efecto de interacción entre el tipo de motivación y los comportamientos. Este hecho es corroborado en el Modelo 4 donde se produce la interacción con las variables de la Orientación Emprendedora cambiando los niveles de significación de las variables de motivación pull y push.

En el Modelo 3, la única variable de la OE significativa es la innovación de producto con el signo esperado. La variable que mide la cooperación empresarial sale del signo esperado pero no significativa. Por su parte, la proactividad expresada a través de la variable control sale con un signo inesperado (negativo) aunque es la que posee el grado de significación más bajo de las consideradas. Con la inclusión de la OE, la tasa de acierto mejora levemente hasta el 33.8 por ciento.

Finalmente, con la inclusión de un efecto interacción de las variables motivación y orientación emprendedora el modelo mejora sustancialmente (Modelo 4). En este sentido, pasa a ser muy significativa la motivación pull. Esto implica que los comportamientos emprendedores están relacionados con este tipo de motivación más que con la motivación push. De esta manera, el efecto conjunto de la motivación pull y los comportamientos innovadores (la de proceso en este caso) y proactivos aumenta la probabilidad de que una empresa se sitúe en las categorías superiores de nuestra variable desempeño medida a través del crecimiento de las ventas.

Por el contrario, la interacción de los componentes de la OE con la motivación push parece más ambigua. Por una parte, el signo de la interacción entre motivación push e innovación de producto sale significativo y con el signo esperado, de manera que los empresarios con motivación push y que realizan este tipo de innovación son más probables que se caractericen por niveles bajo de desempeño empresarial. En este sentido, predominan los efectos negativos del tipo de motivación push sobre el desempeño. Sin embargo, por otra parte, el efecto de interacción “Motiv.Push*Proc_inn” sale significativo y de signo positivo. En este sentido, aunque el empresario se caracterice por niveles elevados de motivación push prevalecen los efectos positivos de la innovación siendo más probable que cuando sucedan ambos elementos la empresa se sitúe entre las categorías más altas de la variable ventas. En cualquier caso parece que los datos confirman que la motivación push puede “frenar” o dificultar ciertos comportamientos emprendedores, afectando negativamente al crecimiento de las ventas. Con este modelo se consigue asignar correctamente el 36.3 por ciento de las empresas. Esto implica mejorar la clasificación aleatoria en más del 40 por ciento.

No obstante, una limitación de nuestro modelo debe ser tenida en cuenta. Como se muestra en la tabla de clasificación (**Tabla VI.23**), este modelo obtiene un mayor nivel de explicación para las categorías extremas. Por tanto, tanto para las empresas que afirman que sus ventas han disminuido, como para las que aseguran que han crecido más del 25 por ciento, el modelo supera el 40 por ciento de aciertos. Para los niveles intermedios, especialmente para las empresas con ventas constantes, el modelo no logra mejorar los niveles una clasificación aleatoria.

Tabla VI.24. Modelo 4 Categoría de respuesta pronosticada

Ventas	Han disminuido	Se han mantenido Ctes.	Han crecido menos del 25%	Han crecido más del 25%	Total
Han disminuido	67 (42%)	56	15	18	156
Se han mantenido Ctes.	24	48(26%)	59	51	181
Han crecido menos del 25%	27	35	51(28%)	68	180
Han crecido más del 25%	6	24	39	75(52%)	144
TOTAL	124	162	163	212	663

Fuente: Elaboración propia.

Asimismo, se ha realizado el mismo tipo de análisis para la variable de desempeño medio a través del crecimiento del empleo. Sin embargo, la tasa de acierto mínima no se alcanza en ningún momento, lo que nos impide realizar ningún tipo de comentario al respecto que pueda ser incorporado a este análisis.

A pesar de estas limitaciones, consideramos que los resultados permiten:

- Confirmar parcialmente la hipótesis *H1.1*. *De esta manera, el tipo de motivación empresarial influye en el tipo de comportamiento adoptado, en concreto, los empresarios con motivación pull son más proclives a adoptar una orientación emprendedora en su empresa relacionada con los aspectos innovadores y proactivos. Asimismo, la motivación push está vinculada con las empresas con menor desempeño en sus ventas.*

- *Confirmar parcialmente la hipótesis H1.2. De esta manera, encontramos evidencia favorable sobre el papel positivo que tiene las distintas dimensiones de la orientación emprendedora (en este caso innovación y proactividad) en el desempeño de la empresa expresada a través de las ventas.*

VI.5.2. Análisis mesoeconómico: las características del sistema de empresas de un territorio.

Pasamos a analizar las características a nivel mesoeconómico que enlazan directamente con la hipótesis general H2 planteada en el modelo teórico. Esta hipótesis central implicaba, a su vez, cinco hipótesis concretas: H2.1 a H2.5. En este sentido, recordemos que la hipótesis general H2 a contrastar era la siguiente:

H2: El crecimiento de las ventas y del empleo a corto plazo de las empresas de un territorio es una condición necesaria, pero no suficiente, para el desarrollo, pues para que los territorios relativamente atrasados disminuyan sus disparidades económicas frente a los territorios avanzados, se deben producir cambios estructurales en ciertas características y comportamientos de su sistema de empresas.

Esta hipótesis establece que en un mayor desempeño empresarial de los territorios relativamente más atrasados es una primera condición necesaria para disminuir sus disparidades económicas respecto a los territorios relativamente más avanzados. De esta manera, sería posible que las empresas del sistema empresarial de estos territorios estuvieran obteniendo un desempeño positivo, incrementando la riqueza local a corto plazo pero que mostrasen una serie de debilidades estructurales que les generan vulnerabilidad y dependencia respecto a los sistemas de empresas de los territorios más avanzados. Estas circunstancias explicarían, por ejemplo, situaciones de convergencia económica⁷² en términos de PIB pc pero sin lograr alcanzar los niveles de desarrollo de los territorios más avanzados a largo plazo.

⁷² Nos estamos refiriendo a aquellas donde la convergencia real se produce en términos de PIB y no por descenso de la población que implicaría también un aumento del término PIB per cápita.

En este sentido, consideramos que el desempeño empresarial es un fenómeno que se puede dar en cualquier territorio, con independencia de sus niveles de renta relativa y, por tanto, que el análisis de la empresarialidad enfocado exclusivamente al mismo no es suficiente para proceder al enlace entre el *entrepreneurship* y el nivel de desarrollo integral alcanzado por un territorio.

Para verificar esta hipótesis general, verificaremos en primer lugar la condición necesaria, esto es nuestra hipótesis específica H2.1 relativa al crecimiento de las ventas y del empleo:

H2.1: Un mayor desempeño de las empresas que componen un sistema empresarial es una condición necesaria para reducir sus disparidades económicas con otras economías relativamente más avanzadas

Para verificar esta hipótesis H2.1 contamos con cuatro provincias con distintos niveles de desarrollo relativo según sus niveles de renta y empleo. La información suministrada por la encuesta permite comparar cuatro niveles de ventas y cuatro niveles de empleo como variables que miden el desempeño de las empresas. Se han elaborado dos tablas de contingencia con la información sobre las ventas y el empleo por provincia. Las provincias se han ordenado por nivel de PIB pc, de manera que se trataría de analizar la posible asociación existente entre dos variables de tipo ordinal.

En la **Tabla VI.25** se recogen la distribución absoluta y porcentual de los cuatro niveles de ventas considerados en el cuestionario. Como puede observarse, el crecimiento de las ventas es un resultado común en todas las provincias. Los resultados pueden relacionarse, lógicamente, con la evolución del PIB per cápita seguida por las provincias analizadas. De esta manera, Badajoz es la provincia con mayor porcentaje de empresas con un crecimiento superior al 25 por ciento en los tres últimos años, seguida de cerca por Álava (29 y 27 por ciento respectivamente). Del mismo modo, tanto en Cádiz como en Valencia cuentan con empresas en esta categoría aunque a niveles más modestos (13,7 y 5,7 respectivamente).

Por su parte, la caída de las compras es un fenómeno que se concentra precisamente en estas dos últimas provincias: tanto en Valencia como en Cádiz la mitad de los encuestados han respondido que han disminuido sus ventas. Álava, por su parte, es la provincia con mayor proporción de empresas que declaran que sus ventas han sido las mismas en los tres últimos años. Siendo cuidadosos a la hora de emitir conclusiones al respecto debido a los problemas de representatividad de la muestra en Cádiz y Valencia, hay que tener en cuenta que estos territorios fueron censados a principios de 2008, por lo que estos datos podrían estar mostrando la coyuntura económica del momento caracterizada por la crisis económica. En cualquier caso, consideramos que la convergencia económica mostrada por Badajoz en la última década y en menor medida por Cádiz, el sostenimiento de la posición de liderazgo de Álava y el descenso relativo leve de Valencia en términos de PIB per cápita pueden ser explicados a partir de la evolución seguida por el desempeño de sus empresas.

Tabla V.25. Tabla de contingencia Ventas x provincia.

		provincia				Total
		Cádiz	Badajoz	Valencia	Álava	
Han disminuido	Número	74	25	44	14	157
	% dentro de provincia	48,4	12,5	50,0	6,3	23,7
Se han mantenido Ctes.	Recuento	27	27	16	111	181
	% dentro de provincia	17,6	13,5	18,2	50,0	27,3
Han crecido menos del 25%	Recuento	31	90	23	37	181
	% dentro de provincia	20,3	45,0	26,1	16,7	27,3
Han crecido más del 25%	Recuento	21	58	5	60	144
	% dentro de provincia	13,7	29,0	5,7	27,0	21,7%
Total	Recuento	153	200	88	222	663
	% dentro de provincia	100	100	100	100	100

Fuente: Elaboración propia.

La **Tabla V.26** muestra la tabla de contingencia de la variable Empleo y las provincias. Los resultados son similares a los obtenidos con las ventas aunque con distinta intensidad. De nuevo Badajoz y Álava son las provincias donde la mitad de sus empresas crean empleo mientras que Cádiz y, especialmente, Valencia lo destruyen.

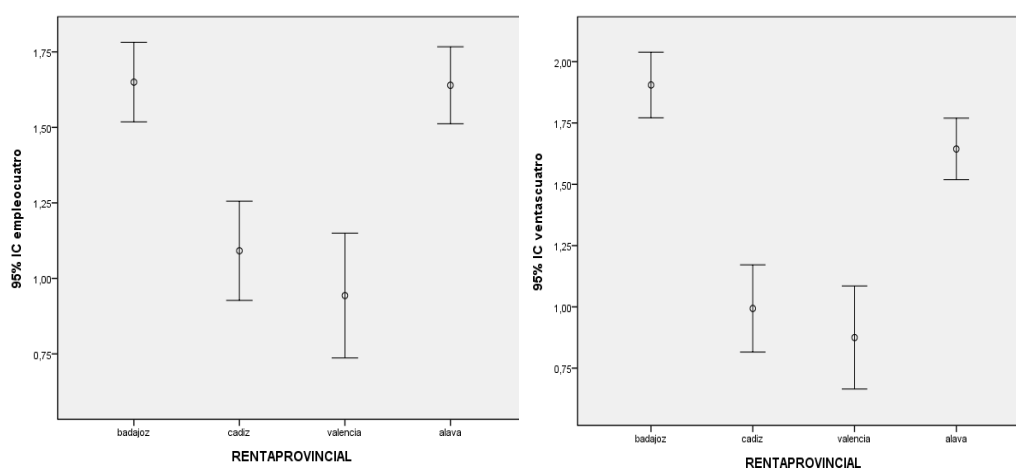
Tabla VI.26. Tabla de contingencia Empleo y provincia

		provincia				Total
		Cádiz	Badajoz	Valencia	Álava	
Han disminuido	Recuento	52	20	36	21	129
	% dentro de provincia	34,0	10,0	40,9	9,5	19,5
Se han mantenido Ctes.	Recuento	57	76	29	94	256
	% dentro de provincia	37,3	38,0	33,0	42,3	38,6
Han crecido menos del 25%	Recuento	22	58	15	51	146
	% dentro de provincia	14,4	29,0	17,0	23,0	22,0
Han crecido más del 25%	Recuento	22	46	8	56	132
	% dentro de provincia	14,4	23,0	9,1	25,2	19,9
Total	Recuento	153	200	88	222	663
		100	100	100	100	100

Fuente: *Elaboración propia.*

Por tanto, como puede observarse en la **Figura V.3** existen dos grupos de provincias con medias significativamente distintas entre sí en estas medidas de desempeño: Badajoz y Álava, por un lado con niveles medios elevados de crecimiento de ventas y empleo y, por otro lado, Cádiz y Valencia con niveles medios bajos.

Figura VI.3. Barras de error Ventas-provincias y Empleo-provincias.



Esta evolución explicaría lo acontecido a nivel macroeconómico en el período reciente 2004-2008, donde se observa un estacamiento de Cádiz y, particularmente, Valencia, mientras que Álava y Badajoz han crecido por encima de la media.

Para comprobar la existencia de una asociación entre las variables se ha solicitado la prueba de la Chi-cuadrado (**Tabla VI.27**). El resultado del test muestra que se puede

rechazar la hipótesis nula de independencia de las variables analizadas. De esta manera, podemos afirmar que hay una asociación entre los niveles de las variables “Ventas” y “Empleo” con la variable “Provincia”.

Tabla VI.27 Pruebas de chi-cuadrado

Ventas x provincia	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	225,377 ^a	9	,000
Razón de verosimilitudes	222,251	9	,000
Asociación lineal por lineal	3,310	1	,069
Prueba de McNemar-Bowker	.	.	. ^b
N de casos válidos	663		

Empleo x provincia	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	80,830 ^a	9	,000
Razón de verosimilitudes	78,967	9	,000
Asociación lineal por lineal	,066	1	,797
Prueba de McNemar-Bowker	.	.	. ^b
N de casos válidos	663		

Fuente: Elaboración propia.

El test de la chi-cuadrado sin embargo no indica la dirección ni la intensidad de esa relación por lo que procedemos a calcular los estadísticos Tau de Kendall y la Rho de Spearman indicados, especialmente el último, para analizar las correlaciones entre datos ordinales con un número reducido de categorías (**Tabla V.28**)

Tabla VI.28. Correlaciones entre categorías.

			Provincia	Ventas	Empleo
Tau de Kendall	Provincia	Coef. correlación	1,000	-,066*	-,001
		Sig. (bilateral)	.	,045	,966
	Ventas	Coef. correlación	-,066*	1,000	,488**
		Sig. (bilateral)	,045	.	,000
Rho de Spearman	Provincia	Coef. correlación	1,000	-,090*	-,002
		Sig. (bilateral)	.	,021	,960
	Ventas	Coef. correlación	-,090*	1,000	,553**
		Sig. (bilateral)	,021	.	,000

*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

**.. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados del análisis de las correlaciones muestran que el desempeño medido a través de las ventas está correlacionado negativamente con la variable “Provincia” ordenada en términos de PIB pc. Por tanto, las provincias relativamente más atrasadas con un PIB per cápita menor poseen un mayor nivel de empresas que afirman que sus ventas han crecido en los tres últimos años con un nivel de significación del 0,05. Esta correlación también es negativa para el desempeño medido a través del empleo, si bien la relación no resulta significativa. Por último, se observa que la relación entre las ventas y el empleo es significativa (al 0,01 bilateral) y positiva lo que permite establecer que el crecimiento de las ventas es un elemento que se encuentra vinculado al empleo como un indicador del desempeño empresarial.

De esta manera, *se observa una relación negativa entre el crecimiento de las ventas a corto plazo y los niveles de desarrollo relativo de las provincias que lleva a considerar que, de manera agregada, se está produciendo una situación de lenta convergencia económica donde los territorios relativamente más atrasados gozan de mayores tasas de crecimiento de sus ventas y, por tanto, de su producción recortando las distancias en términos de renta con los territorios más avanzados considerados en este estudio.*

En este sentido, podemos afirmar que estos resultados *confirman la hipótesis H2.1, de manera que el crecimiento de las ventas de las empresas de los sistemas de los territorios más atrasados se configura como una condición necesaria para que alcancen el desarrollo a largo plazo.*

Finalmente para completar la imagen de la empresarialidad a nivel mesoeconómico vamos a realizar un análisis de su posible vinculación con los niveles de desarrollo territorial. En este ejercicio, la variable dependiente será la ubicación de las empresas, diferenciando entre dos tipos de localización empresarial: por un lado, las situadas en los territorios relativamente atrasados con un PIB per cápita bajo y altas tasas de desempleo y, por otro lado, las situadas en los territorios relativamente avanzados con altos niveles de PIB per cápita y empleo. Por lo tanto, esta variable dicotómica toma el valor 1 para las empresas ubicadas en Badajoz y Cádiz y 0 para las situadas en Álava y Valencia. En nuestro modelo teórico, varias hipótesis sobre las variables de la empresarialidad en distintos niveles y su relación con el nivel de

desarrollo territorial fueron propuestas. En este sentido las hipótesis H2.2 a H2.5 tratarán de ser verificadas a través de este análisis empírico para completar la imagen global de la empresariedad.

Concretamente, las hipótesis eran las siguientes:

H2.2: los sistemas de empresas de las regiones relativamente avanzadas se caracterizan por una mayor presencia de empresarios con una motivación pull, mientras que los sistemas de empresas de las regiones relativamente atrasadas se caracterizan por una mayor presencia de empresarios con una motivación push.

H2.3: Los sistemas de empresas de las regiones relativamente más avanzadas se caracterizan por ciertas fortalezas en sus comportamientos innovadores, proactivos y colaborativos, mientras que las empresas de las regiones relativamente más atrasadas se caracterizan por ciertas debilidades en sus comportamientos innovadores, proactivos y colaborativos.

H2.4: Los sistemas empresariales de las regiones relativamente más atrasadas se caracterizan por una mayor presencia de empresas funcionalmente dependientes, mientras que las regiones relativamente más avanzadas se caracterizan por una mayor presencia de empresas con autonomía funcional.

H2.5: Los sistemas empresariales de las regiones relativamente más atrasadas se caracterizan por una mayor presencia de empresas productivamente dependientes, mientras que las regiones relativamente más avanzadas se caracterizan por una mayor presencia de empresas con autonomía productiva.

Se trata de establecer una determinada tipología de sistema empresarial que pueda estar vinculada con los niveles de desarrollo relativo. En concreto se busca determinar si existe algún tipo de diferencias significativas en cuanto al tipo de motivación, orientación emprendedora y grado de autonomía o dependencia funcional y productiva entre los sistemas de empresas de distintos territorios con diferentes niveles de desarrollo relativos.

Puesto que la variable dependiente toma el valor 0-1 es conveniente la realización de una regresión de tipo logit que permita la estimación insesgada de los parámetros. Cuatro regresiones logísticas han sido estimadas utilizando el método de máxima verosimilitud, para poner a prueba la influencia de las variables independientes y de control en la variable dicotómica “localización de la empresa”. Las variables a introducir en cada una de ellas han sido las siguientes.

a) **Variable dependiente:**

Como se ha comentado más arriba, en este ejercicio la variable dependiente será la localización de las empresas (LOC). Esta variable toma un valor 1 para las economías relativamente más atrasadas (Badajoz y Cádiz) y 0 para las más avanzadas (Álava y Valencia)

b) **Variables de control:** se incluyen las variables relacionadas con la edad, el tamaño y la especialización de las empresas tal y como fueron definidas en el subepígrafe 5.2. En concreto, son las siguientes:

- (1) Edad empresa (Edad).
- (2) Tamaño de la empresa (Tamaño).
- (3) Construcción (Const).
- (4) Industrias de alta tecnología (S2_Tec).
- (5) Industrias de bajo nivel tecnológico (S2_Bajo).
- (6) Servicios avanzados de negocios (Serv_Avan).

c) **Motivaciones y calidad del empresario:** se incluyen tres variables de motivación tal y como fueron obtenidas en el subepígrafe 4.2. y una variable que puede determinar los comportamientos como es la experiencia laboral previa del empresario encuestado:

- (7) Motivaciones Pull o de atracción (Motiv. Pull):
- (8) Motivaciones Push o de empuje (Motiv. Push):

(9) Motivación de continuidad (Motiv. Cont): que recoge la motivación derivada de continuar con el negocio familiar (continua)

(10) Experiencia laboral (Exp).

d) **Comportamientos y orientación emprendedora:** se incluyen las siguientes variables tal y como han sido presentadas en el subepígrafe 4.3. Aunque son variables categóricas, para dotar de sencillez y claridad el análisis se van a considerar cuantitativas. Son las siguientes:

d.1. Innovación:

(11) Innovación de productos (Prod_inn).

(12) Proceso de innovación (Proc_inn).

(13) Adquisición de tecnología (Acq_tech):

d.2. Cooperación:

(15) Cooperación (Coopera).

(16) Cooperación en I+D (i+d_coo).

(17) Cooperación en producción (prod_coo).

(18) Cooperación para distribución (distri_coo).

(19) Cooperación en comercialización y publicidad (mar_coo).

(20) Cooperación en compras (pur_coo):

d.3. Proactividad:

(21) Planificación (Plan).

(22) Tareas de control (Control).

(23) Estado de alerta de las oportunidades de negocio (Opor).

e) **Niveles de autonomía y dependencia funcional y productiva.**

Se incluyen los dos índices de dependencia productiva (hacia adelante y hacia atrás) así como el índice de autonomía y dependencia funcional calculado siguiendo la metodología propuesta en el subepígrafe VI.4.4.

(24) DPV.

(25) DPC.

(26) IDF.

A partir de estas variables se han estimado cuatro regresiones logísticas como se muestra en la **Tabla VI.29**. El Modelo 1 incluye sólo las variables de control. En el Modelo 2, se incorporan las variables de la motivación y experiencia de trabajo al modelo anterior. El Modelo 3 agrega las dimensiones de la OE mediante tres conjuntos de variables sobre la innovación, cooperación y proactividad en las empresas. Por último, el Modelo 4 reúne todas las variables, introduciendo también los tres índices de dependencia. Los resultados finales se pueden ver en al final de la **Tabla VI.29**. El test de ómnibus siempre es significativo ($p < 0,05$), lo que implica la aceptación de la hipótesis de que los coeficientes β son distintos de cero. Las variables consideradas en el análisis consiguen explicar un porcentaje de la varianza (seudo R-cuadrado de Nagelkerke) de 0.387 y el porcentaje de casos correctamente clasificados en el Modelo 4 alcanza el 75,3% del total. No se han detectado problemas de multicolinealidad entre las variables introducidas en los modelos como muestran los niveles de los FIV (2,5) y de los índices de condición (< 10) de las variables independientes.

Tabla VI.29. Regresiones logit.

	MODELO 1				MODELO 2				MODELO 3				MODELO 4			
	B	E.T.	Sig	Exp(B)	B	E.T.	Sig	Exp(B)	B	E.T.	Sig	Exp(B)	B	E.T.	Sig	Exp(B)
VARIABLES DE CONTROL																
Tamaño	-.017	.004	***	.983	-.016	.004	***	.984	-.018	.005	***	.98	-.014	.005	***	.98
Edad	-.023	.006	***	.978	-.025	.007	***	.975	-.027	.007	***	.97	-.027	.008	***	.97
S2_Tec	-.093	.286		.911	-.127	.295		.880	-.181	.317		.83	-.111	.324		.89
S2_Bajo	.300	.212		1.35	.362	.218	*	1.43	.615	.235	**	1.84	.596	.253	**	1.81
Constr	.321	.285		1.37	.312	.290		1.28	.459	.307		1.58	.548	.324	*	1.73
Serv_Avan	-.643	.316	*	.52	-.594	.326	*	.552	-.510	.342		.60	-.356	.367		.70
Motivación y carac.																
Motiv. Pull					-.163	.084	*	.849	-.184	.090	**	.832	-.200	.097	**	.819
Motiv.Cont					-.155	.087	*	.856	-.230	.094	**	.792	-.229	.100	**	.795
Motiv. Push					.234	.085	***	1.264	.235	.090	***	1.26	.187	.097	**	1.20
Exper					-.888	.197	***	.412	-.896	.209	***	.408	-.875	.222	***	.417
OE.																
Prod_inn									-.563	.200	***	.569	-.460	.213	**	.631
Proc_inn									-.552	.166	***	.576	-.533	.179	***	.587
Acq_Tec									.333	.095	***	1.39	.263	.101	**	1.300
Plan									.084	.197		1.08	-.039	.215		.962
Control									.207	.245		1.23	.289	.268		1.33
Opor									-.311	.202		.733	-.303	.219		1.35
Coopera									.042	.157		1.04	-.002	.165		.996
R&D_coo									-.574	.347		.563	-.566	.367		.572
Prod_coo									-.431	.274		.650	-.498	.291	*	.608
Sal_coo									.689	.268	**	1.99	.600	.283	***	1.76
Mar_coo									.976	.391	**	2.653	1.172	.411	***	3.33
Pur_coo									.367	.327		1.443	.451	.344		1.57
Dependencia/Auton.																
IDF													1.537	.338	***	4.65
DPV													.167	.469		1.18
DPC													2.658	.429	***	14.26
Constant	1.346	.220	.000	3.84	1.370	.223	.000	3.936	1.062	.379	.005	2.892	.342	.415	.410	1.40
Goodness-of-fit																
Chi-squared (sig.)			51.097***				85.706 ***				149.095***				225.915***	
-2 log-likelihood			862.444				827.835				764.446				687.626	
Nagelkerke R-squared			.099				.162				.270				.387	
Percent. Correcto			59.9				64.8				71.1				75.3	

(1) Punto de corte 0.532 . ***Sig. al 99% , **Sig. al 95%; *Sig al 90%.

Como puede observarse en la **Tabla VI.29**, en el modelo más básico, el Modelo 1, la edad y el tamaño contribuyen de manera significativa para explicar la variable dependiente (Loc), con los signos esperados. De este modo, las empresas en las economías relativamente más atrasadas se caracterizan por un tamaño relativamente más pequeño y por una edad menor. Estos resultados son especialmente robustos, ya que se mantienen cuando se incluyen variables adicionales en los modelos 2 a 4. Estos resultados muestran una mayor atomización de los sistemas empresariales de los territorios relativamente más atrasados. La menor edad podría estar explicada por una mayor tasa de creación de empresas junto a un reducido ratio de supervivencia de sus empresas como consecuencia de sus menores niveles de stock de capital humano (Acas et al., 2007).

En cuanto al sector de actividad, en este primer modelo la única variable estadísticamente significativa es la de servicios avanzados. En este sentido, es menos probable que las empresas que operan en los servicios avanzados se encuentren en los territorios relativamente atrasados. Sin embargo, en los modelos de 3 y 4, una vez que el resto de variables han sido incluidas, aparecen dos *dummies* de especialización significativas: las industrias de baja nivel tecnológico y el sector de la construcción. En ambos casos, el signo es positivo, lo que indica una mayor probabilidad de encontrar este tipo de empresas en los sistemas empresariales de las economías relativamente más atrasadas. Ambos hechos nos hablan de una especialización relativamente más desfavorable de este tipo de economías frente a los sistemas de empresas de los territorios relativamente más avanzados que tienen implicaciones en su desarrollo a largo plazo como hemos sugerido en el Capítulo IV.

Analizando el tipo de motivación, en los modelos de 2, 3 y 4, los tres tipos de motivaciones consideradas tienen coeficientes significativos y los signos esperados de acuerdo con nuestra hipótesis H2.3. En este sentido, los empresarios con una motivación pull y con motivación por continuidad tienen una menor probabilidad de estar localizados en las economías de bajos ingresos, mientras que esta probabilidad es mayor para los empresarios con una motivación push. En particular, el efecto de la motivación push es el más fuerte de entre todos los tipos de motivaciones incluidas (como muestra la razón de probabilidad o ratio odds). Por otra parte, la variable

"experiencia" tiene un coeficiente negativo y significativo, esto implica muestra que los propietarios de negocios sin experiencia son más probables en las provincias de bajos ingresos, lo que puede también vincularse con la motivación de continuidad que muestran los empresarios de los sistemas empresariales de los territorios relativamente más avanzados.

En cuanto a los resultados de las dimensiones que componen la orientación emprendedora y los comportamientos emprendedores, hay que destacar, en primer lugar, que las empresas que desarrollan innovaciones de producto o proceso son más probables que se ubiquen en las provincias más avanzadas, como indican los correspondientes signos negativos de los coeficientes β en los modelos 3 y 4. Sin embargo, las empresas que han comprado tecnología más intensamente se encuentran con mayor probabilidad en las provincias más atrasadas. En segundo lugar, llama la atención que ninguna de las variables de proactividad haya resultado significativa. En este sentido, se puede afirmar que la planificación, las tareas de control y la búsqueda de oportunidades son comportamientos relativamente homogéneos entre las empresas con independencia del nivel de desarrollo territorial del ámbito espacial donde se localiza. Asimismo, tampoco se detectan diferencias con respecto a la intensidad de los acuerdos de cooperación de las empresas entre los territorios objeto de estudio. Sin embargo, sí existen diferencias significativas en cuanto al tipo de relaciones de cooperación. Las empresas que cooperan con otras empresas en la compra de sus insumos son más proclives a estar ubicadas en las economías avanzadas. Sin embargo, las empresas que han llevado a cabo actividades de cooperación en la distribución y comercialización tienen una mayor probabilidad de estar situadas en los territorios relativamente más atrasados.

En este sentido, nuestro análisis sugiere que las empresas de los dos tipos de territorios podrían estar jugando un diferente papel dentro de sus cadenas de valor: en las zonas avanzadas, las empresas podrían estar actuando como proveedores especializados de otras empresas, generalmente PYMEs y grandes empresas. Sin embargo, en regiones de bajos ingresos las PYMEs podrían simplemente asumir la distribución y comercialización de bienes y servicios producidos por las grandes empresas externas. Estas ideas pueden ser confirmadas por los resultados relacionados con la dependencia funcional y productiva del Modelo 4.

En consecuencia, estos resultados apoyan la hipótesis de una posible orientación emprendedora cualitativamente distinta entre territorios (H2.3): aunque que existe evidencia significativa respecto a la proactividad, ciertos aspectos relacionados con la innovación y, especialmente, con la cooperación, sugieren que es necesario prestar atención al tipo de actividad o comportamiento que desarrolla la empresa en función del territorio en que se ubica.

Finalmente, el Modelo 4 incluye los indicadores de dependencia funcional y productiva elaborados en el epígrafe VI.4.4. En este sentido, los índices de dependencia funcional y la dependencia productiva hacia las compras de los sistemas de empresas situados en los territorios atrasados son estadísticamente muy significativos, en línea con la hipótesis H2.4. Los dos coeficientes son positivos, demostrando que las empresas caracterizadas por elevados niveles de dependencia productiva hacia atrás (o hacia sus proveedores) y funcional son más probables en los sistemas de empresas de las provincias relativamente más atrasadas. Por otro lado, el índice de dependencia productiva hacia delante o hacia los clientes tiene el signo esperado, pero no es significativo, lo que permite verificar la hipótesis H5. Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el tipo de cooperación estos resultados pueden estar relacionados con la existencia de diferentes modelos de integración en las cadenas de valor de las empresas en los distintos territorios. En este sentido, las empresas en los territorios relativamente más atrasados son más dependientes funcionalmente que otras áreas, ya que tienden a comprar sus insumos de proveedores externos y los venden en el mercado interior. De la misma manera, es más dependientemente productiva debido a sus vínculos con proveedores específicos de los que compran un alto porcentaje de todos los insumos que requieren en sus procesos de producción. Estos proveedores pueden ser en muchos casos grandes empresas externas que ejercen la gobernanza de las cadenas de valor nacionales y mundiales.

Por tanto en base a este análisis podemos afirmar que:

- *Se confirma parcialmente la hipótesis H2.2, de manera que las empresas de las regiones relativamente atrasadas se caracterizan por una mayor presencia de empresarios con motivación push.*

- *Se confirma parcialmente la hipótesis H2.3, de manera que ciertas dimensiones de la orientación emprendedora (en concreto ciertos aspectos de innovación y el tipo colaboración adoptado) son cualitativamente distintos según el nivel de desarrollo territorial.*
- *Se confirma parcialmente H2.4, puesto que los sistemas de empresas de los territorios atrasados muestran mayores niveles de dependencia productiva hacia las compras.*
- *Se confirma H2.5, puesto que los sistemas de empresas de los territorios relativamente más atrasados muestran mayores niveles de dependencia funcional.*

Capítulo VII. Conclusiones.

VII.1. Conclusiones generales.

VII. 2. Conclusiones a nivel teórico.

VII.2.1 Conclusiones a nivel microeconómico: motivación, comportamientos y crecimiento empresarial.

VII.2. Conclusiones a nivel mesoeconómico: las características de la calidad del sistema empresarial.

VII.4. Conclusiones a nivel empírico: principales resultados y limitaciones

VII.5. Limitaciones y futuras líneas de investigación.

A continuación, se plantean las principales conclusiones de este trabajo de investigación para los cuatro capítulos teóricos y los resultados empíricos obtenidos que han constituido los ejes centrales de nuestro estudio.

VII.1. CONCLUSIONES GENERALES.

Al comienzo de este trabajo se señalaba el consenso existente entre los organismos internacionales y el ámbito académico sobre la estrecha vinculación entre la empresarialidad y el nivel de desarrollo y crecimiento económico. Nadie duda que en un entorno económico como el actual, la actividad dinámica de los empresarios y empresas de un territorio juega un papel fundamental como factor de desarrollo y crecimiento económico.

A este respecto, este trabajo de investigación comparte esa idea. La actividad empresarial constituye un elemento central del desarrollo endógeno de una economía. Del sistema empresarial localizado en el territorio depende el aprovechamiento de los recursos locales y la explotación de las economías de escala y de los efectos externos. De él depende, en definitiva, los procesos de acumulación de riqueza, y generación de empleo y, por tanto, el incremento del bienestar de la población local. Sin embargo, esa relación resulta tan evidente como difícil de demostrar.

A lo largo de este trabajo de investigación se ha tratado de analizar, justificar y comprobar precisamente cómo se lleva a cabo esa vinculación. Para ello, en el Capítulo II hemos elaborado una definición operativa de empresarialidad que nos ha permitido desarrollar esta investigación teniendo en cuenta el carácter multidimensional y poliédrico de la misma. Los Capítulos III y IV han analizado la empresarialidad desde el punto de vista micro y mesoeconómico respectivamente, para finalmente en el Capítulo V, proceder a su enlace a través de un modelo teórico que coloca a la empresarialidad como factor explicativo de las disparidades económicas entre territorios.

Una vez finalizada esta investigación, las conclusiones generales que se pueden extraer de la misma son las siguientes:

1. Este tipo de estudios se encuentran condicionados por la definición y medida adoptada por parte del investigador sobre la empresariedad. La dificultad central se encuentra precisamente en la delimitación precisa de lo que realmente constituye este fenómeno. *Por consiguiente, consideramos necesario un mayor esfuerzo en el mundo académico para llegar a un consenso entre todos los investigadores que permita una delimitación unívoca de la empresariedad y de sus elementos más representativos. Una definición precisa sobre la empresariedad permitiría establecer nuevas metodologías para valorar los impactos macroeconómicos de la misma.*
2. No obstante, es necesario reconocer que se han realizado grandes avances en la última década respecto a la delimitación del entrepreneurship. En este sentido, se está imponiendo una definición de empresariedad consistente en la descripción de la creación y el desarrollo de nuevas y pequeñas empresas. Sin embargo, cuando se trata de analizar el papel de la empresariedad en el desarrollo y crecimiento económico, resulta obvio que no todas las empresas contribuyen de igual manera al desarrollo territorial. Aparecen así, otras características más generales que deben ser contempladas en la empresariedad como la asunción de riesgos, la capacidad innovadora, la capacidad para aprovechar las oportunidades comerciales, etc. que se configuran como factores de dinamización o de ventaja competitiva, más allá de la creación de una nueva empresa. Así pues, esta investigación establece la necesidad de complementar el análisis de la creación de empresas con una visión más cualitativa del fenómeno que tenga en cuenta la calidad de ciertas características y comportamientos emprendedores. *De esta manera, podemos concluir que el desarrollo y crecimiento económico se alcanzarán a largo plazo para las economías relativamente más atrasadas si existe una adecuada calidad de empresarios y empresas que generen un valor añadido incremental en la actividad que desarrollan.*
3. La revisión bibliográfica realizada de la extensa literatura, tanto teórica como empírica, que relaciona la empresariedad con el desarrollo económico, nos muestra una cierta falta de visión global de la empresariedad que dificulta la elaboración de modelos para

medir sus impactos macroeconómicos. Precisamente, este trabajo de investigación propone un modelo sobre la contribución del *entrepreneurship* al crecimiento económico basado en dos niveles de análisis permeables (micro y mesoeconómico) que permiten enlazar el nivel individual de la empresarialidad con los resultados macroeconómicos. *Consecuentemente, consideramos que cualquier marco analítico que trate de vincular la empresarialidad con los resultados globales de una economía debe tener en cuenta que la empresarialidad es un fenómeno multidimensional. Esto implica la necesidad de establecer una serie de variables y vínculos intermedios para conseguir relacionar el crecimiento económico y la actividad empresarial.*

4. A este respecto, a nivel microeconómico, consideramos que la empresarialidad recoge un conjunto de características, cualidades y comportamientos de carácter dinámico de empresarios y empresas localizados en el territorio. Este trabajo de investigación plantea que, a nivel microeconómico, la competitividad de una economía nacional se construye sobre la competitividad de las empresas que operan en su interior. Bajo esta perspectiva, situamos la generación de empleo y de valor añadido en el nivel microeconómico, es decir, en la propia gestión y política empresarial. En este sentido, es evidente que la capacidad de crecimiento de las empresas es el principal efecto apreciable de su calidad y, por tanto, de su éxito. *En conclusión, consideramos que el crecimiento empresarial es un primer componente o eslabón básico que permite enlazar la empresarialidad con el crecimiento de la riqueza y del empleo desde un punto de vista cualitativo.*

5. Desde una perspectiva mesoeconómica, la agregación de empresas individuales, da como resultado la formación del sistema de empresas del territorio. De manera más concreta, hemos definido al sistema empresarial como el conjunto de las empresas localizadas en el territorio y de las características y relaciones que se establecen entre ellas y su entorno. Sin embargo, la calidad de un sistema empresarial no es resultado de la suma individual de la calidad de sus empresas. En este sentido las debilidades y fortalezas del sistema empresarial -que determinan su calidad- se encuentran relacionadas con otros factores además de los que favorecen el crecimiento particular de sus empresas. De esta manera, consideramos que existen características dinámicas propias del sistema de empresas del territorio. *Por consiguiente, cada sistema de empresas localizado en un territorio posee una serie de características y*

comportamientos propios que lo diferencian de los demás. Este hecho, permite considerar a la empresarialidad como un fenómeno local y/o sectorial, que cambia entre regiones y sectores, configurándola como un factor de desarrollo endógeno.

6. *En conclusión, la empresarialidad no influye en el desarrollo territorial únicamente a través de un desempeño positivo de las empresas que componen un sistema empresarial. Un mayor desempeño empresarial es una condición necesaria pero no suficiente para asegurar el desarrollo económico. De esta manera, para que la empresarialidad tenga un impacto a largo plazo en los niveles de desarrollo económico de los territorios relativamente más atrasados es necesario también que se lleven a cabo una serie de cambios estructurales en determinadas características y comportamientos cualitativos de su sistema de empresas.* Para el caso concreto del análisis realizado para las provincias de Álava, Valencia, Badajoz y Cádiz, agrupadas en dos grupos de territorios con distintos niveles de renta y empleo, se observa que los sistemas de empresas de los territorios se caracterizan por empresas en crecimiento pero que esta circunstancia coexiste con ciertas debilidades de sus sistemas de empresas como la escasa presencia de empresarios con motivación pull, debilidades en sus comportamientos emprendedores y elevada dependencia funcional y productiva.

7. El análisis comparativo al que nos acabamos de referir tiene implicaciones directas para el diseño de políticas empresariales encaminadas a fomentar las PYMEs como motor de crecimiento. Estas acciones deben ser concebidas no sólo teniendo en cuenta la empresarialidad desde una perspectiva cuantitativa, sino también teniendo en cuenta su dimensión cualitativa. En consecuencia, los responsables políticos deberían tratar de mejorar la calidad empresarial del sistema de empresas prestando atención a aspectos como las motivaciones, la orientación emprendedora y los patrones de inserción de las sus empresas a nivel nacional y mundial a través de cadenas de valor.

En base a estas conclusiones generales, el epígrafe VII.2 va a mostrar más detalladamente las conclusiones teóricas que se pueden extraer de los niveles micro y meso presentados en este trabajo de investigación mientras que el epígrafe VII.3 lo hará teniendo en cuenta los resultados empíricos.

VII. 2. CONCLUSIONES A NIVEL TEÓRICO.

Como hemos expuesto a comienzos del epígrafe anterior, este trabajo de investigación ha tenido como objetivo el desarrollo y conceptualización de un modelo económico que mostrase el papel del *entrepreneurship* en la evolución a largo plazo de las economías y en las disparidades económicas a través de los comportamientos y características empresariales críticos que contribuyen a la calidad del sistema de empresas. Para ello, hemos propuesto una perspectiva de análisis a la que hemos denominado “macroempresarial” que pretende responder si el desempeño económico de un territorio puede ser promovido por la empresarialidad, fundamentalmente, a través del establecimiento de determinados tipos de comportamientos y características empresariales. Bajo esta perspectiva hemos conectado los enfoques micro y macro para proporcionar una visión global del fenómeno. Las principales conclusiones que pueden extraerse del análisis realizado en cada nivel son presentadas en los siguientes sub-epígrafes.

VII.2.1 Conclusiones a nivel microeconómico: motivación, comportamientos y crecimiento empresarial.

A este respecto, a nivel microeconómico, consideramos que la empresarialidad recoge un conjunto de características, cualidades y comportamientos de carácter dinámico de empresarios y empresas localizados en el territorio. Bajo estos planteamientos, el objetivo del Capítulo III era encontrar, entre las diversas teorías y enfoques multidisciplinares sobre el crecimiento empresarial, aquella que aborde el crecimiento de las empresas desde un punto de vista cualitativo, en base a las características y los comportamientos dinámicos adoptados por las empresas de un territorio. Las principales conclusiones que pueden extraerse del mismo son las siguientes.

1. Entre las diferentes aproximaciones teóricas que analizan el crecimiento de una empresa hemos encontrado una línea análisis bien definida perteneciente a la

literatura del *management* y de la dirección estratégica que presta atención a los comportamientos emprendedores de las empresas y su relación con el desarrollo o desempeño de las mismas. Se trata de la Orientación Emprendedora (OE). Con la Orientación Emprendedora, enfatizamos que la dinámica de percibir y crear nuevas oportunidades económicas deben ser analizadas a nivel de empresas. En esta investigación, por tanto, se ha considerado que la orientación emprendedora es una postura fundamental dentro de la estrategia global desarrollada por una empresa, particularmente bajo condiciones cambiantes del entorno. *En conclusión, para nuestros propósitos consideramos que el concepto de orientación emprendedora resulta útil para explicar el crecimiento empresarial desde un punto de vista cualitativo.*

2. Algunos de los desarrollos teóricos propuestos sobre la orientación emprendedora, como Miller (1983), Covin y Slevin (1991) o Zhara (1993), han señalado que los comportamientos emprendedores adoptados dependen de una serie de condicionantes o antecedentes entre los que destacan los factores del entorno o factores externos, la estructura u organización y determinadas características (valores, creencias, personalidad) del líder estratégico o del agente empresarial individual. Buena parte de la literatura especializada sobre la OE se han centrado precisamente en el papel de los factores externos como condicionantes de la relación entre la OE y el desempeño empresarial. Sin embargo, en este trabajo de investigación hemos puesto énfasis en el papel de las características personales, motivaciones y percepciones del agente (o agentes) empresarial y cómo éstas generan actitudes e intenciones que determinan precisamente los comportamientos. *Por consiguiente, consideramos que los aspectos cognitivos y los rasgos de la personalidad del empresario o del grupo de directivos son fundamentales para implementar los comportamientos y estrategias que componen una orientación emprendedora a nivel de empresa.*
3. De manera más concreta, en este trabajo de investigación nos hemos apoyado en la teoría del aprendizaje social para realizar una aproximación adecuada al estudio de los comportamientos y sus determinantes. Bajo sus planteamientos, el comportamiento es consecuencia de estímulos ambientales, de procesos de

retroalimentación (*feed-back*) y de observación permanente. Precisamente, a partir de estos modelos de aprendizaje social, consideramos fundamental una variable cognitiva: la “motivación”. La motivación se puede definir como el conjunto de razones que determinan que las personas se involucren en un comportamiento en particular (Shane et al., 2003). *En consecuencia, consideramos que la creación de empresas y otros comportamientos emprendedores pueden ser el resultado de una gran diversidad de motivaciones.*

4. A nivel microeconómico diversas investigaciones han puesto de manifiesto que la motivación puede tener consecuencias en la forma en que se gestiona una empresa y en el propio desempeño empresarial. Bajo estos planteamientos, hemos considerado oportuno considerar la teoría “push-pull” (empuje-atracción) como una herramienta útil para delimitar el tipo de motivación emprendedora. Mientras que los primeros, los factores de empuje o push, son considerados como sucesos negativos que precipitan la creación de empresas, los factores de arrastre o pull se consideran como factores positivos que atraen y determinan el comportamiento emprendedor de los individuos. La literatura especializada apunta al impacto positivo de la motivación pull sobre un rendimiento mayor y una mayor intensidad sobre los comportamientos emprendedores. *De esta manera, podemos concluir que en función de los factores del entorno y de los rasgos de personalidad del individuo, el tipo de motivación que influye en mayor medida en los comportamientos emprendedores es la motivación pull frente a la motivación push.*

5. Respecto a los comportamientos emprendedores, en este trabajo se han analizado seis dimensiones que componen una orientación emprendedora, justificando tanto su pertenencia a esta postura estratégica de la empresa como su posible vinculación con el crecimiento empresarial. A este respecto las cinco primeras dimensiones: la innovación, la predisposición a asumir riesgos, la proactividad, la autonomía y la agresividad competitiva han sido propuestas por multitud de investigadores de la orientación emprendedora (Lumpkin y Dess, 1996). Sin embargo, este trabajo de investigación ha propuesto a la cooperación o espíritu asociacionismo como otra dimensión que debe formar parte de la misma. Este espíritu de asociacionismo se manifiesta a través de comportamientos de búsqueda de contactos que se emprenden

con el objetivo de colaborar con otras empresas u organizaciones de forma que pueda alcanzar una mayor potencialidad de crecimiento y desarrollo. *Por consiguiente, aunque esta variable no ha sido considerada explícitamente por los analistas de la orientación emprendedora, consideramos que la cooperación es otro factor de carácter dinámico de la empresa y debe ser analizada como una dimensión más de la estrategia emprendedora de las empresas.*

6. Estas distintas variables o dimensiones que componen una OE han sido incluidas en diversos modelos conceptuales para explicar cómo ésta se integra y opera en la empresa. En términos generales, estos modelos se han centrado en examinar la relación entre la OE y el desempeño de la empresa. La mayor parte de la literatura especializada pone de manifiesto un impacto positivo de la orientación emprendedora sobre los resultados de las empresas. *En conclusión, desde un punto de vista agregado, el impacto de la OE sobre los resultados empresariales se configura como una primera explicación que vincula la empresariedad, entendida como el desarrollo y crecimiento empresarial, con el aumento de la riqueza y empleo de un territorio a partir del comportamiento estratégico de las empresas localizadas en el mismo.*

VII.2. CONCLUSIONES A NIVEL MESOECONÓMICO: LAS CARACTERÍSTICAS DE LA CALIDAD DEL SISTEMA EMPRESARIAL.

En el Capítulo IV, se han analizado una serie de características del sistema empresarial en su conjunto y se han planteado una determinada tipología de características empresariales para explicar la existencia de disparidades económicas a largo plazo y la existencia de situaciones de subordinación o liderazgo económico entre diversas economías ya sean locales, regionales o nacionales. En base a estas ideas, este trabajo ha presentado una nueva tipología de variables que consideramos permiten obtener una imagen global y estructurada de los niveles de calidad del sistema empresarial. Esta tipología se basa en dos vectores compuestos cada uno de ellos por tres componentes. El primero, determina la estructura básica del sistema empresarial, mientras que el segundo, delimita el grado de dependencia o autonomía de dicho sistema. Los seis componentes de estos dos vectores han sido analizados brevemente en

esta tesis doctoral prestando atención especialmente a la delimitación y justificación teórica de la dependencia y autonomía funcional y productiva. Las principales conclusiones que pueden extraerse de este nivel son las siguientes.

1. Respecto a la densidad empresarial, ésta proporciona una idea sobre el grado de iniciativa empresarial de la población residente y de la malla de empresas de un determinado territorio. Sin embargo, como se ha defendido a lo largo de este trabajo, el hecho de poseer una mayor actividad empresarial expresada en un mayor número de empresas no conlleva necesariamente un mayor nivel de desarrollo económico. *Por lo tanto, consideramos que, al no tener en cuenta el tamaño medio (medido a través del número de trabajadores), una alta densidad empresarial puede ser indicativo de una mayor atomización empresarial provocada por la elevada presencia de microempresas y se trata de una variable necesaria, pero no suficiente, para la calidad del sistema empresarial.*

2. Respecto al tamaño medio empresarial, las estadísticas internacionales confirman que en la actualidad el mayor porcentaje de empresas y empleo en las economías avanzadas corresponde al segmento de las PYMEs, un hecho que viene manifestándose desde los años 70 del pasado siglo XX. En este contexto, hemos planteado el debate PYMEs versus gran empresa el cual no arroja un claro vencedor. En cualquier caso, a la hora de analizar el tamaño medio, consideramos fundamental tener en cuenta dos circunstancias. En primer lugar, el importante papel que juegan las grandes empresas en los sistemas empresariales de los distintos territorios. Éstas siguen ocupando una posición dominante en el comercio internacional y en el volumen de producción y actividades de I+D+i. Además, las grandes empresas han ido adoptando modelos de organización más flexibles integrándose de manera efectiva en los territorios. Y en segundo lugar, resulta fundamental distinguir entre las auténticas PYMEs y las microempresas y trabajadores autóempleados. Una escasa dimensión de las empresas, más cercana a la microempresa que a la PYME, puede acarrear una serie de problemas para la economía, como han puesto de manifiesto recientemente Cáceres y Romero (2008). *Por consiguiente, todo apunta a señalar que los territorios más avanzados poseen un conjunto empresarial caracterizado por un importante peso de grandes empresas propias, así como de una densa red de verdaderas PYMEs con capacidad emprendedora y, por tanto, por*

una dimensión media mayor que las zonas atrasadas, donde abundan en términos comparativos las microempresas.

3. Respecto a la especialización productiva, en un primer momento, hemos puesto atención al papel que ésta desempeña en el comercio y en el crecimiento económico. En este sentido, Prebisch (1950) y Singer (1950) o más recientemente Young (1991), Matsuyama (1992), Schott (2004) o Hausmann et al. (2007) han analizado cómo los países de renta baja se especializan en productos de baja calidad mientras que los países de renta alta predomina la fabricación de bienes de alta calidad y mayor nivel de sofisticación con el consiguiente deterioro de los términos de intercambio. *En cualquier caso, como conclusión, podemos considerar que predomina una desfavorable especialización productiva en los territorios atrasados debido a la presencia de un mayor peso de las actividades de demanda y contenido tecnológico bajo y medio y una menor presencia de sectores intensivos en conocimiento.*

4. Respecto a la dependencia o autonomía patrimonial del sistema de empresas, esta variable pretende reflejar una de las claves que caracterizan a las economías desarrolladas, como es la existencia de un aparato productivo propio y autóctono que no dependa de centros de decisión externos a sus límites territoriales. Para ello, se analiza la localización principal de la propiedad de la empresa (Guzmán et al., 2006). Bajo estos planteamientos, podemos considerar que no existe una base teórica y empírica fuerte para asegurar que se vayan a producir necesariamente los efectos externos positivos relacionados con la inversión foránea en un territorio. Por tanto, la inversión foránea puede estar sujeta a la inestabilidad de la coyuntura internacional, a los intereses particulares de grandes grupos empresariales, o a la evolución de los costes laborales y su elevada presencia vuelve a los territorios vulnerables. *Consecuentemente, nuestro análisis apunta a que las localidades más vulnerables son aquellas en donde el capital local pierde importancia frente al exterior en las medianas y grandes empresas y en los sectores intensivos en conocimiento.*

5. Respecto al grado de dependencia o autonomía funcional de las empresas de un sistema, esta variable analiza la procedencia y destino de los inputs y outputs de las

empresas de un territorio. De esta manera, hemos establecido una dependencia funcional extrema para una determinada empresa cuando la totalidad de sus compras las realiza en el mercado exterior y el total de sus ventas las destina al mercado local. Por el contrario, un nivel máximo de autonomía funcional se alcanzaría cuando la empresa utiliza inputs locales en el desarrollo de sus productos que comercializa íntegramente en el mercado exterior (Guzmán et al., 2006; Guzmán et al., 2010). En este sentido, los encadenamientos de compra y venta multiplican los efectos inducidos por la actividad económica de una empresa o sector determinado, impulsando el crecimiento económico del territorio. *En conclusión, desde un punto de vista agregado, un sistema funcionalmente dependiente se caracteriza por una menor generación de externalidades positivas y una falta de articulación productiva interna que se vuelve, especialmente evidente, cuando predominan empresas cuyo output está destinado a la demanda final. Por consiguiente, lo consideramos una variable clave que puede explicar la debilidad o fortaleza de un sistema empresarial y por tanto, forma parte de la calidad de un sistema.*

6. El análisis de la dependencia/autonomía funcional se basa en la procedencia y destino de los inputs y outputs de las empresas de un territorio por consiguiente, consideramos que encuentra sus bases teóricas en el análisis de los encadenamientos productivos (*linkages*) y de las externalidades que se establecen en la articulación productiva entre empresas. *Por lo tanto, podemos concluir que este concepto se nutre de las aportaciones desarrolladas por la teoría del Desarrollo Endógeno, la Nueva Geografía Económica y las Cadenas de Valor Globales.*
7. Respecto al grado de dependencia o autonomía productiva, ésta variable constituye nuestro último elemento clave para el conocimiento del perfil cualitativo del sistema empresarial. Siguiendo a Guzmán et al. (2006) hemos definido la dependencia productiva como el grado en que los inputs u outputs de una empresa se encuentran concentrados en un número reducido de sus proveedores o clientes. Por el contrario, la autonomía productiva implica que los inputs u outputs se distribuyen entre un gran número de los mismos. En este contexto, una excesiva dependencia productiva respecto a los clientes y/o respecto a los proveedores, puede representar una situación de alto riesgo y vulnerabilidad para una empresa por tres razones. Primero,

porque su actividad puede verse condicionada a decisiones externas de otras empresas líderes. Segundo, porque ven limitado su poder de negociación a la hora de fijar los precios de los bienes o servicios comprados y/o vendidos así como en la determinación del resto de condiciones de contratación. Y tercero, porque puede manifestar la presencia de un recurso o producto esencial para la misma, corriendo el riesgo de un posibles comportamiento oportunista o arbitrario de la empresa que posee ese bien. *De esta manera, bajo estos planteamientos, a nivel mesoeconómicos podemos concluir que una excesiva dependencia productiva en el sistema empresarial de un territorio representa un nuevo punto débil para el mismo. Esa debilidad se manifiesta en un intercambio desigual en las transacciones de compra/venta de inputs/outputs con proveedores y clientes, producido por el control ejercido por determinadas empresas que imponen sus propias condiciones y estrategias al sistema empresarial local.*

8. *Al tener en cuenta el grado de concentración de los inputs u outputs de una empresa entre sus proveedores o clientes, este trabajo de investigación ha propuesto que los fundamentos teóricos de la dependencia/autonomía productiva se localizan en la asimetría de poder existente en las relaciones productivas y/o comerciales que se establecen entre empresas considerados especialmente en el análisis de las Cadenas de Valor Global y en el análisis de las cinco fuerzas de Porter (1980).*

VII.5. CONCLUSIONES A NIVEL EMPÍRICO.

En el Capítulo VI hemos tratado de contrastar en la práctica los objetivos e hipótesis contempladas en el modelo teórico de enlace. Para ello, hemos realizado un análisis empírico sobre cuatro provincias españolas: Álava, Badajoz, Cádiz y Valencia. Tras el diseño y la selección de la muestra, la segunda parte del capítulo empírico ha tenido por objetivo justificar y plantear las variables que serán empleadas en el tratamiento estadístico posterior. Esta medición ha venido determinada por el tipo de información suministrada por el cuestionario donde destacan fundamentalmente variables dicotómicas y categóricas. En este sentido, el análisis empírico ha incluido cuatro grandes grupos de variables relacionadas con el desempeño empresarial, la motivación empresarial, la orientación emprendedora y los niveles de autonomía y

dependencia funcional y productiva. Finalmente, en la última parte del capítulo empírico hemos procedido a verificar las hipótesis de nuestro modelo de enlace a partir de tres técnicas de análisis estadísticas: regresión logit-ordenado, análisis de tablas de contingencia y regresión logit, respectivamente.

El primer objetivo que se trataba de alcanzar en la parte empírica consistía en comprobar la relación entre los comportamientos estratégicos y sus determinantes sobre la capacidad de crecimiento a corto plazo de las empresas desde un punto de vista microeconómico. En este análisis se ha incluido el papel de las motivaciones y de la orientación emprendedora como factores delimitadores del crecimiento empresarial. En este sentido, se han realizado cuatro regresiones en función de las variables incluidas, siendo el último modelo el más completo al incluir términos de interacción entre la motivación y las dimensiones de la orientación emprendedora. En segundo lugar se ha procedido a analizar la distribución de las ventas y del empleo por provincias y se han analizado ciertas características del sistema de empresas de manera agregada separando los territorios avanzados de los atrasados. Las principales conclusiones que se extraen de este estudio son las siguientes:

A nivel microeconómico:

1. A nivel microeconómico, la variable “tamaño empresarial” presenta un signo positivo y significativo lo cual nos indica que a medida que aumenta el tamaño de la empresa la probabilidad de que la empresa se sitúe en las categorías de ventas superiores es mayor. *En consecuencia, este resultado indica que es fundamental separar la microempresa de la verdadera PYME. La dimensión media se configura como un elemento determinante de la calidad de una empresa a nivel individual y de sus niveles de crecimiento.*
2. Por lo que respecta a la motivación, los resultados de la regresión son, en general, los esperados. En un primer momento, en los modelos sin interacción la motivación *push* resulta significativa y con signo negativo, si bien disminuye su nivel de significatividad cuando se incluyen los comportamientos de la orientación emprendedora. A este respecto, es más probable que una empresa se sitúe en una de las categorías inferiores de las ventas a medida que aumenta los niveles de

motivación push. Desafortunadamente, la motivación pull y la motivación por continuidad en estos modelos sin interacción, aunque tienen el signo esperado (positivo), no resultan significativas. *Consecuentemente podemos afirmar que estos resultados implican dos cosas. En primer lugar, que el papel de la motivación puede influir en los niveles de crecimiento de las ventas. Concretamente, los empresarios con motivación push son más probables que posean una empresa caracterizada por bajos niveles de crecimiento de las ventas. Y, en segundo lugar, que existen algún tipo interacción entre la motivación y los comportamientos emprendedores.*

3. Esta segunda apreciación queda corroborada en el último modelo donde se han introducido varios términos de interacción de la motivación con las variables de la Orientación Emprendedora. La inclusión de estos efectos de interacción no sólo mejora el modelo, sino que produce un cambio de relevancia de las variables motivacionales. En este sentido, pasa a ser significativa la motivación pull y con el signo esperado. De esta manera, se puede concluir que la aplicación de estos comportamientos emprendedores están relacionados con este tipo de motivación más que la motivación push. *En consecuencia, el efecto conjunto de la motivación pull y los comportamientos innovadores (sobre la innovación de proceso, en este caso) y proactivos aumentan la probabilidad de que una empresa se sitúe en los niveles más altos del crecimiento de las ventas.*

A nivel mesoeconómico.

1. A nivel mesoeconómico, los resultados muestran que el crecimiento de las ventas es un fenómeno común en las cuatro provincias y se pueden relacionar con la evolución a corto plazo del PIB per cápita de las provincias analizadas. Los resultados ponen de manifiesto la presencia de dos grupos de provincias con medias significativamente distintas entre sí en ventas y empleo: Badajoz y Álava, por un lado con niveles medios elevados de crecimiento esas dos variables y, por otro lado, Cádiz y Valencia con niveles medios bajos. *Este resultado implica que haya que considerar una de las ideas planteadas en este trabajo de investigación: por una parte una mayor empresarialidad, entendida en este nivel como un mayor crecimiento de las ventas, es favorable para incrementar el ritmo de actividad*

económica y riqueza pero por otra parte, cuando la economía crece aumentan también las oportunidades económicas y el desempeño de las mismas.

2. La prueba de la Chi-cuadrado permite afirmar que existe una asociación significativa entre los niveles de empleo, ventas y las provincias. Por su parte, los estadísticos Tau de Kendall y la Rho de Spearman muestran que las provincias relativamente más atrasadas con un PIB per cápita menor poseen un mayor porcentaje de empresas que afirman que sus ventas han crecido en los tres últimos años. Sin embargo, aunque esta correlación también es negativa para el desempeño medido a través del empleo, la relación no resulta significativa. *De esta manera, podemos concluir que las provincias relativamente más atrasadas cumplen con la condición necesaria que ha sido propuesta en el modelo teórico: su sistema de empresas, en términos comparativos, se caracterizan por un mayor porcentaje de empresas con crecimiento de las ventas lo que permite considerar ese proceso de convergencia relativo que muestran Badajoz y Cádiz en el período objeto de análisis.*

3. A nivel mesoeconómico, los resultados muestran que las empresas en las economías relativamente más atrasadas se caracterizan por un tamaño relativamente más pequeño y más joven. A nivel de especialización, destaca el caso de las industrias de bajo nivel tecnológico y el sector de la construcción. En ambos casos, el signo es positivo, indican una mayor probabilidad de situar este tipo de empresas en los sistemas empresariales de las economías relativamente más atrasadas. *Podemos concluir por lo tanto que los territorios relativamente más atrasados se caracterizan por una deficiente especialización productiva y un tamaño reducido en relación a los territorios más avanzados.*

4. A nivel mesoeconómico, los tres tipos de motivaciones consideradas tienen coeficientes significativos y los signos esperados de acuerdo con nuestras hipótesis. Así, los empresarios con una motivación pull y con motivación por continuidad tienen una menor probabilidad de estar localizados en las economías de bajos ingresos, mientras que esta probabilidad es mayor para los empresarios con una motivación push. Hay que destacar que el efecto de la motivación push es el más fuerte de entre todos los tipos de motivaciones incluidas. *Consecuentemente, podemos afirmar que los sistemas empresariales de los*

territorios relativamente más desarrollados se caracterizan por un conjunto de empresarios con motivación pull un elemento diferenciador de los territorios atrasados.

5. En cuanto el comportamiento diferencial en las dimensiones de la orientación emprendedora a nivel agregado, se puede afirmar que los objetivos empíricos han sido concordantes con las hipótesis consideradas a nivel teórico. A este respecto, hay que destacar, en primer lugar, que las empresas que desarrollan innovaciones de producto o proceso son más probables que se ubiquen en las provincias más avanzadas, mientras que las empresas que han comprado tecnología más intensamente se encuentran con mayor probabilidad en las provincias más atrasadas. En segundo lugar, las empresas que han llevado a cabo actividades de cooperación en la distribución y comercialización tienen una mayor probabilidad de estar situadas en los territorios relativamente más atrasados. *En consecuencia, estos resultados apoyan la hipótesis de posibles diferencias en el tipo de orientación emprendedora según el nivel de desarrollo relativo de los territorios.*

6. Asimismo, los índices de dependencia funcional y de dependencia productiva hacia las compras son estadísticamente muy significativos y con el signo esperado en línea con las hipótesis planteadas en nuestro modelo teórico. Los dos coeficientes son positivos, lo que indica que las empresas caracterizadas por elevados niveles de dependencia productiva hacia atrás (o hacia sus proveedores) y funcional son más probables en los sistemas de empresas de las provincias relativamente más atrasadas. Con ellos hemos considerado *que unos elevados niveles de dependencia funcional y productiva representan una debilidad para la economía local para la generación de valor añadido y el empleo del territorio a largo plazo.*

7. *En conclusión, a nivel mesoeconómico podemos afirmar que el análisis empírico ha puesto de manifiesto la existencia de diferencias en los tipos de comportamientos, motivaciones y niveles de dependencia de los distintos territorios que se relacionan con los niveles de desarrollo territorial. De esta manera, un crecimiento empresarial reforzado por los encadenamientos productivos y poder de negociación de las empresas funcional y productivamente autónomas se*

configuran como los elementos que permiten enlazar el desarrollo territorial con la empresarialidad.

VII.5. LIMITACIONES EMPÍRICAS Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.

Una primera limitación importante del estudio empírico es que se trata de un análisis estático. Consideramos que la metodología propuesta tiene sentido cuando se considera el largo plazo. Sólo así es posible mostrar el verdadero cambio estructural de los sistemas de empresas y su vinculación al desarrollo económico. Esta visión dinámica es especialmente importante para el caso de la dependencia y autonomía funcional. Sería muy enriquecedor para este estudio delimitar cómo han evolucionado estos indicadores con el paso del tiempo y ver sus posibles repercusiones económicas.

Asimismo, el análisis realizado permite identificar las características específicas de los sistemas de empresas de zonas con diferentes niveles de desarrollo. Sin embargo, nuestro marco empírico no nos permite responder a la pregunta sobre en qué medida estas relaciones tienen un carácter causal y, si es así, cuál es la dirección de esta causalidad. En otras palabras: ¿los territorios relativamente más atrasados tienen este tipo particular de sistema de empresas debido a su bajo nivel de desarrollo o, por el contrario, siguen siendo áreas relativamente atrasadas debido a que tienen este tipo específico de sistema empresarial? Para solucionar este problema, sería necesario disponer de datos de panel con muestras representativas de las distintas regiones. Además, este análisis se basa sólo en cuatro economías y, por tanto, podría aparecer diversas influencias debido a las características específicas de las zonas incluidas en el estudio. Una vez más, una ampliación de la muestra a un mayor número de economías sería necesario para confirmar los hallazgos presentados en este trabajo. Este trabajo propone un marco conceptual y presentan algunas conclusiones provisionales que representan un primer paso en una línea de investigación potencialmente fructífera. Sin embargo, se hace necesario continuar con la investigación necesita para conocer en profundidad los mecanismos mediante los cuales se materializa la contribución de los empresarios y las empresas en el desarrollo económico.

Además, a lo largo de este trabajo de investigación se ha puesto atención a ciertos elementos relevantes que pueden ser objeto de mayor atención en investigaciones futuras y en este sentido, acabamos de comentar la necesidad de contar con series de datos para poder comprobar la viabilidad de nuestro modelo. Así pues, sería muy interesante desde un punto de vista empírico analizar este modelo en el período de crisis económica que estamos viviendo. En general, el período considerado en la encuesta podemos delimitarlo que tiene lugar en el período de expansión económica de nuestra economía. La crisis económica que estamos viviendo ha alterado de manera radical los sistemas empresariales de las distintas provincias. Contar con datos más actuales permitiría comprobar como se comportan los sistemas de empresas en períodos económicos radicalmente distintos y comprobar si sus fortalezas o debilidades han repercutido en un mejor o peor comportamiento macroeconómico.

Por otra parte, en cuanto a líneas futuras de investigación pretendemos continuar la investigación sobre las posibles diferencias cualitativas entre la orientación emprendedora de territorios con distinto nivel de desarrollo. Como hemos comentado con anterioridad, se trata de una línea de investigación abierta puesto que no existen resultados comparativos a nivel internacional o regional. En este sentido, consideramos que en el plano metodológico debemos continuar avanzando en el diseño y validación de la encuesta propuesta por el grupo de investigación y en el plano analítico y empírico en las posibles diferencias que se establecen en las estrategias de orientación emprendedora implementadas por territorios con distinto nivel de desarrollo.

Otra de las líneas de investigación futura consiste en avanzar en la delimitación teórica y empírica de la dependencia y autonomía funcional y productiva. En este sentido, desde la perspectiva empírica, creemos que sería posible delimitar este tipo de variables a partir de otras fuentes estadísticas disponibles. En concreto existe información estadística suministrada por la SEPI que puede resultar de interés para nuestros objetivos.

Anexo 1: Cuestionario.

CUESTIONARIO EMPRESA/EMPRESARIO

Ficha técnica:

Actividad principal empresa (código CNAE): _____

Forma social: 1. **Empresario individual** 3. **S.L.**
 2. **Cooperativa / S.A.L. / S.L.L.** 4. **S.A** 5 **Otras**

Franquicia: Sí No

Tamaño (número total de trabajadores de la empresa, sin el empresario): _____

De ellos, en Badajoz _____ Año de creación empresa: _____

¿Con cuantos trabajadores empezó la actividad? _____

Lugar de residencia empresario: _____

¿Desciende Vd. de familiar empresario (padre o madre)?.- Sí No

Año de inicio de actividad como empresario: _____

Año nacimiento: _____ Sexo: V M Inmigrante: Sí No

Formación: .1.- No tiene estudios. 2.- EGB o enseñanza primaria..3.- Bachillerato o BUP..4.- Formación profesional..5.- Estudios universitarios.

Cuestionario

ASPECTOS COGNITIVOS DEL EMPRESARIO (MOTIVACIONES Y PERCEPCIONES)

1.- ¿Por qué motivo es empresario? (responder cada posible alternativa de 1 min a 7 max)

	1	2	3	4	5	6	7
Porque es la mejor forma de desarrollarme personal y profesionalmente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Porque quería ser mi propio jefe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Porque quería aprovechar una oportunidad económica que creí buena	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Porque pienso que puedo ganar más dinero que de asalariado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Porque no tuve otra alternativa económica (desempleo)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Porque tuve que continuar con el negocio familiar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Porque necesitaba complementar los ingresos familiares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. ¿En qué medida está de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre su capacidad para trabajar como empresario? Valores de 1 (total desacuerdo) a 7 (total acuerdo).

	1	2	3	4	5	6	7
- Mantener el negocio en funcionamiento es muy fácil para mí	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Estoy capacitado para tener un negocio viable	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Puedo controlar el proceso de dinamización del negocio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Conozco los detalles prácticos necesarios para seguir ampliando la actividad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Si intentase ampliar el negocio, tendría una alta probabilidad de hacerlo con éxito	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CALIDAD COMPORTAMIENTOS EMPRENDEDORES (ENTREPRENEURIAL ORIENTATION o ENTREPRENEURIAL QUALITY)

3- ¿Han realizado alguna innovación cuando han fabricado algún nuevo producto o introducido algún nuevo servicio en el mercado para sus clientes en los últimos tres años? 3.1.- Sí. 3.2.- No.

4.- ¿Qué tipo de innovación en *productos o servicios* ha desarrollado la empresa en los últimos tres años?

Bienes o servicios totalmente nuevos en el mercado

Bienes o servicios con modificaciones sustanciales sobre los existentes	
Bienes o servicios con leves modificaciones sobre los existentes	
Bienes o servicios similares a otros ya existentes en el mercado	

5.- ¿Han efectuado innovaciones en su proceso productivo (fabricación o comercialización) en los últimos tres años? 4.1.- Sí 4.2.- No

6.- ¿Qué tipo de innovación en procesos ha desarrollado la empresa en los últimos tres años?

Proceso totalmente nuevo en el mercado desarrollado por la empresa	
Introducción de maquinaria especializada adquirida en el mercado	
Introducción de nuevos sist. de información, comunicaciones, etc.	
Introducción de pequeñas innovaciones fruto de la experiencia	

7.- ¿Han establecido algún tipo de colaboración con otros empresarios o empresas vinculadas a su actividad? (se puede señalar más de una respuesta)

7.1.- Sí, un acuerdo formal o por escrito
 7.2.- Sí, un acuerdo de carácter informal
 7.3.- No, ningún tipo de acuerdo

8.- En caso de existir acuerdo de colaboración, ¿cuál es el ámbito de ese acuerdo? (se puede señalar más de una respuesta)

8.1.- Investigación y Desarrollo 8.3.- Distribución y comercialización 8.5.- Aprovechamiento
 8.2.- Producción 8.4.- Marketing y publicidad

9.- Responda a las siguientes cuestiones sobre las relaciones externas de la empresa en materia de I+D

9.1.- La cooperación en I+D con otras empresas, clientes o proveedores ha sido:

Intensa	
Moderada	
Esporádica	
Nula	

9.2.- La cooperación en I+D con instituciones y centros tecnológicos (universidades, laboratorios, etc.) ha sido:

Intensa	
Moderada	
Esporádica	
Nula	

9.3.- La adquisición de nueva tecnología o desarrollos experimentales en los mercados tecnológicos ha sido:

Intensa	
Moderada	
Esporádica	
Nula	

10.- Realizan en el desarrollo de su actividad empresarial alguna de las siguientes actuaciones:

10.1.- Asistencia habitual a ferias y congresos relacionados con su sector: .- Sí. .- No
 10.2.- Planificación por escrito cada año de los diferentes aspectos de su negocio (finanzas, comercial, aprovisionamiento, personal, etc.) .- Sí. .- No
 10.3.- Tareas de control de resultados y previsión.- Sí. .- No

- 10.4.- Promover la formación y capacitación de los empleados a su cargo Sí. - No
 10.5.- Búsqueda e identificación de nuevos mercados y oportunidades de negocio.- Sí. No

11. ¿Tienen la clara intención de que su actividad crezca (número trabajadores, instalaciones) en los próximos tres años?

- 8.1- Sí 8.2- No

12.- ¿En qué medida cree Vd. que las siguientes circunstancias le influirían para impulsarle a ampliar la dimensión del negocio? (1.Completamente de acuerdo; 2. Completamente en desacuerdo)

	1	2	3	4	5	6	7
Ver claras oportunidades en el mercado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Evitar el cierre de la actividad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Evitar despedir trabajadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Disponer de personal más cualificado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dar empleo a algún familiar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Una mejora de mis conocimientos sobre gestión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Disponer de recursos financieros con más facilidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Contar con personal de mi confianza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13.- En su relación con las entidades financieras, responda a las siguientes preguntas

Puntúe de 4 (totalmente de acuerdo) a 1 (total desacuerdo)

Encuentro financiación con facilidad para inversiones a 3-5 años	4	3	2	1
--	---	---	---	---

CALIDAD DE LAS UNIDADES PRODUCTIVAS

14.- Señale qué parte de sus ventas se realizan en cada zona geográfica

	Nada	< 10%	10-25%	25-50%	> 50%	Todo
A. En el mercado local	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. En el resto de la provincia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. En el resto de Extremadura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. En el resto de España	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E. En el extranjero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15.- Señale qué porcentaje de las ventas absorben:

	< 10%	10-25%	25-50%	50-75%	>75%	Todo
A. El principal cliente de la misma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. Los dos principales clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. Los cinco principales clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. Los diez principales clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

16.- Señale qué parte de las compras realiza en cada zona geográfica

	Nada	< 10%	10-25%	25-50%	> 50%	Todo
A. En el mercado local	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. En el resto de la provincia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. En el resto de Extremadura	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. En el resto de España	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E. En el extranjero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

17.- Señale qué porcentaje de las compras absorben:

	< 10%	10-25%	25-50%	50-75%	>75%	Todo
A. El principal proveedor de la misma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. Los dos principales proveedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. Los cinco principales proveedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. Los diez principales proveedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

18.- ¿Dónde se localiza la propiedad mayoritaria de la empresa?

1. En Badajoz 2. En el resto de Extremadura 3.- En el resto de España

19.- ¿Qué porcentaje de los empleados son universitarios?

	Nada	< 10%	10-25%	25-50%	50-75%	>75%	Todos
A. Directivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. No directivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

CRECIMIENTO DEL NEGOCIO (FIRM PERFORMANCE)

20 ¿Cómo ha evolucionado el empleo en la empresa en los últimos tres años?

- Ha crecido más del 25%
- Ha crecido menos del 25%
- Se ha mantenido constante
- Ha disminuido

¿Cómo ha evolucionado las ventas en la empresa en los últimos tres años?

- Ha crecido más del 25%
- Ha crecido menos del 25%
- Se ha mantenido constante
- Ha disminuido

21.- ¿En que porcentaje aproximado (incremento o decremento) han variado las ventas del negocio en los últimos tres años?

Un incremento del _____ Un decremento del _____

CAPITAL SOCIAL

22- ¿Cree que la actividad empresarial se valora peor o mejor que otras actividades o profesiones? Señale de 1 (muy por debajo de otras) a 7 (muy por encima).

	1	2	3	4	5	6	7
- Entre su familia directa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Entre sus amigos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Entre los Poderes Públicos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- En su ciudad o región	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

23.- ¿Había trabajado por cuenta ajena con anterioridad a convertirse en empresario? (Se puede señalar más de una respuesta)

- 23.1.- Sí, en un sector diferente al que trabajo actualmente
- 23.2.- Sí, en el mismo sector en el que trabajo actualmente
- 23.3.- No

24.-¿Ha asistido a cursos de formación específicos vinculados con su actividad empresarial?

- 24. 1.- Sí
- 24.2.- No

25- Señale cuál es su grado de conocimiento de asociaciones y organismos de apoyo a las empresas desde 1 (desconocimiento absoluto) a 7 (perfecto conocimiento).

	1	2	3	4	5	6	7
- Asociaciones (Confederación Empresarios, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Organismos públicos nacionales o regionales(I.C.O., DG.PYME)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Agencias de desarrollo local (UTE, incubadoras, etc)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

26.- En caso de haber recibido alguna vez ayuda financiera, asesoramiento, formación, etc. de las asociaciones e instituciones de apoyo a las empresas que vienen a continuación, ¿como valoraría el tipo de ayuda? (desde 1 muy insuficientes y mal diseñadas, hasta 7 más que suficientes y muy bien diseñadas)

	1	2	3	4	5	6	7
- Asociaciones privadas(Confederación Empresarios, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
- Organismos públicos nacionales o regionales (ICO, DG.PYME)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Agencias de desarrollo local (UTE, incubadoras, etc)

27- Cual cree que es el grado de cumplimiento de los acuerdos informales en el entorno en el que desarrolla su actividad empresarial?

1.- Muy alto 2.- Alto 3.- Normal 4.- Bajo. 5.- Muy Bajo.

28 Confía Vd. en las personas e instituciones de su entorno. (1 min 7 max)

	1	2	3	4	5	6	7
<input type="checkbox"/> Familiares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Amigos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Conocidos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Instituciones financieras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Clientes y proveedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Poderes públicos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Anexo 2: Relación tecnología-grupo cnae.

10 Extracción y aglomeración de antracita, hulla, lignito y turba
11 Extracción de crudos de petróleo y gas natural
12 Extracción de minerales de uranio y torio
13 Extracción de minerales metálicos
14 Extracción de minerales no metálicos ni energéticos
15 Industria de productos alimenticios y bebidas
16 Industria del tabaco
17 Industria textil
18 Industria de la confección y de la peletería
19 Preparación curtido y acabado cuero; fabric.art.marroquinería y viaje
20 Industria de madera y corcho, excepto muebles; cestería y espartería
21 Industria del papel
36 Fabricación de muebles; otras industrias manufactureras
37 Reciclaje
TOTAL TECNOLOGÍA BAJA
26 Fabricación de otros productos minerales no metálicos
27 Metalurgia
28 Fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo
TOTAL TECNOLOGÍA MEDIA BAJA
22 Edición, artes gráficas y reproducción de soportes grabados
23 Coquerías, refino de petróleo y tratamiento de combustibles nucleares
24 Industria química
25 Fabricación de productos de caucho y materias plásticas
29 Industria de la construcción de maquinaria y equipo mecánico
35 Fabricación de otro material de transporte
34 Fabricación de vehículos de motor, remolques y semirremolques
TOTAL TECNOLOGÍA MEDIA ALTA
30 Fabricación de máquinas de oficina y equipos informáticos
31 Fabricación de maquinaria y material eléctrico
32 Fabricación de material electrónico; fabric.equipo y aparatos radio, tv
33 Fabric. de equipo e instrum.médico-quirúr.,precisión,óptica y relojería
TOTAL TECNOLOGÍA ALTA
45 Construcción
51 Comercio por mayor e interme.comercio,excep.vehíc.motor y motocicleta
52 Comercio al por menor,excepto comercio vehículos motor,motoc.y ciclomotores
55 Hostelería
71 Alquiler maquinaria y equipo sin operario, efec.person.y enseres domés.
72 Actividades informáticas
73 Investigación y desarrollo
TOTAL SERVICIOS AVANZADOS A EMPRESAS
60 Transporte terrestre; transporte por tuberías
61 Transporte marítimo, de cabotaje y por vías de navegación interiores
62 Transporte aéreo y espacial
63 Actividades anexas a los transportes; actividades de agencias de viajes

64 Correos y telecomunicaciones
74 Otras actividades empresariales
TOTAL SERVICIOS A EMPRESAS
40 Producción y distribución de energía eléctrica, gas, vapor y agua caliente
41 Captación, depuración y distribución de agua
50 Venta, mantenimiento y reparación vehículos motor, motoci. y ciclomot.
65 Intermediación financiera, excepto seguros y planes de pensiones
66 Seguros y planes de pensiones, excepto seguridad social obligatoria
67 Actividades auxiliares a la intermediación financiera
70 Actividades inmobiliarias
80 Educación
85 Actividades sanitarias y veterinarias, servicio social
90 Actividades de saneamiento público
91 Actividades asociativas
92 Actividades recreativas, culturales y deportivas
93 Actividades diversas de servicios personales
TOTAL OTROS SERVICIOS

BIBLIOGRAFIA:

- Abramovitz, M. (1956): Catching Up, Forging Ahead and Falling Behind, *Journal of Economic History*, 46: 385-406.
- Abramovitz, M. (1986): Catching Up, Forging Ahead, and Falling Behind, *Journal of Economic History*, 46:2, pp. 385-406
- Abramovitz, M. (1989): Catch-up and Convergence in the Postwar Growth Boom and After, en Baumol, W. J. Nelson, R. R. y Wolf, E. N. *Convergence of Productivity. Cross-National Studies and Historical Evidence*.
- Abramovitz, M., David, P. (1996): Technological Change and the Rise of Intangible Investments: The US Economy's Growth-path in the Twentieth Century", *Employment and Growth in the Knowledge-based Economy*, Paris: OCDE.);
- Acs, Z.J. (1992): Small business economics: A global perspective. *Challenge*, 35 (Nov-Dic): 38-44.
- Acs, Z.J, Arenius, P., Hay, M., Minniti, M. (2005): *Global Entrepreneurship Monitor, 2004 Executive Report*. Babson College and London Business School.
- Acs Z.J, Armington, C., Zhang, T. (2007): The determinants of new-firm survival across regional economies. The role of human capital stock and knowledge spillover, *Papers in Regional Science* 86 (3): 367-391.
- Acs, Z.J. y Szerb, L. (2007): Entrepreneurship, Economic Growth and Public Policy, *Small Business Economics*, 28(2-3): 109-122.
- Acs, Z.J. y Varga, A. (2005): Entrepreneurship, Agglomeration and Technological Change, *Small Business Economics*, 24(3): 323-334.
- Acs, Z. J. y Audretsch D. B, (1987): Innovation, Market. Structure and Firm Size', *Review of Economics and Statistics* 68: 567-574
- Acs, Z. J., y Audretsch, D. B. (2003): Innovation and technological change. In Z. J. Acs y D. B. Audretsch (Eds.), *Hand book of entrepreneurship research*. Dordrecht, The Netherlands: Kluwer.
- Acs, Z.J. (1996): *Small Firms and Economic Growth*, The International Library of Critical Writings in Economics 61, Cheltenham, UK/Brookfield, US: Edward Elgar Publishing Limited.
- Acs, Z.J. (1999): Small Firm Innovation and Public Policy, *Science Policy*, 26(4): 247-258
- Acs, Z.J. (2006): How is Entrepreneurship Good for Economic Growth, *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, 1(1): 97-107.
- Acs, Z.J. Audretsch, D.B. (1991): Innovation and size at the firm level, *Southern Economic Journal*, 57 (3): 739-44
- Acs, Z.J. y Armington, C. (2004): Employment growth and entrepreneurial activity in cities, *Regional Studies* 38: 911-927.

- Acs, Z.J. y Audretsch, D.B. (2003): Innovation and Technological Change,” with David B. Audretsch in Acs and Audretsch, eds., Handbook of Entrepreneurship Research, Boston: Kluwer Academic Publishers, 2003: 55-79
- Acs, Z.J. y Audretsch, D.B. (1993): Small Firms and Entrepreneurship: An East West Perspective, with, Audretsch D.B. eds., Cambridge: Cambridge University Press, 1993.
- Acs, Z.J. y Audretsch, D.B. y Carlson, B (1991): Flexible Technology and Firm Size, Small Business Economics, 3(4):307-319.
- Acs, Z.J. y Audretsch, D.B. y Carlson, B. (1990): Flexible Technology, Plant Size, and Industrial Restructuring en Acs, Z.J. y Audretsch, D.B. eds., The Economics of Small Firms: A European Challenge, Boston: Kluwer Academic Publishers Group, (141-154).
- Acs, Z.J. y Mueller, P. (2006): Employment effects of business dynamics: Mice, Gazelles and Elephants, Working Paper 2306 del Group Entrepreneurship, Growth and Public Policy, Alemania: Max-Planck Institute of Economics.
- Acs, Z.J., Audretsch, D.B., Braunerhjelm, P. y Carlsson, B. (2004): The missing link the knowledge filter and entrepreneurship in endogenous growth, December Working Paper 4783, London: Center for Economic Policy Research.
- Acs, Z.J., Audretsch, D.B., y Feldman, P. (1994): R y D Spillovers and Recipient Firm Size, The Review of Economics and Statistics, 76(2): 336-340.
- Aghion, P. y P. Howitt (1992): A model of growth through creative destruction, Econometrica 60, 323-351.
- Aitken y Harrinson, (1999): Do Domestic Firms Benefit from Direct Foreign Investment? Evidence from Venezuela." American Economic Review, 89(3): 605-61
- Aitken, B. J., Hanson, H. G. and Harrison, A. E. (1997): Spillovers, Foreign Investment and Export Behavior”, Journal of International Economics, 43 (1): 103-132.
- Ajzen, I. (1991): The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50: 179-211.
- Alchian, A.A y Woodward, S. (1988): The Firm is Dead; Long Live the firm, Journal of Economic Literature 26 (1), March: 65-79
- Aldrich H.E. y Auster E.R. (1986): Even dwarfs started small: liabilities of age and size and their strategic implications. Research in Organizational Brhavior 8:165-198.Aldrich, H.E.
- Aldrich, H.E. y Martinez, M. (2003): Entrepreneurship as Social Construction. En Acs, Z.J. y Audretsch, D.B. eds., The International Handbook of Entrepreneurship. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
- Aldrich, H.E. y Zimmer, C. (1986): Entrepreneurship through Social Networks. en Sexton D. y Smilor, R.W.(eds) The Art and Science of Entrepreneurship. Ballinger, New York.
- Alonso, P., García, T., y De la Fuente, J. (1999): Análisis de algunos determinantes de la creación de empresas en España ante el reto de la Unión Económica y Monetaria”, Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, 8(3): 53-68.

- Alonso-Villar, O (2004): Ciudades y globalización en la Nueva Geografía Económica. Olga Alonso Villar. Documentos de Trabajo Año 2004. Departamento de Economía Aplicada. Universiadd de Coruña.
- Altenburg, T. y Meyer-Stamer, J.(1999): How to Promote Cluster: Policy Experiences from Latin America”, en *World Development*, 27(9): 1693-1713.
- Alvarez, S. y Barney, J. (2000): Toward a Creation Theory of Entrepreneurship, Working Paper, Ohio: Fisher College of Business.
- Alvarez, S. y Busenitz, L. (2001): The entrepreneurship of resource-based theory, *Journal of Management*, 27: 755–775.
- Amin, A. and Robins, K. (1990): Industrial Districts and Regional Possibilities" editado por Pyke, F., Becattini,G. and Sengenberger,' w, (ed.) International Institute for Labour Studies, Geneva.
- Amit, R y Muller,E. (1995): Push and pull entrepreneurship, *Journal of Small Business and Entrepreneurship* 12 (4), 64-80.
- Ang, J. (1991). The theory of small business uniqueness and financial management. *Journal of Small Business Finance*, 1: 1-13.
- Antonelli, C. (1986): Technical Districts and Regional Innovation Capacity”, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, 3:17-31.
- Aragón-Correa y Cordon-Pozo (2000): la influencia del tamaño, las dimensiones estratégicas el entorno en la implantación de innovaciones en la organización: internet en las pequeñas empresas. *Innvestigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* 6(2): 91-110
- Aranguren, M.J. (1999): Determinants of Economic Units Creation in the Period 1985-93: The Case of the Manufacturing Industry in CAPV, *Small Business Economic*, 12(3): 203-215.
- Arauzo, J., Manjón, M., Martín, M. y Segarra, A. (2002): Entradas y Salidas de Empresas: Un Contraste de la Hipótesis de Independencia, Simetría y Simultaneidad, Working Paper, Barcelona: Universidad Rovira i Virgili.
- Arena, R.; Rainelli, M. y Torre, A., (1985): Du concept a l'analyse de filière: une tentative d'eclaircissement theorique”, *L'Industrie*, septiembre.
- Arrow, K.J. (1962): The Economic Implications of Learning by doing, *Review of Economic Statistics*, 80: 155-173.
- Arzeni, S. (1997): Entrepreneur and Job creation, OCDE, *The observer*, nº48, 1997
- Ashcroft, B. y Love, J.H. (1996): Firm Births and Employment Change in the British Counties with Special Reference, 1981–89, *Papers in Regional Science*, 75: 483–500.
- Audresth, D.B. y Callejón, M. (2004): La política industrial actual: coneixement i innovació empresarial”, *Revista Econòmica de Catalunya*, 54: 56-71.
- Audretsch D.B, Keilbach M (2007) :The localisation of entrepreneurship capital: Evidence from Germany, *Papers in Regional Science* 86 (3): 351-365.
- Audretsch, D.B y Thurik, A. (2000): The model of the entrepreneurial economy, *International Journal of Entrepreneurship Education*, 22(2): 143-166.

- Audretsch, D. B. y Thurik, A.R. (2001): What's New about the new Economy? Sources Growth in the Managed and Entrepreneurial Economies, *Industrial and Corporate Change*, 10(1): 276-315.
- Audretsch, D.B y R. Thurik (2004): A model of the entrepreneurial economy, *International Journal of Entrepreneurship Education* 2(2), 143-166.
- Audretsch, D.B y Thurik, A. (2006): Capitalism and democracy in the 21st century: From the managed to the entrepreneurial economy, *Journal of Evolutionary Economics*, 10: 17-34.
- Audretsch, D.B y Thurik, R. (2004): A model of the entrepreneurial economy. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 2: 143-166.
- Audretsch, D.B, Carree M.A. y Thurik, A.R. (2001): Does Entrepreneurship reduce Unemployment?, *Tinbergen Institute Discussion Papers* 01-074/3
- Audretsch, D.B. y Feldman, M.P. (1996): R&D spillovers and the geography of innovation and Production", *American Economic Review*, 86(3): 630-640
- Audretsch, D.B. y Fritsch, M. (1996): Creative Destruction: Turbulence and Economic Growth. En Helmstädter E.y Perlman, M., *Behavioral Norms Technological Progress, and Economic Dynamics: Studies in Schumpeterian Economics*, Michingan: University of Michigan Press.
- Audretsch, D.B. y Keilbach, M. (2004a): Does entrepreneurship capital matter?, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 28(5): 419-429.
- Audretsch, D.B. y Keilbach, M. (2004b): Entrepreneurship and regional growth: An Evolutionary interpretation, *Journal of Evolutionary Economics*, 14(5): 605-616.
- Audretsch, D.B. y Keilbach, M. (2004c): Entrepreneurship Capitan and Economic Performance, *Regional Studies*, 38(8): 949-959.
- Audretsch, D.B. y Keilbach, M. (2005): Entrepreneurship capital and regional growth, *Annals of Regional Science*, 39(3): 457-469.
- Audretsch, D.B. y Phillips, R. (2007): Entrepreneurship, State Economic Development Policy and the Entrepreneurial University. Working Paper 1107, Alemania: Max-Planck Institute of Economics.
- Audretsch, D.B. y Thurik, A.R. (1998): The Knowledge Society, Entrepreneurship and Unemployment, Working Paper 9801/E, Zoetermeer: Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMEs Institute (EIM).
- Audretsch, D.B., M.A. Carree, A.J. van Stel and A. R. Thurik, (2002): Impeded industrial restructuring: the growth penalty, *Kyklos*, 55 (1):81-97
- Audretsch, D.B.; Keilbach, M. y Lehman, E. (2006): *Entrepreneurship and Economic Growth*. Oxford: Oxford University press.
- Audretsch, D. B. y P. Stephan, (1996), Company-scientist locational links: the case of biotechnology, *American Economic Review* 86(4): 641-652.
- Audretsch, D.B. (1995): *Innovation and Industry Evolution*, Cambridge, MA: MIT Press.

- Audretsch, D.B. (2004): Sustaining innovation and growth: public policy support for entrepreneurship”, *Industry and Innovation*, 11(3): 167-191.
- Audretsch, D.B. (2004): “Sustaining innovation and growth: public policy support for entrepreneurship”, *Industry and Innovation*, 11(3): 167-191.
- Audretsch, D.B. and A. R. Thurik (2000), Capitalism and democracy in the 21st century: from the managed to the entrepreneurial economy, *Journal of Evolutionary Economics* 10, 17-34.
- Audretsch, D.B. and A.R. Thurik (2001), What is new about the new economy: sources of growth in the managed and entrepreneurial economies, *Industrial and Corporate Change* 19, 795-821.
- Audretsch, D.B. and M. Keilbach (2004), Entrepreneurship capital and economic performance, *Regional Studies* 38, 949-959.
- Audretsch, D.B. and M.P. Feldman (1996), RyD spillovers and the geography of innovation and production, *American Economic Review* 86(3): 630-640.
- Audretsch, D.B. M.A. Carree, A.J. van Stel and A.R. Thurik (2002): Impeded industrial restructuring: the growth penalty, *Kyklos* 55(1), 81-97.
- Audretsch, D.B. Thurik, A.R., Verheul (2002) : Entrepreneurship:determinants and policy in a European-US comparison, Springer, Kluwer Academic Publishers.
- Audretsch, D.B. y Feldman, M.P. (1996): “RyD spillovers and the geography of innovation and Production”, *American Economic Review*, 86(3): 630-640
- Audretsch, D.B. y Fritsch, M. (1996): Creative Destruction: Turbulence and Economic Growth. En Helmstädter E.y Perlman, M., *Behavioral Norms Technological Progress, and Economic Dynamics: Studies in Schumpeterian Economics*, Michigan: University of Michigan Press.
- Audretsch, D.B. y Callejón, M. (2004): “La política industrial actual: coneixement i innovació empresarial”, *Revista Econòmica de Catalunya*, 54: 56-71.
- Audretsch, D.B. y Feldman, M.P. (1996): “RyD spillovers and the geography of innovation and Production”, *American Economic Review*, 86(3): 630-640
- Audretsch, D.B. y Fritsch, M. (2002): “Growth Regimes over Time and Space”, *Regional Studies*, 36(2): 113–124.
- Audretsch, D.B. y Keilbach, M. (2003): Entrepreneurship capital an Economic Growth.
- Audretsch, D.B. y Keilbach, M. (2006): Entrepreneurship, Growth and Restructuring. Working Paper 1306 del Group Entrepreneurship, Growth and Public Policy, Alemania: Max Planck Institute.
- Audretsch, D.B. y Monsen, E. (2007): Entrepreneurship Capital: A Regional, Organizational, Team, and Individual Phenomenon, Working Paper 0607 del Group Entrepreneurship, Growth and Public Policy, Alemania: Max-Planck Institute of Economics.
- Audretsch, D.B. y Thurik, A.R. (2001): “What’s New about the new Economy? Sources Growth in the Managed and Entrepreneurial Economies”, *Industrial and Corporate Change*, 10(1): 276-315.

- Audretsch, D.B. y Thurik, A.R. (1999): "Linking Entrepreneurship and Economic Growth", *Small Business Economics*, 13(1): 27-56.
- Audretsch, D.B. y Thurik, A.R. (2000): "Capitalism and Democracy in the 21st Century: from the Managed to the Entrepreneurial Economy", *Journal of Evolutionary Economics*, 10(1): 17-34.
- Audretsch, D.B. y Thurik, A.R. (2001): "What's New about the new Economy? Sources Growth in the Managed and Entrepreneurial Economies", *Industrial and Corporate Change*, 10(1): 276-315.
- Audretsch, D.B. y Thurik, A.R. (2004): "The model of the entrepreneurial economy", *International Journal of Entrepreneurship Education*, 22(2): 143-166.
- Audretsch, D.B., A.R. Thurik, I. Verheul and A.R.M. Wennekers (eds.) (2002): *Entrepreneurship: Determinants and Policy in a European - US Comparison*, Boston/Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 2002.
- Audretsch, D.B., Bönte, W. y Keilbach, M. (2005): *Regional entrepreneurship capital and its impact on knowledge Diffusion and Economic Performance*, Working Paper del Group Entrepreneurship, Growth and Public Policy, Alemania: Max-Planck Institute of Economics.
- Audretsch, D.B., Carree, M. y Thurik A.R., (2001): *Does entrepreneurship reduce unemployment?* Tinbergen Institute Discussion Paper, TI-074/3.
- Audretsch, D.B., Carree, M.A., Van Steel, A.J. y Thurik, A.R. (2002): "Impeded Industrial Restructuring: the Growth Penalty", *Kyklos*, 55: 81 – 98.
- Audretsch, D.B., Keilbach, M. y Lehmann, E. (2006): *Entrepreneurship and economic growth*. New York: Cambridge University Press.
- Audretsch, D.B., M.A. Carree and A.R. Thurik (2001): *Does entrepreneurship reduce unemployment?* Tinbergen Institute Discussion Paper TI 2001-074/3, Rotterdam: Tinbergen Institute.
- Audretsch, D.B., r. Thurik, A.R., I. verheul y a. wenekers (2002): *Entrepreneurship: determinants and policies in the new economy*. Kluwer academic Publishers.
- Audretsch, D.B., Thurik, A.R. and verheul (2002): *Understanding entrepreneurship across countries and over time*.
- Audretsch, D.B., Thurik, A.R., Verheul, I. y Wennekers, A.R.M. (2002): *Entrepreneurship: Determinants and Policy in a European - US Comparison*, Boston: Kluwer Academic Publishers.
- Audretsch, D.B., Verheul, R.A. y Wennekers, I. (2002): *Entrepreneurship: Determinants and Policy in a European-U.S. Comparison*. Boston: Kluwer Academic.
- Audretsch, David B y Thurik, A R Roy, (2000). "Impeded Industrial Restructuring: The Growth Penalty," *CEPR Discussion Papers* 2648, C.E.P.R. Discussion Papers.
- Audretsch, David B. and Talat Mahmood. "New Firm Survival: New Results Using a Hazard Function." *The Review of Economics and Statistics*, 77, 1995, 97-103. Audretsch, D.B. y Thurik, A.R. (2000)
- Aujac, H. (1960). *La hierarchie des industries dans un tableau des échanges interindustriels*. *Revue Economique*, XI, 169-238.

- Aujac, H., (1972): "New approaches in French National Planning: Input-Output tables and technical forecasting", en A. Brody y A.P. Carter, (editores), Input-Output techniques, North-Holland, Amsterdam.
- Aydalot, (1985); Milieux innovateurs en Europe.Paris. Gremi
- Ayyagari, B y Demirgüç-Kunt,A (2003); Small and Medium Enterprises across the Globe : A New Database. Washington, D.C. Banco Mundial.
- Bain, J.S. (1956): Barriers to New Competition, Cambridge: Harvard University Press.
- Baptista, R., y Karaöz, M. (2006): Determinants of turbulence in entry and exit for high-growth and declining industries. Working Paper presentado en el Workshop sobre "Firm Exit and Serial Entrepreneurship" en el Max-Planck Institute of Economics, Jena, Alemania.
- Baran, P. (1957): La economía política del crecimiento, Fondo de Cultura Económica, México, 1975.
- Baran, P. y Sweezy, P. (1966): El capital monopolista, Siglo XXI, México, 1974.
- Barney, J. (1991): "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage", Journal of Management, 17: 99-120.
- Barney, J. (1991): "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage", Journal of Management, 17: 99-120.
- Barreto, H. (1989): The Entrepreneur in Microeconomic Theory. London and New York: Routledge.
- Barro, R. y Sala i Martin, X. (1992): "Convergence", Journal of Political Economic, 100(2): 223-251.
- Barro, R. y Sala i Martin, X. (1995): Economic Growth. Cambridge: MIT press.
- Bates, T. (1998): Self-employment and upward mobility: an illusive American dream. Baltimore: Johns Hopkins University Press. 80
- Batista, A. (1996): Límites de la economía política. Consideraciones acerca de una ciencia histórica. Caracas: Editorial Panapo.
- Baumol, W. (1990): "Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive", The Journal of Political Economy, 98(5): 893-921.
- Baumol, W. (1968): "Entrepreneurship in Economic Theory", American Economic Review, 58(2): 64-71.
- Baumol, W. (1987): "Entrepreneurship: creative, unproductive and destructive". Schweiz Zeitschrift für Volkswirtschaft und Statistik, 3:415-423.
- Baumol, W. J. (1993). Entrepreneurship, management, and the structure of payoffs. Cambridge, Mass. ; London, MIT Press.
- Baumol, W.J. (1990): Entrepreneurship: productive, unproductive and destructive, Journal of Political Economy 98, 893-921.

- Baumol, W.J. (1993): *Entrepreneurship, Management and the Structure of Payoffs*, Cambridge, MA: MIT-Press.
- Becattini, G. (1990): "The Marshallian industrial district as a socio-economic notion", en F.Pyke y G. Becattini und W. Sengenberger, *Industrial districts and inter-firm cooperation in Italy*. Ginebra: International Institute for Labour Studies.
- Becattini, G. (2005). *La oruga y la mariposa. Un caso ejemplar de desarrollo en la Italia de los distritos industriales*. Prato: Publicaciones de la Universidad deValladolid.
- Becattini, Giacomo (1979): "Dal settore industriale al distretto industriale. Alcune considerazione sull'unitá di indagine dell'economia industriale", *Rivista di Economia e Política Industriale*, nº 1 (traducido al catalán: "Del «sector» industrial al «districte» industrial. Algunes consideracions sobre la unitat de recerca de l'economia industrial". *Revista Económica de Catalunya*, Nº 1).
- Becattini, Giacomo (1992): "El distrito industrial marshalliano como concepto socioeconómico". En Pyke, Frank; Becattini, Giacomo y Sengenberger, Werner (1992): *Los distritos industriales y las pequeñas empresas. I. Distritos industriales y cooperación interempresarial en Italia*. Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. Madrid; pp. 61-79.
- Becattini, Giacomo y Rullani, Enzo (1996): "Sistemas productivos locales y mercado global". *Información Comercial Española*. Nº 754. Junio; pp. 11-24.
- Beck, T. y Levine, R. (2000): *New firm formation and Industry Growth. Does having a market-or bank based system matter?*, Working Paper 2383, New York: The World Bank.
- Beck, N. (2001): "Time-series-cross-section data: What HaveWe Learned in the Past Few Years?", *Annu. Rev. Polit. Sci.*, 4:271–293.
- Beck, N. y Katz, J.N. (2001): *Random Coefficient Models for Time-Series-Cross-Section Data: The 2001 Version* (2001). Working Paper presentado en Annual Meeting of the Society for Political Methodology, Atlanta, Estados Unidos
- Becker, Gary S., and Kevin M. Murphy (1992) "The Division of Labor, Coordination Costs, and Knowledge", *Quarterly Journal of Economics*, November, 107:1137
- Belegri–Roboli, A. y Michaelides, P. (2005): "Measurement of RyD Multipliers: The Case of Greece", *The Journal of Technology Transfer*, 30(3): 327-332.
- Belso, J.A. (2005): "Equilibrium entrepreneurship rate, economic development and growth. Evidence from Spanish regions", *Entrepreneurship y Regional Development*, 17(2): 145-161.
- Bernstein, H. (1996) "la Economía Política del Maize Filiere", *Publicación de Estudios Peasant*, Vol 23, Ningún 2/3.
- Binks M. and P. Vale (1990): *Entrepreneurship and Economic Change*, McGraw-Hill.
- Birch, D. L. (1979). *The job generation process*. MIT Program on neighbourhood and regional change. Cambridge, MA: MIT Press.
- Birch, D.L. (1987): *Job Creation in America: How Our Smallest Companies Put the Most People to Work*. New York, The Free Press
- Birley, S., and Westhead, P. 1993a. A comparison of new businesses established by 'novice' and 'habitual' founders in Great Britain. *International Small Business Journal* 12(1):38-60.

- Blakely, E.J. (1989). Theoretical approaches for a global community. In J.A. Christenson y J.W. Robinson, Jr. (Eds.). *Community development in perspective* (pp. 307 –336). Ames, IA: Iowa State University Press.
- Blanchflower, D.G. (2000): Self-employment in OECD countries, *Labor Economics* 7, 471-505
- Blau, D. (1987): A time series analysis of self-employment, *Journal of Political Economy* 95, 445-467.
- Blaug, M. (1983): Marx, Schumpeter y la teoría del empresario. *Revista de Occidente*, 21–2: 117–30.
- Bleaney, M. y Nishiyama, A (2002): Explainin growth: A contest between models, *Journal of Economic Growth*, pp. 743-756
- Bleaney, M. y Nishiyama, A (2002): Explainin growth: A contest between models, *Journal of Economic Growth*, pp. 743-756.
- Blomström, Magnus y Kokko, Ari, 1996. "Multinational Corporations and Spillovers," Working Paper Series in Economics and Finance 99, Stockholm School of economics.
- Blomström, Magnus y Kokko, Ari, 2003. "The Economics of Foreign Direct Investment Incentives," EIJIS Working Paper Series 168, The European Institute of Japanese Studie
- Bosma N, Harding R (2007) *Global Entrepreneurship Monitor. GEM 2006 Results*. London Business School, London.
- Bosma, N.S. y Nieuwenhuijsen, H.R. (2000): Turbulence and productivity in the Netherlands, Working Paper H199909, Zoetermeer: Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMEs Institute (EIM).
- Bosma, N.S., Wit, G. y Carree, M. (2002): Modeling entrepreneurship. Unifying the equilibrium and entry/exit approach. Working Paper 200201, Zoetermeer: Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMEs Institute (EIM).
- Bosma, Niels y Nieuwenhuijsen, Henry, 2002. "Turbulence and productivity; an analysis of 40 Dutch regions in the period 1988-1996," ERSA conference papers ersa02p233, European Regional Science Association. y Nieuwenhuijsen Bosma N., K. Jones, E. Autio, y J. Levie (2008): *Global Entrepreneurship Monitor. Executive Report 2007*.
- Braczyk, H.-J., Cooke, P., Heidenreich, M., and Krauss, G. (1998) (Eds.) *Regional Innovation Systems. The Role of Governance in a Globalized World*, London, UCL Press.
- Brealey, R., y Myers, S. (2003). *Principles of corporate finance*. McGraw-Hill Series in Finance.
- Bregger, J. (1996): "Measuring Self-Employment in the United States", *Monthly Labor Review*, 119(1): 3-9.
- Bresser, R. y Milloning, K. (2003): "Institutional Capital: Competitive Advantage in Light of the new institutionalism in organization theory", *Schmalenbach Business Review*, 55: 220-241.
- Brewer, E., I. I. I., Genay, H., Jackson, W., I. I. I., y Worthington, P. (1996). How are small firms financed? Evidence from small business investment companies. *Economic Perspectives*, 6(4), 2–18.

- Brixy, U. y Kohaut, S. (1999): "Employment Growth Determinants in New Firms in Eastern Germany", *Small Business Economics*, 13(2): 155-170.
- Brock, W.A. and D.S. Evans (1989): Some Empirical Aspects of Entrepreneurship *Small business economics*, *Small Business Economics* 1(1), 7-20.
- Brown TE, Davidsson P, Wiklund J. 2001. An operationalization of Stevenson's conceptualization of entrepreneurship as opportunity-based firm behavior. *Strategic Management Journal* 22(10): 953
- Bruyat, C. 1994. Contributions épistémologiques au domaine de l'entrepreneuriat, *Revue Française de gestion*, 101, 113-125.pages.y
- Caceres, R (2001): El Factor Empresarial en los Modelos de Desarrollo Endógeno. un Perfil del Empresario de Andalucía Occidental. *Revista de Estudios Andaluces*. Núm. 24. 2001. Pag. 242-256
- Caceres, R y Romero, I : (2006) Empresarios Versus Propietarios de Pequeños Negocios: una Aproximación Basada en el Tamaño Empresarial. *Estudios de Economía Aplicada*. Vol. 24. Núm. 2. 2006. Pag. 545-566.
- Callejón M. y Segarra, A. (2002): "New Firm's Survival and Market Turbulence. New Evidence from Spain", *Review of Industrial Organization*, 20: 1-14. Callejón M. (2003): Procesos de Selección, Iniciativa, Empresarial y Eficiencia Dinámica, Working Paper, Barcelona: Universidad de Barcelona
- Callejón M. y Segarra, A. (1999): "Business Dynamics and Efficiency in Industries and Regions. The case of Spain", *Small Business Economics*, 13(4): 253-271
- Callejón M. y Segarra, A. (2002): "New Firm's Survival and Market Turbulence. New Evidence from Spain", *Review of Industrial Organization*, 20: 1-14.
- Camagni, R. and Rabelotti, R. (1997): Footwear Production System in Italy, in R. Ratti, A. Bramanti and R. Gordon (eds.), *The dynamics of Innovation Regions*, Aldershot: Ashgate.
- Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España/Fundación INCYDE (2001): *La creación de empresas en España*. Madrid.
- Caminal, R. (1995). El papel de las restricciones de crédito y las políticas públicas en la financiación de la pequeña y mediana empresa. *Papeles de Economía Española*, 65, 224-234.
- Camisón, C. (2000): "Reflexiones sobre la investigación científica de la pyme". *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 6 (2), pp. 13-30.
- Camisón, C. (2001): "La investigación sobre la PYME y su competitividad: Balance del estado de la cuestión desde las perspectivas narrativa y meta-analítica". *Papeles de Economía Española*, 89/90, pp. 43-83..
- Cantillón, R. (1755): *Essai sur la nature du commerce en general*. London (reprinted for Harvard University Press, Boston, G.H. Ellis, 1892.
- Carlsson, B. (1989): The evolution of manufacturing technology and its impact on industrial structure: an international study, *Small Business Economics* 1(1), 21-38.

- Carlsson, B. (1992): The rise of small business; causes and consequences, in *Singular Europe, Economy and Policy of the European Community after 1992*, W.J. Adams (ed.), Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, 145-169.
- Carre, M. A. y Thurik, A. R. (2003): "The impact of entrepreneurship on economic growth": In Acs, Z. J. y Audretsch, D.B. (eds.) *Handbook of Entrepreneurship Research*. Kluwer Academic Publishers, Boston/Dordrecht, 437-471.
- Carre, M., y Thurik, R. (2003). The impact of entrepreneurship on economic growth. In D. B. Audretsch y Z. J. Acs (Eds.), *Handbook of entrepreneurship research* (pp. 437-471). Boston: Kluwer.
- Carree M, van Stel A.J, Thurik R, Wennekers S (2007) *The Relationship Between Economic Development and Business Ownership Revisited*, *Entrepreneurship and Regional Development* 19(3): 281-291.
- Carree, M.A. y Thurik, A.R. (1998): "Small firms and economic growth in Europe", *Atlantic Economic Journal*, 26(2):137-146.
- Carree, M.A. y Thurik, A.R. (2006): *The Handbook of Entrepreneurship and Economic Growth*. Cheltenham: International Library of Entrepreneurship.
- Carree, M.A., y Thurik, A.R. (1999): *Industrial structure and economic growth*. En Audretsch D.B. y Thurik, A.R. (eds), *Innovation, Industry Evolution and Employment*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Carree, M. y Thurik, A. (2005): *Understanding the role of entrepreneurship for economic growth*. Working Paper. Institute for Development Strategies or the Ameritech Foundation.
- Carree, M., A. van Stel, R. Thurik and S. Wennekers (2002): *Economic development and business ownership: an analysis using data of 23 OECD countries in the period 1976-1996*, *Small Business Economics* 19, 271-290.
- Carree, M., Van Stel, A., Thurik, R., y Wennekers, S. (2002). *Economic development and business ownership: an analysis using data of 23 OECD countries in the period 1976-1996*. *Small Business Economics*, 19(3), 271-290.
- Carree, M., Van Stel, A., Thurik, R., y Wennekers, S. (2007). *The relationship between economic development and business ownership revisited*. *Entrepreneurship and Regional Development*, 19(3), 281-291.
- Carree, M.A. and A.R. Thurik (2003), *The impact of entrepreneurship on economic growth*, in *Handbook of Entrepreneurship Research*, D.B. Audretsch and Z.J. Acs (eds), Boston/Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 437-471.
- Carree, M.A. y Thurik, A.R. (1998): "Small firms and economic growth in Europe", *Atlantic Economic Journal*, 26(2):137-146.
- Carree, M.A., Van Stel, A.J., Thurik, A.R., y Wennekers, A.R.M. (2002): "Economic Development and Business Ownership. An Analysis Using Data of 23 OECD Countries in the Period 1976-1996", *Small Business Economics*, 19: 271-290. 81
- Carree, M.A., y Thurik, A.R., Van Stel, A. Thurik, R. y Wennekers, S. (2001) "Economic development and business ownership: an analysing using data of 23 OECD countries in the period 1976-1996", *Small Business Economics*, 19, 271-290.

- Carter, N.M., Gartner, W.B., Shaver, K.G. y Gatewood, E.J. (2003). The career reasons of nascent entrepreneurs, *Journal of Business Venturing*, 18(1), 13-39.
- Casper, S. y Whitely, R. (2002): Managing competencies in entrepreneurial technology firms: a comparative institutional analysis of Germany, Sweden and the UK, Working Paper 230, Cambridge: Center of Business Research of Cambridge University.
- Cassar, G. (2007). Money, money, money? A Longitudinal investigation of entrepreneur career reasons, growth preferences and achieved growth, *Entrepreneurship and Regional Development*, 19(1), 89-107.
- Casson, M. (1982): *The entrepreneurs: An Economic Theory*. Gregg Revivals, Brookfield, USA.
- Casson, M. (1991): *The entrepreneur: An economic theory* (1ª Ed. 1982. Martin Robertson. Oxford). Gregg Revivals. Brookfield. USA. pp 22-23.
- Caves, R. (1982): *Multinational Enterprise and Economic Analysis*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Caves, R. E. (1971). International corporations: The industrial economics of foreign investment. *Economica*, 38, 1-27.
- Chandler, A.D. (1977): *The Visible Hand: The Managerial Revolution in American Business*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Chandler, A.D. Jr. (1990): *Scale and Scope: The Dynamics of Industrial Capitalism*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Chang, H.J. y Kozul-Wright, R. (1994): "Organising Development: Comparing the National Systems of Entrepreneurship in Sweden and South Korea", *Journal of Development Studies*, 30(4): 859-891.
- Coase, R.H. (1937): "The Nature of the Firm", *Economica*, 4: 386-405.
- Cobb, C. y Douglas, P. (1928): "A Theory Production", *The American Economic Review*, 18(1): 139-165.
- Cohen, W. M. y Levinthal, D.A. (1989): "Innovation and learning: the two faces of RyD", *Economic Journal*, 99(3): 569-596.
- Cohen, W. M. y Levinthal, D.A. (1990): "Absorptive capacity: a new perspective on innovation and learning" *Administrative Sciences Quarterly*, 35: 128-152.
- Cohen, B. (2006): "Sustainable valley entrepreneurial ecosystems", *Business Strategy and the Environment*, 15(1): 1-14.
- Cohen, W. and D. Levinthal (1989): Innovation and learning: the two faces of RyD, *Economic Journal* 99(3), 569-596.
- Cohen, W.M. and S. Klepper (1992): The trade-off between firm size and diversity in the pursuit of technological progress, *Small Business Economics* 4, 1-14.
- Cole, A (1942) Entrepreneurship as an area of research". *Journal of Economic History*, suplemento de Diciembre.

- Coleman, J.S. (1988): "Social Capital in the Creation of Human Capital", *The American Journal of Sociology*, 94: S95-S120.
- Coleman, James S. (1988): "Social Capital in the Creation of Human Capital". *American Journal of Sociology*. n° 94 (Suplement); pp. S95-S120.
- Coleman, James S. (1994): *Foundations of social theory*. Belknap Press of Harvard University Press. Cambridge, Mass.
- Collins, O. y Moore, D. (1964): *The Enterprising Man*. East Lansing: Michigan State University
- Comisión Europea (2003). Libro verde. El espíritu empresarial en Europa, 27 de enero, Bruselas: Comisión Europea.
- Comisión Europea European Commission (2003): Commission Recommendation concerning the definition of micro, small and medium-size enterprises, EC361, Official Journal of the European Unión.
- Comisión Europea. (2003). 2003/361/EC of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises. Official Journal L124 of 20.05.2003, 36-41.
- Comisión Europea. (2003b). Libro Verde - El espíritu empresarial en Europa. Bruselas: Comisión Europea
- *Commodity Chains and Global Capitalism*, London: Praeger.
- Congregado, E., Golpe, A., Millán J. y Román, C. (2005a): *The Emergence of New Entrepreneurs in Europe: Which Europeans are more likely to become Job Creators?*, Working Paper presentado en Max-Planck Institute of Economics, Jena, Alemania.
- Congregado, E., Golpe, A., y Millán J. (2005b): *Determinantes de la Oferta de Empresarios*, Working Paper, Andalucía: Centro de Estudios Andaluces.
- Congregado, E. y O'kean, J.M. (2000): *Indicadores de tejido empresarial en las comunidades autónomas españolas*. Working Paper presentado en la Conference Proceeding: III Encuentro de Economía Aplicada, Valencia, España.
- Cooke, P. y Leydesdorff, L. (2006): "Regional Development in the Knowledge-Based Economic: The Construction of Advantage", *Journal of Technology Transfer*, 31: 5-15.
- Cooke, P. (2002). *Knowledge economies. Cluster, learning and cooperative advantage*. London-New York: Routledge.
- Cool y Henderson, 1998; *Power and Firm profitability I supply chains: French manufacturing industry in 1993*
- Cooper A.C (1985) *The role of incubator organizations in the founding of growth-oriented firms*, *Journal of Business Venturing* 1:75-86.
- Cooper, A.C. (2003): *Entrepreneurship: The past, the present, the future*. In Acs Z.J. y Audretsch, D.B. (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research*: 21-34. London: Kluwer Academic Publishers. Coviello, NE, and Jones, MV 2004.
- Correa, González y Morini, 1998, *Repercusiones de la definición de tamaño empresarial en los resultados empíricos sobre eficiencia y financiación*

- Covin J.G, Miles M.P (1999) Corporate Entrepreneurship and Pursuit of Competitive Advantage, *Entrepreneurship Theory and Practice* 23(3): 47-64.
- Covin, J. G., Slevin, D. P. and Schultz, R. L. 1994, 'implementing strategic missions: Effective strategic, structural and tactical choices.' *Journal of Management Studies*,31 (3) 481-505.
- Cravo T.A (2011) SMEs and economic growth in the Brazilian micro-regions, *Papers in Regional Science* 89 (4): 711-734.
- Cuadrado Roura, J. R. (dir.), Mancha Navarro, T. y Garrido Yserte, R. (1998): *Convergencia regional en España. Hechos, tendencias y perspectivas*. Fundación Argentaria, Madrid.
- Curzio, A. Q. y Fortis, M. (eds.), *Complexity and Industrial Cluster*. Nueva York.- Heidelberg, Physica-Verlag, 2002, p. 108.
- Damanpour, F. (1991): "Organizational Innovation: A Meta analysis of Effects of Determinants and Moderators", *Academy of Management Journal*, Vol. 34, No. 3, 555-590.
- Damanpour, F. (1996): "Organizational Complexity and Innovation: Developing and Testing Multiple Contingency Models", *Management Science*, Vol. 42, No. 5, 693-716.
- Davidsson, P. (1995). "Culture, structure and regional levels of entrepreneurship". *Entrepreneurship and Regional Development*, 7, pp. 41-62.
- Davidsson, P. (2004): *Researching Entrepreneurship*, International Studies in Entrepreneurship, Boston/New York/Heidelberg/Dordrecht: Springer
- Davidsson, P. y Wiklund, J. (1997): "Values, beliefs and regional variations in new firm formation rates". *Journal of Economic Psychology*, 18 (1-2), pp. 179-199.
- Davidsson, P. y Delmar, F. (1992): "Cultural values and entrepreneurship". En *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson College, Wellesley, MA.
- Davis, Steven J., John C. Haltiwanger and Scott Schuh. *Job Creation and Destruction*,Cambridge: MIT Press, 1996.
- de Jorge J, Leopoldo C, de Zuani E (2010) Firm size and entrepreneurial characteristics: Evidence from the SME sector in Argentina, *Journal of Business Economics and Management* 11(2):259-282.
- De Miguel, A., y Pindado, J. (2001): Determinants of capital structure: New evidence from Spanish panel data. *Journal of Corporate Finance*, 7, 77-99.
- Dean, B., Nagel, B., y Osland, A. (2005): "Entrepreneurial System: Application to Silicon Valley Nanotechnology Companies", *Technology Management: A Unifying Discipline for Melting the Boundaries*, 31: 433-443.
- De-Hann, Uzi. (2007): A hotbed for entrepreneurship and innovation: Looking for success factors in Israel's High-Tech Clusters, Working Paper, UW-Madison: Initiative for Studies in Technology Entrepreneurship (INSITE) and Weinert Center for Entrepreneurship.
- Dennis, W.J. (1997): More than you think: an inclusive estimate of business entries. *Journal of Business Venturing*, Volume 12, Number 3, May 1997 ,175-196(22).

- Destinoles, A. G. (2006). El capital humano en las teorías del crecimiento económico. <http://www.eumet.net>. Accessed 1 November 2006.
- Dietzenbacher, E. y Los, B. (2002): “Externalities of RyD Expenditures”, *Economic Systems Research*, 14(4): 407-425.
- Dietzenbacher, E. y Los, B. (2005): Analyzing RyD Multiplier. Working Paper presentado en la 13th International Conference on Input-Output Techniques, Macerata, Italia.
- Dietzenbacher, E. y Los, B. (2002): “Externalities of RyD Expenditures”, *Economic Systems Research*, 14(4): 407-425.
- Dietzenbacher, E. y Volkerink, B. (1998): Key Sectors of Innovation, Working Paper presentado en la 12th International conference on IO techniques, New-York.
- Donato, V., Haedo, C., Reynolds, P., y Rocha, H. (2004): Local production systems, entrepreneurship and regional development: Theoretical arguments and empirical evidence from Argentina. Workingpaper. Buenos Aires: Centro de InvestigacionesUniversitá di Bologna.
- Drucker, P. (1993): “The rise of knowledge society” en *Wilson Quaterly* Vol.
- Dubini, P. (1989). The influence of motivation and environment on business start-ups: Some hints for public policies. *Journal of Business Venturing*, 4, 11-26.
- Dunning, J. H. (1995). Revision del paradigma eciectico en una epoca de capitalismo de alianzas. *Economía Industrial*, 305, 15-32.
- Duran, J. J. (2000). La inversion directa extranjera en el siglo XX. La persistente multinacionalizacion de la empresa. *Revista de Economía Mundial*, 3, 121-148.
- Eckhardt, J. y Shane, S.A. (2003): “Opportunities and Entrepreneurship”, *Journal of Management*, 29(3): 333–349.
- EIM (2002), SMEs in Europe, Report submitted to the Enterprise Directorate General of the EC by KPMG Special Services, Zoetermeer: EIM Business y Policy Research.
- Eisenhardt, K. M., y Martin J. A. (2000): “Dynamic capabilities: What are they?”, *Strategic Management Journal*, 21: 1105–1122.
- Ericson, R. y Pakes, A. (1995): “Markov-Perfect Industry Dynamics: A Framework for Empirical Work”, *The Review of Economic Studies*, 62: 53-82.
- Ericson, R. y Pakes, A. (1995): “Markov-Perfect Industry Dynamics: A Framework for Empirical Work”, *The Review of Economic Studies*, 62: 53-82.
- Erikson, T. (2002): "Entrepreneurial capital: the emerging venture's most important asset and competitive advantage", *Journal of Business Venturing*, 17(3): 275-290.
- Erikson,T. (2002): “Entrepreneurial capital: the emerging venture’s most important asset and competitive advantage”, *Journal of Business Venturing*, 17: 275–290. 82
- European Commission (2010) SME Performance Review 2009. Fact Sheets. http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index_en.htm

- Ewe-Ghee Lim, 2001. "Determinants of, and the Relation Between, Foreign Direct Investment and Growth: A Summary of the Recent Literature," IMF Working.
- Fageberg, J. (1988). International competitiveness. *Economics Journal*, 98, 335-374.
- Feldman, M. y Audretsch, D. (1999): "Innovation in cities: science-based diversity, specialization and localized competition, *European Economic Review*, 43: 409–429.
- Ferguson, C. (1988): "Beyond entrepreneurialism to U.S. competitiveness. From the people who brought you voodoo economics", *Harvard Business Review*, Mayo-Junio: 55-62.
- Fernández J, Santos F.J, Liñán F (2009) Cognitive Aspects of Potential Entrepreneurs in Southern and Northern Europe. An Analysis Using GEM-Data, *Revista de Economía Mundial* 23: 151-178.
- Fernández, W. y García A. (2004) "Motivaciones y obstáculos en función de la experiencia empresarial del emprendedor", *Actas del XIV Congreso de la Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresa (ACEDE)*, 19-21 septiembre, Murcia.
- Fischer, Manfred M. y Josef Frölich (eds.) (2001) *Knowledge, Complexity and Innovations Systems*, Berlin, Springer-Verlag
- Florio, M. (1996). Large firms, entrepreneurship and regional development policy: growth poles in the Mezzogiorno over 40 years. *Entrepreneurship and Regional development*, 8, 263-295.
- Florio, Massimo y Capriati, Michele (1986): "Gran empresa y desarrollo local. Primeras reflexiones sobre algunas experiencias". *Estudios Territoriales*. N° 22; pp. 169-179.
- Foelster, S. (2000): Do entrepreneurs create jobs? *Small Business Economics* 14: 137-148.
- Freel, M. S., y Harrison R. T. (2006). Innovation in the small firm sector: Evidenced from 'Northern Britain'. *Regional Studies*, 40, 289-305.
- Freeman, C. (1975). *La teoría económica de la innovación industrial*. Barcelona: Alianza.
- Friis, C., Paulsson, T., y Karlsson, C. (2002): *Entrepreneurship and Economic Growth. A critical review of empirical and theoretical research*. Working Paper, Östersund, Sweden: Institutet för Tillväxtpolitiska Studier.
- Fritsch, M. y Falck, O. (2002): *New firm formation by Industry over Space and time: A multi-level analysis*. Working Paper No. 322, Berlin: German Institute for Economic Research.
- Fritsch, M. (1997): "New firms and regional employment change", *Small Business Economics*, 9: 437-448.
- Fritsch, M. y Muller, P. (2006): *The evolution of regional entrepreneurship and growth regimes*, New York: Springer.
- Fujita y Krugman *The new economic geography: Past, present and the future*," *Economics of Governance*, Springer, vol. 83(1)
- Fujita y Krugman (1995) *Regional Science and Urban Economics* 25 (1995) 505-528
- Fujita, M., 1990, *Spatial interactions and agglomeration in urban economics*, in: M. Chatterji and R.E. Kunne, eds., *New frontiers in regional science* (Macmillan, London) 185-221.

- Fujita, M. and P. Krugman, 1993, A monopolistic competition model of urban systems and trade, Working Papers in Regional Science No. 163, Department of Regional Science, University of Pennsylvania, Philadelphia, PA.
- Fujita, Masahisa; Krugman, Paul y Venables, Anthony J. (2000): Economía espacial. Las ciudades, las regiones y el comercio internacional. (Primera edición: The spatial economy. Massachusetts Institute of Technology; 1999) Ariel. Barcelona
- Fukuyama, F. (1995). Trust: Social virtues and the creation of prosperity. New York: Free Press.
- Galbraith, J.K. (1956): American Capitalism: the Concept of Countervailing Power, Boston: Houghton Mifflin Co.
- Galbraith, J.K. (1967) The New Industrial State. Cambridge Mass.
- Galindo, M.A., Álvarez, A. y Méndez, T. (2006): Entrepreneurship y Crecimiento Económico. Working Paper presentado en VIII Reunión de Economía Mundial, Alicante, España.
- Galindo, M.A. (2006): "Entrepreneurship, Economic Growth and Ethics", Estudios de Economía Aplicada, 24: 389-406.
- García, P., Sáenz, F., y Barba, V. (1999): "Análisis del resultado de las empresas de nueva creación: influencia de la estrategia y el sector de actividad", Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, 8(3): 109-126.
- García, C., Martínez, A. y Fernández, R. (2006): Análisis de los factores determinantes de la creación de empresas: una evidencia empírica en Castilla y León, Working Paper presentado en el Congreso AEDEM, Palma de Mallorca, España.
- Garnsey, E. (1998): "A Theory of the Early Growth of the Firm", Industrial and Corporate Change, 7(3): 523-556.
- Garofoli, G. (1989): Industrial districts: Structure and Transformation, in «Economic Notes», n. 1, pp. 37-54.
- Garofoli, G. (1991): Modelli locali di sviluppo, Franco Angeli, Milano
- Garofoli, G. (1992): Endogenous Development and Southerne Europe, Avebury, Aldershot (UK).
- Garofoli, G. , Gilly J.P., Vázquez Barquero A. (eds.) (1997), Gran Empresa y Desarrollo Económico, Editorial Síntesis, Madrid, 1997
- Garofoli, G. (1994). Economic development, organization of production and territory. In G. Garofoli y A. Vazquez Barquero (Eds.), Organization of production and territory: Local models of development (pp. 8-27). Pavia: Universita degli studi de Pavia.
- Garofoli, Gioacchino (1986): "Modelos locales de desarrollo". Estudios Territoriales. N° 22; pp. 157-168.
- Garofoli, Gioacchino (ed.) (1992): Endogenous development and Southern Europe. Avebury. Aldershot.
- Garrido-Yserte, 2002 . Cambio Estructural y Desarrollo Regional en España. Alianza. Madrid.

- Gartner, W. B. (1990): "What are we talking about when we talk about entrepreneurship". *Journal of Business Venturing* 5, pp:15-28.
- Gartner, W.B. (1988). Who is an entrepreneur? : Is the wrong question. *American Journal of Small Business*-.
- Gartner, W.B. (1989); The Role of different theories in explaining entrepreneurship
- Gary Gereffi, John Humphrey y Timothy Sturgeon 2005 *Review of International Political Economy* 12:1 78-104
- GEM (varios años): *Global Entrepreneurship Monitor*. London: Babson College and London Business School.
- Georgellis, Y. y Wall, H.J. (2000). What makes a region entrepreneurial? Evidence from Britain, *The annals Regional Science*, 34(3), 385-403
- GEREFFI G. (1994). "The Organization of Buyer-Driven Global Commodity Chains: How U.S. Retailers Shape Overseas Production Networks", in G. Gereffi and M. Korzeniewicz (eds.), *Commodity Chains and Global Capitalism*, London: Praeger.
- Gereffi G. (1999). "International trade and industrial upgrading in the apparel commodity chain", *Journal of International Economics*, Vol. 48: 37-70.
- Gereffi, G(1994). "The Organization of Buyer-Driven Global Commodity Chains.How US Retailers Shape Overseas Production Networks", G. Gereffi y R. Korzeniewicz (eds.), *Commodity Chains and Global Capitalism*, Westport CT: Praeger.
- Gereffi, G. (1999). "International Trade and Industrial Upgrading in the Apparel Commodity Chain", *Journal of International Economics*, vol. 48, pp. 37-70.
- Gereffi, G., J. Humphrey and T. Sturgeon (2005). "The governance of global value chains", *Review of International Political Economy*, vol. 12, num. 1, pp. 78-104.
- Gereffi., KAPLINSKY R. (2001). "The value of value chains", *Special issue of IDS Bulletin*, Vol. 32.
- Geroski, P.A. (1994): *Market Structure, Corporate Performance and Innovative Activity*. Oxford: Oxford University Press.
- Geroski, P.A. (1995): "What do we know about entry?", *International Journal of Industrial Organization*, 13(4): 421-440.
- Gibrat, R. (1931): *Les Inégalités Economiques*. Paris: Sirey.
- Gifford, S. (1998): Limited entrepreneurial attention and economic development, *Small Business Economics* 10, 17-30.
- Ginevičius R (2010) The effectiveness of cooperation of industrial enterprises, *Journal of Business Economics and Management* 11(2):283-296.
- Glaeser, E., Kallal, H., Scheinkman, J. y Schleifer, A. (1992): "Growth in Cities", *Journal of Political Economy*, 100(6): 1126-1152.
- Glancey y McQuaid, 2000 *Employment and small and medium sized enterprises*

- Goetz, S. y Freshwater, D. (2001): "State-Level Determinants of Entrepreneurship and a Preliminary Measure of Entrepreneurship Climate", *Economic Development Quarterly*, 15: 58-70.
- Goleen, W., Higgins, E. y Hee, S. (2003): *National Innovation System and Entrepreneurship*. Working Paper No.8, Ireland: Centre for Innovation and Structural Change.
- Granovetter, M. (2001): *Coase Revisited: Business Groups in the Modern Economy*. En M. Granovetter and R. Swedberg (eds.), *The Sociology of Economic Life*, Boulder: Westview Press.
- Grant, R.M. (1991): "The Resource-based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation", *California Management Review*, 33: 114-135. 83
- Greenway, D., Hine, R., y Miller, C. (1994). Country specific factors and the pattern of horizontal and vertical intrain-dustry trade in the U.K. *Review of World Economics*, 130, 77-100.
- Griliches, Z. (1979): "Issues in Assessing the Contribution of R&D to Productivity Growth", *Bell Journal of Economics*, 10(1): 92-116.
- Grossman, G. M., y Helpman, E. (1991). *Innovation and growth in the global economy*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Guerrieri P, Iammarino S, Pietrobelli C (Eds.) (2001) *The Global Challenge to Industrial Districts. SMEs in Italy and Taiwan*. Edward Elgar. Cheltenham. UK.
- Gujarati, N.D. (2004): *Econometría*. Madrid: McGraw-Hill.
- Guth, W y Gisberng, A (1990);: "Guest Editors' Introduction: Corporate Entrepreneurship", *Strategic Management Journal*, 11, 297-308;
- Guzmán , J.; Liñán , F.; Romero, I. y Santos , F. J. (1999): "Methodological approach to the quality of the regional productive structure: the case of Andalusia". Comunicación presentada a la 39th European Regional Science Assotiation Conference; Dublín, 23-27 de agosto.
- Guzmán Cuevas, J.; Liñán Alcalde, F.; Romero Luna, I. y Santos Cumplido, F. J. (2000): "Las PYMES y la calidad del tejido productivo andaluz". *Boletín Económico de Andalucía*. N° 27-28, Consejería de Economía. Junta de Andalucía.
- Guzmán J, Santos F.J (2001) *The booster function and the entrepreneurial quality. An application to the province of Seville*, *Entrepreneurship and Regional Development* 13: 211-228.
- Guzmán, J. (1994): "Towards a taxonomy of entrepreneurial theories". *International Small Business Journal*. 12, 4: 77-88.
- Guzmán, J.J y Santos, F. J. (2001) "The booster function and the entrepreneurial quality: an application to the province of Seville", *Entrepreneurship and Regional Development*, 13, pp. 211-228.
- Guzmán, J.J. y Cáceres, F.R. (2002): *Fortalezas y debilidades del empresariado en España*, Madrid: Boletín económico de ICE de la Información Comercial Española.
- Guzmán, J. (1994): "Towards a Taxonomy of Entrepreneurial Theories". *International Small Business Journal*. Vol. 12. N° 4. July-September; pp. 77-88.

- Guzmán, J. y Santos, F.J. (1999): "The booster function and the entrepreneurial quality: an application to the province of Seville". *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol 13, nº 3.
- Guzmán, J. y Santos, F.J. (2006) *Realidad empresarial y desarrollo económico en la provincia de Sevilla*, CARL, Junta de Andalucía, Sevilla.
- Guzman, J., y Santos, J. (2001). The booster function and the entrepreneurial quality: An application to the province of Seville. *Entrepreneurship and Regional Development*, 13, 221-228.
- Guzman, J., y Santos, J., Cáceres, R, Romero, I y Liñán, F. (2006): *Realidad empresarial y desarrollo económico en la provincia de Sevilla. Serie Monografías de Temas Laborales, Nº 26. Consejo Andaluz de Relaciones Laborales. Ed. Mergablum, Sevilla.*
- Guzmán, J.J. (2006): "El Rol del Entrepreneurship en el Proceso del Crecimiento Económico", *Estudios de economía aplicada*, 24(2): 361-387.
- Guzmán-Cuevas J, Cáceres-Carrasco R, Riberio-Soriano D (2009) Functional dependence and productive dependence of SMEs, *Small Business Economics* 32(3): 317-330.
- Guzmán-Cuevas, J., Cáceres, R.-Carrasco, R. y Soriano, D. (2009). "Functional dependence and productive dependence of SMEs". *Small Business Economics*, 32(3):317-330.
- Guzman-Cuevas,J y Caceres, F.R (2010)Functional and Productive Dependence: New Characteristics for the Analisis of Entreprises From a Macroeconomic View. *International Small Business Journal*. 2010. Pag. 117-130.
- Hannan, M.T. y Freeman, J. (1989): *Organizational ecology*. Cambridge, Harvard University Press.
- Harrison, R.T. y Hart, M. (1983). Factors influencing new business formation: a case study of Northern Ireland, *Environment and Planning*, 15(10), 1395-1412.
- Hart, M. y Hanley, E. (1995): "Job generation and new small firms: some evidence from the late 1980's", *Small Business economics*, 2: 97-109.
- Hausman, J.A. (1978): "Specification Tests in Econometrics", *Econometrica*, 46(6): 1251-1271.
- Hayek, F.A. (1945): "The Use of Knowledge in Society", *American Economic Review*, 35(4): 519-30.
- Hayek, F.A. (1968): *Competition as a Discovery Procedure*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hebert, R. y Link, A. (1989): "In search of the meaning of entrepreneurship". *Small Business Economics*,1:39-49.
- Heckman, J. J., y Borjas, G. J. (1980). Does unemployment cause future unemployment: Definitions, questions, and answers from a continuous time model of heterogeneity and state dependence. *Económica*, 47, 247-283.
- Hellman y Stiglitz, 2000; "Liberalization, Moral Hazard in Banking, and Prudential Regulation
- Helmsing, A.H.J., 1999. "Flexible specialisation, cluster and industrial districts; and regional policies," *Working Papers - General Series 305*, Institute of Social Studies.

- Helpman, E., y Krugman, P. (1985). Market structure and foreign trade. Increasing returns, imperfect competition and the international economy. Cambridge, MA: MIT Press.
- Henderson, (2003); Inducing History Representations for broad coverage Statistical parsing
- Henderson, V., Kuncoro, A. y Turner, M. (1995): "Industrial Development in Cities", Journal of Political Economy, 103(5): 1067-1090.
- Hessels J, van Gelderen M, Thurik R (2008) Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers, Small Business Economics 31: 323–339.
- Hirschman, A.O. (1970): Exit, Voice, and Loyalty: Responses to Decline in Firms, Organizations, and States. Cambridge: Harvard University Press.
- Hirschman, A. (1958): La estrategia del desarrollo económico, Fondo de Cultura Económica, México, 1970.
- Hofstede, G., Noorderhaven, N.G., Thurik, A.R., Uhlaner, L.M., Wennekers, A.R.M. y Wildeman, R.E. (2002): Culture's role in entrepreneurship: self-employment out of dissatisfaction, En Ulijn, J. y Brown, T. (eds), Innovation, Entrepreneurship and Culture: The Interaction between Technology, Progress and Economic Growth, Cheltenham: Edward Elgar
- Holcombe, R. (1998): "Entrepreneurship and Economic Growth", Quarterly Review of Austrian Economics, 1(2): 45–62.
- Holcombe, R. (2003): "The Origins of Entrepreneurial Opportunities", The Review of Austrian Economics, 16(1): 25–43.
- Holcombe, R.(1998): "Entrepreneurship and Economic Growth", Quarterly Review of Austrian Economics, 1(2): 45-62.
- Hoover, E., and R. Vernon. 1959. Anatomy of a Metropolis. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Hopenhayn, H.A. (1992a): "Entry, Exit, and firm Dynamics in Long Run Equilibrium", Econometrica, 60(5): 1127-1150.
- Hopenhayn, H.A. (1992b): "Exit, Selection, and the Value of Firms", Journal of Economic Dynamics and Control, 16: 621-653.
- Hoselitz, B. (1952): "Entrepreneurship and Economic Growth", American Journal of Economics and Sociology, 12(1): 97-110. 1951
- Howitt, P. and P. Aghion (1998): Capital accumulation and innovation as complementary factors in long-run growth, Journal of Economic Growth 3, 111-130.
- Hu, M. y Chen, K. (2006): Entrepreneurship and Regional Growth: The Case of Taiwan, Working Paper presentado en la 3rd Hellenic Workshop on Efficiency and Productivity Measurement (HE.W.P.E.M.), Patras, Grecia.
- Inada, K. (1964): "On the Stability of Growth Equilibria in Two-Sector Models", Review of Economic Studies, 31:127-42.
- Instituto de Estadística de Andalucía (2006): Demografía empresarial en Andalucía 2001-2004. Ed. IEA. Sevilla.

- Instituto Nacional de Estadística. (2005). Directorio Central de Empresas (DIRCE). http://www.ine.es/inebmenu/mnu_empresas.htm. Accessed 15 December 2005.
- Interman, (1991): Profiles of Entrepreneurship Development Programmes. Geneva: Suiza: International Labor Office 1991.
- Ireland, R., Hitt, M. y Sirmon, D. (2003): "A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions", *Journal of Management*, 29(6): 963-989.
- Iyigun, M.F. y Owen, A.L. (1999): "Entrepreneurship Professional and Growth", *Journal of Economic Growth*, 4: 213-232.
- Iyigun, M.F. y Owen, A.L. (1988): "Risk, Entrepreneurship and Human Capital Accumulation", *American Economic Review*, 88: 454-457.
- Jacobs, J. (1969): *The Economy of Cities*. New York: Random House.
- Jaffe, A. (1989): "Real Effects of Academic Research", *American Economic Review*, 79(5): 957-970. 84
- Jaffe, A., Trajtenberg, M. and R. Henderson (1993), Geographic localization of knowledge spillovers as evidenced by patent citations, *Quarterly Journal of Economics* 63, 577-598.
- Jennings, D. (1994). *Multiple Perspectives of Entrepreneurship Test, Readings, and Cases*, Cincinnati, Ohio: South – Western Publishing Co.
- Jones, A. P., Johnson, L. A., Butler, M. C., y Main, D. S. (1983). Apples and oranges: An empirical comparison of commonly used indices of interrater agreement. *Academy of Management Journal*, 26, 506-519.
- Jovanovic, B. (1982): "Selection and the Evolution of Industry", *Econometrica*, 50(3): 649-670.
- Kantis, 2002 *Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*. (Financial Study and Summary report). By H. Kantis, M. Ishida, M. Komori, March 2002.
- Kariv, D., Menzies, T.V., Brenner, G.A. y Fillion, L.J. (2009). Transnational Networking and Business Performance: Ethnic Entrepreneurs in Canada, *Entrepreneurship y Regional Development*, 21(3), 239-264.
- Karlsson, C., Friis, C. y Pulsson, T. (2004): "Relating entrepreneurship to economic growth". Working paper. Östersund: Royal Institute of Technology, CESIS - Centre of Excellence for Science and Innovation Studies.
- Karlsson, Ch., Ch. Friis and Th. Paulsson (2005), Relating entrepreneurship to economic growth, in: *The Emerging Digital Economy: Entrepreneurship, Clusters and Policy*, B. Johansson, Ch. Karlsson and R.R. Stough (eds), Berlin: Springer-Verlag, forthcoming.
- Katz, J. (1991): "The institution and infrastructure of entrepreneurship", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 15(3): 85-102.
- Kautonen, T. y Palmroos, J. (2010). The impact of a necessity-based start-up on subsequent entrepreneurial satisfaction, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3), 285-300.

- Keasey, K., y Watson, R. (1995). The bank financing of small unlisted firms in the UK: An analysis of recent conflicts. *Journal of Small Business Finance*, 4, 143-163.
- Kent, C. A. (1982). Entrepreneurship in economic development. In C. A. Kent, D. L. Sexton, y K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 341-366). Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Khandwalla, P.N., 1977 *The Design of Organizations*, Harcourt Brace Jovanovich New York.
- Kilby, P. (1971): "Hunting the Helffalump" en Kilby, P. (ed) *Entrepreneurship and economic development*. New York, Free Press.
- Kirzner, I. (1973): *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kirzner, I.M. (1997): Entrepreneurial discovery and the competitive market process: an Austrian approach, *Journal of Economic Literature* 35, 60-85.
- Kishimoto, C. (2004). "Clustering and upgrading in global value chains: the Taiwanese personal computer industry". Schmitz, H. (ed.), *Local enterprises in the global economy*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Klepper, S. (1996): "Entry, exit, growth and innovation over the product cycle", *American Economic Review*, 36(3): 562-583.
- Klepper, S. (2001): "Employee Startups in High-Tech Industries", *Industrial and Corporate Change*, 10(3): 639-74.
- Kolvereid, L. (1992). Growth aspirations among Norwegian entrepreneurs", *Journal of Business Venturing*, 7(3), 209-222.
- Koppl y Minniti (2000): Market processes and entrepreneurial studies. En *Handbook of entrepreneurship research. An interdisciplinary survey and introduction*. Edited by Zoltan, J. Acs y David B. Audretsch.
- Koppl, R., y Minniti, M. (2003). Market processes and entrepreneurial studies. En: Z. Acs y H. Audretsch (Eds), *Handbook of Entrepreneurship Research: An Interdisciplinary Survey and Introduction*. Boston: Kluwer Academic Publishers
- Krueger N, Carsrud A (1993) Entrepreneurial intentions. Applying the theory of planned behavior, *Entrepreneurship and Regional Development* 5(1): 315-330.
- Krugman Paul R. (1997) *Development, Geography and Economic Theory*, MIT PRESS, EUA.
- Krugman, P. (1991): "Increasing Returns and Economic Geography", *Journal of Political Economy*, 99(3): 483-499.
- Krugman, P., and A. Venables. 1995. "Globalization and the Inequality of Nations." *Quarterly Journal of Economics* 110: 857-80.
- Krugman, P., and A. Venables. 1997. "The Seamless World: A Spatial Model of International Specialization and Trade." Massachusetts Institute of Technology, Cambridge, Mass.
- Krugman, Paul (1997): *Desarrollo, Geografía y Teoría Económica*, (Primera edición: *Development, Geography and Economic Theory*. Massachusetts Institute of Technology. 1995) Ed. Antoni Bosch, Barcelona.

- Kuznetz, S. (1966): *Modern Economic Growth: Rate, Structure and Spread*. New Haven: Yale University Press.
- Lafuente F.A y Pérez A. (1985) Tipos de empresario y de empresa. El caso de las nuevas empresas españolas *Economía Industrial*, noviembre-diciembre, p. 139-151. Madrid.
- Laganier, J. (1988) “Le système productif et ses representations” en Arena, R. et alter: *Traité d’Economie Industrielle*, Ed. Economica, Paris, 1988.
- Lambson, V.E. (1991): “Industry Evolution with Sunk Costs and Uncertain Market Conditions”, *International Journal of Industrial Organization*, 9: 171-196.
- Lazear E. P (2004) *Balanced Skills and Entrepreneurship*, *American Economic Review. Papers and Proceedings* 94(2): 208-211.
- Leibenstein, H.(1968): “Entrepreneurship and Development”, *American Economic Review*, 58(2): 72-83.
- Leontief, Wassily (1975): *Análisis económico input-output*. (Primera edición: *Input-Output Economics*. Oxford University Press. New York. 1966). Ariel. Barcelona
- Leontief, Wassily (1975): *Análisis económico input-output*. (Primera edición: *Input-Output Economics*. Oxford University Press. New York. 1966). Ariel. Barcelona.
- Liñán, F., y Santos, F. J. (2007). Does social capital affect entrepreneurial intentions? *International Advances in Economic Research*, 13(4), 443-453
- Link A.N, Bozeman B (1991) *Innovative Behavior in Small-Sized Firms*, *Small Business Economics* 3(3): 179-184.
- Llopis, F., Sabater, V., Tarí, J. y Ubeda, M. (1999): “Nuevas empresas y grado de diversidad sectorial en las zonas con tradición industrial: una aproximación a la provincia de Alicante”, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(3): 93-108.
- Lloyd-Ellis, H. and D. Bernhardt (2000), *Enterprise, inequality and economic development*, *Review of Economic Studies* 67, 147-168.
- López-García, P., y Puente, S. (2006): *Business demography in Spain: Determinants of firm survival*. Working Paper 0608, Madrid: Banco de España.
- Lounsbury, M. y Glynn, M. (2001): “Cultural Entrepreneurship: Stories, legitimacy, and the acquisitions of resource”, *Strategic Management*, 22: 545-564.
- Loveman, G. and W. Sengenberger (1991), *The re-emergence of small-scale production; an international comparison*, *Small Business Economics* 3(1), 1-37.
- Loveridge, S. y Nizalov, D. (2006): *Does Firm Size Distribution Matter? An Empirical Test of the Entrepreneurial Pipeline Theory*, Working Paper presentado en 52nd Annual North American Meeting of the Regional Science Association International en Small Business and Technology Development Center de Michigan, Michigan, Estados Unidos.
- Low, M.B. (2001): *The adolescence of entrepreneurship research: specification of purpose*, *Entrepreneurship: Theory and Practise*, June, 17-25.

- Low, M.B., y MacMillan, I.C. (1988). Entrepreneurship: Past research and future challenges. *Journal of Management*, 14, 139-161.
- Low, M.B. y MacMillan, I.C. (1991) Low y MacMillan "Past Research and Future Challenges"
- Lucio, J., Hecce, J., y Goicolea, A. (2002): "The effect of externalities on productivity growth in Spanish Industry", *Regional Science and Urban Economics*, 32: 241-258.
- Lumpkin, G.T., y Dess G.G. (1996): "clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance", *Academy of Management Review*, vol. 21, 1, 135-172.
- Maillat, D. (1998): Innovative Milieux and new generations of regional policies, in: *Entrepreneurship and Regional Development* 10/1, 1-16.
- Mankiw, N.G., Romer, D., y Weil, D.N. (1992): "A Contribution to the Empirics of Economic Growth", *Quarterly Journal of Economics*, 107: 407-437.
- Marconi, S. y Salcedo, J. (1995): La acumulación de capital fijo en Ecuador. 1965-1993, *Notas Técnicas No. 15*, Ecuador: Dirección General de Estudios del Banco Central.
- Marcos-Martín Marcos, A., Jaumandreu, J. (2004) "Entry, exit, and productivity growth, Spanish manufacturing during the eighties", *Spanish Economic Review*, 3, 211-226.
- Markusen A (1996) Sticky places in slippery space. a typology of industrial districts, *Economic Geography* 72: 293–313.
- Markusen, A. (1996): "Sticky places in slippery spaces: a typology of industrial districts". *Economic Geography*, 72, 3, pgs. 293-313. (1996).
- Marshall, Alfred (1954): *Principios de Economía* (Edición original: *Principles of Economics* , Ed. Macmillan, London, 1890), Aguilar. Madrid
- MARTÍNEZ, A. y O. URBINA (1998) "Emprendedores y empresas de alta tecnología: el caso de Aragón", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 7, nº 3, pp. 135-146.
- Mason, C. (1989). Explaining Recent Trends in New Firm Formation in the UK: Some Evidence from South Hampshire", *Regional Studies*, 23(4), 31-46.
- Matas, A. y Roig, J.L. (2004): Una aproximación sectorial a la localización industrial en Cataluña. Working Paper No. 6, Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Matas, A. y Roig, J.L. (2004): Una aproximación sectorial a la localización industrial en Cataluña. Working Paper No. 6, Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- McClelland D.C (1961) *The Achieving Society*. Van Nostrand. Princeton. N.J. London.
- McMillan, J. and C. Woodruff (2002): The central role of entrepreneurs in transition economies, *Journal of Economic Perspectives* 16(3), 153-170.
- McMullen J, Plummer L, Acs Z.J (2007) What is an Entrepreneurial Opportunity?, *Small Business Economics* 28(4): 273-283.
- McMullen, J.S., Bagby, D.R. y Palich, L.E. (2008). Economic Freedom and the Motivation to Engage in Entrepreneurial Action", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(5), 875-895.

- Michelacci, C. (2003): Low returns in RyD due to the lack of entrepreneurial skills, *Economic Journal* 113, 207-225.
- Miles et al., 1995;
- Miles et al., 1995;
- Miller D, Friesen P (1978) Archetypes of strategy formulation, *Management Science* 24: 921-933.
- Miller, D. 1983, 'The correlates of entrepreneurship in three types of firms', *Management Science*, 29, (7) 770-791.
- MILLER, Danny (1987): "The structural and environmental correlates of business strategy". *Strategic Management Journal*, 8, 55-76.
- MILLER, Danny and FRIESEN, Peter H. (1982): "Innovation in Conservative and Entrepreneurial Firms: two Models of Strategic Management", *Strategic Management Journal*, 3, 1-25;
- Minniti, M., Bygrave, W.D. y Autio, E, (2005): *Global Entrepreneurship Monitor - 2004 Executive Report*. London: Babson College and London Business School.
- MINTZBERG, Henry (1973): "Strategic Making in Three Modes", *California Management Review*, XVI-2;
- MINTZBERG, Henry (1984): "Power and Organization Life Cycles", *Academy of Management Review*, 9, 2, 207-224.
- Mitchell R.K. Increasing returns and the domain of entrepreneurship research *Entrepreneurship: Theory and Practice* / July, 2011.
- Molero, J. (2001). *Innovacion tecnologica y competitividad en Europa*. Madrid: Síntesis.
- Moreno, J., García, A. y Pablo, F. (2003): *Análisis de la relación entre el crecimiento empresarial, la edad de la empresa y la estructura de propiedad*. Working Paper No. 5, Madrid: Laboratorio de Investigaciones del Sector Servicios. 85
- Morris, M., Lewis, P., y Sexton, D. (1994): "Reconceptualising Entrepreneurship: An Input-Output Perspective", *Advanced Management Journal*, 59(1): 21-32.
- Moyano, P.B., Fariña, B., Aleixandre, G., Ogando, O. (2005): *La creación de empresas a escala local: factores determinantes en el caso de los municipios de Castilla y León*, Working Paper presentado en las Jornadas de Política Económica de la Universidad de Vigo, España.
- Mueller, P. (2006a): "Exploring the Knowledge Filter: How Entrepreneurship and University-Industry Relations Drive Economic Growth", *Research Policy*, 35(10): 1499–1508.
- Mueller, P. (2006b): "Entrepreneurship in the region: breeding ground for nascent entrepreneurs", *Small Business Economics*, 27: 41–58.
- Mueller, P. (2007): "Exploiting Entrepreneurial Opportunities: The Impact of Entrepreneurship on Growth", *Small Business Economics*, 28(4): 355-362.
- Muller, P., Van Stel, A. y Storey, D. (2006): *The effects of the New firm formation and regional development over time: The case of Great Britain*. Working Paper 2406, Alemania: Max Planck Institute of Economics.

- Myrdal, Gunnar (1974): *Teoría económica y regiones subdesarrolladas*. Fondo de Cultura Económica; México (Primera edición: *Economic Theory and Underdeveloped Regions*. Gerald Duckworth y Co., Londres; 1957).
- Nadiri, I. N. (1993). *Innovations and technological spillovers*. NBER Working Paper 4423. Cambridge: National Bureau of Economic Research.
- Navickas V, Malakauskaitė A (2009) The impact of clusterization on the development of small and medium-sized enterprise (SME) sector, *Journal of Business Economics and Management* 10(3): 255–259.
- Nelson y Winter, 1982 Nelson, R., y Winter, S. 1982. *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Cambridge, MA: Belknap Press.
- Nickell, S.J. (1996), *Competition and corporate performance*, *Journal of Political Economy* 104, 724-746.
- Nijkamp, P. Bal, F. and Nijkamp, P. (1998) Exogenous and endogenous spatial growth models , *Annals of Regional Science* , 32, pp. 63-89.
- Nonaka, I. (1991): "The knowledge-creating company", *Harvard Business Review*, Nov-Dec: 96–104.
- Noorderhaven, N., Thurik, R., Wennekers, S. y Van Stel, A. (2004). The Role of Dissatisfaction and per Capita Income in Explaining Self-Employment across 15 European countries, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(5), 447-466.
- North, D. y Thomas (1991): *El nacimiento del mundo occidental: Una nueva historia económica (900-1700)*. México: Siglo XXI.
- O’Kean Alonso, J.M. (1985): *Análisis del entorno económico de los negocios: una introducción a la macroeconomía*. Madrid : McGraw-Hill.
- OCDE (Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos). 1998. *Fostering Entrepreneurship*. Paris: OCDE.
- OCDE. 2001. *Entrepreneurship, Growth and Policy*. Paris: OCDE.
- Oliveira, S., Fortunato, A. y Oliveira, B. (2006): *Knowledge, Entrepreneurship and Economic Growth: A dynamic panel data analysis for Portuguese regions*, Working Paper presentado en International J. A. Schumpeter Society 11th ISS Conference, Nice - Sophia-Antipolis, Grecia.
- Orti, A.M. (2003). *Fomento de la iniciativa emprendedora universitaria. Tipología de actividades emprendedoras (TAES)*. Presented to the XIII Congreso de ACEDE, Salamanca, Spain.
- Pagano, P. y Scchivardi, F. (2003): “Firm Size Distribution and Growth”, *Scand. J. of Economics*, 105(2): 255–274.
- Penrose, E.T. (1959): *The Theory of the Growth of the Firm*. New York: ME Sharpe.
- Perroux, Francois (1964): *La economía del siglo XX*. (Primera edición: *LEconomie du XX siecle*. Presses Universiaires de France. 1961). Ariel. Barcelona.

- Pietrobelli, Carlo y Rabellotti, Roberta (2004): "Upgrading in Cluster and Value Chains." Washington, D.C.: Inter-American Development Bank.(versión en castellano: Mejora de la competitividad en cluster y cadenas productivas en América Latina -El papel de las políticas).
- Piore, M.J. and C.F. Sabel (1984): *The Second Industrial Divide: Possibilities for Prosperity*, New York: Basic Books.
- Piore, Michael J. y Sabel, Charles F. (1990): *La segunda ruptura industrial*, Alianza Editorial, Madrid (1a edición, *The second Industrial Divide - Possibilities for Prosperity*, Basic Books, New York, 1984).
- Plummer, L.A. y Acs, Z.J. (2005): "Penetrating the Knowledge Filter in regional economies", *Annals of Regional Science*, 39: 439-456.
- Porter (1990) *The competitive advantage of the nations* London and Basingstoke MacMillan
- Porter, M. (1979) "How competitive forces shape strategy", *Harvard business Review*, March/April 1979. Porter, M. (1980) *Competitive Strategy*, Free Press, New York, 1980.
- Porter, M. (1980): *Competitive Strategy*. Nueva York: Free Press.
- Porter, M. (1985) *Competitive Advantage*, Free Press, New York, 1985.
- Porter, M. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York: Free Press.
- Porter, M. (1987) "From Competitive Advantage to Corporate Strategy", *Harvard Business Review*, May/June 1987, pp 43-59.
- Porter, M. (1990): *The Comparative Advantage of Nations*, New York: Free Press.
- Porter, M. (1991): "Towards a dynamic theory of strategy", *Strategic Management Journal*, 12: 95-117.
- Porter, M. (1996) "What is Strategy", *Harvard Business Review*, Nov/Dec 1996.
- Porter, M. (1998) *On Competition*, Boston: Harvard Business School, 1998.
- Porter, M. (2001) "Strategy and the Internet", *Harvard Business Review*, March 2001, pp. 62-78.
- Porter, Michael E. (1998): "Cluster and the New Economics of Competition" en *Harvard Business Review*, Vol. 76, N° 6, págs.77-90.
- Porter, Micheal E. and Kramer, Mark R. (2006) "Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility", *Harvard Business Review*, December 2006, pp. 78-92.
- Prusa, T.J. and J.A. Schmitz, Jr. (1991): Are new firms an important source of innovation? Evidence from the pc software industry, *Economics Letters* 35, 339-342.
- Puga, D., and A. Venables. 1997. "The Spread of Industry: Spatial Agglomeration in Economic Development." CEPR Working Paper 1354. Centre for Economic Policy Research, London.

- Pulido, A. y Rodríguez Vález, J. (2006): ¿Afecta la multicolinealidad al análisis empírico de la Productividad de las infraestructuras regionales?, Working Paper, Instituto Lawrence R. Klein: Universidad Autónoma de Madrid.
- Putman, R.D. (2000): *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Touchstone Books.
- Pyke R, Becattini G, Sengenberger W (1991) *Industrial Districts and Inter-firm Cooperation in Italy*. ILO. Geneva.
- Redlich, F. (1949): “The Business Leader in Theory and Reality”, *American Journal of Economics and Sociology*, 8(3): 223–237.
- Reynolds et al. (2002). Reynolds, P.D., Bygrave, W.D., Autio, E., Cox, L.W. y Hay, M. (2002): *Global Entrepreneurship Monitor, 2002 Executive Report*. Wellesly: Babson College.
- Reynolds, P.D. (1999): *Creative Destruction: Source or Symptom of Economic Growth?*. En Acs, Z.J., Carlsson, B. y Karlsson, C. (eds.), *Entrepreneurship, small and medium-sized enterprises and the macroeconomy*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Reynolds, P.D. (2005): “Understanding Business Creation: Serendipity and Scope in Two Decades of Business Creation Studies”, *Small Business Economics*, 24: 359–364.
- Reynolds, P.D., Hay, W.M. y Camp, S.M. 1999. *Global entrepreneurship monitor 1999, executive report*. London: London Business School and Babson College.
- Reynolds, P. D. (1997). Who starts new firms?—Linear additive versus interaction based models. *Small Business Economics*, 9, 449–462.
- Reynolds, P. D., Bygrave, W. D., Autio, E., Cox, L., y Hay, M. (2002): *Global entrepreneurship monitor: 2002 executive report*. Kansas City, MO: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- Reynolds, P. D., Camp, S. M., Bygrave, W. D., Autio, E., y Hay, M. (2001): *Global entrepreneurship monitor: 2001 executive report*. Kansas City, MO: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- Reynolds, P. D., Hay, M., Bygrave, W. D., Camp, S. M., yAutio, E. (2000): *Global entrepreneurship monitor: 2000 executive report*. Kansas City, MO: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- Reynolds, P. D., Hay, M., y Camp, M. (1999). *Global entrepreneurship monitor: 1999 executive report*. Kansas City, MO: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- Reynolds, P. D., y White, S. (1997). *The entrepreneurial process: Economic growth, men, women, and minorities* Westport, CT: Quorum Boo.
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., López-García, P., Chin, N. (2005): “Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Desing and Implementation 1998-2003”, *Small Business Economics*, 24: 205-231. 86
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., López-García, P., Chin, N.
- Reynolds, P., Storey D. J, y Westhead P (1994). *Cross-national comparisons of the variation in new firm formation rates*. *Regional Studies* 28, pp. 443-456.

- Reynolds, P.; Storey, D. y Westhead, P.(1994): Cross-national Comparisons of the Variation in New Firm Formation Rates: An Editorial Overview. *Regional Studies*, Taylor and Francis Journals, vol. 28(4), pages 343-346, July.
- Reynolds, P.D Camp, M., y Hay, M. (2003).Global Entrepreneurship Monitor Report 2002. E.M. Kauffamnn Foundation,.
- Reynolds, P.D. (1997). “Who start new firms?”.Preliminary explorations of firms in gestation”. *Small Business Economics*, nº 9(5), pp. 449-462.
- Reynolds, P.D., Bygrave, W.D., Autio, E., Cox, L.W. y Hay, M. (2002): *Global Entrepreneurship Monitor*,
- Reynolds, P.D., Camp, M., y Hay, M. (2000). *Global Entrepreneurship Monitor, 2000*.Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.
- Reynolds, P.D., Carter, N.M., Gartner, W.B. y Greene, P.G. (2004). The prevalence of nascent entrepreneurs in the United States: Evidence from the Panel Study of Entrepreneurial Dynamics. *Small Business Economics*, 23(4), 263-284.
- Reynolds, P.D., M. Hay, W.D. Bygrave, S.M. Camp and E. Autio (2000), *Global Entrepreneurship Monitor: 2000 Executive Report*, Kauffman Centre for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation.
- Reynolds, P.D., S.M. Camp, W.D. Bygrave, E. Autio and M. Hay (2001): *Global Entrepreneurship Monitor: 2001 Executive Report*, Kauffman Centre for Entrepreneurial Leadership at the Ewing Marion Kauffman Foundation.
- Ribeiro, D. (2005). The new role of the corporate and functional strategies in the tourism sector: Spanish small and medium-sized hotels. *Service Industries Journal*, 25, 601-613.
- Ricardo, D. (1817): *The Principles of Political Economy and Taxation*. Londres: G. Bell.
- Romer, P. (1986): “Increasing returns and long-run growth”, *The Journal of Political Economy*, 94(5): 1002-1037.
- Romer, P.M. (1990): “Endogenous Technological Change”, *The Journal of Political Economy*, 98(5): 71-102.
- Romer, P.M. (1994): “The origins of endogenous growth”. *Journal of Political Economy*, 8(1).
- Romer, P. (1990): “Endogenous Technological Change”, *The Journal of Political Economy*, 98(5): 71-102.
- Romero I (2011) Analysing the composition of the SME sector in high- and low-income regions: Some research hypotheses, *Entrepreneurship y Regional Development*, First published on: 14 April 2011 (iFirst). DOI: 10.1080/08985626.2010.491872.
- Romero I, Santos F.J (2007) Firm Size and Regional Linkages. A Typology of Manufacturing Establishments in Southern Spain, *Regional Studies* 41(5): 571-584.
- Romero, I y Santos, F.J. (2006): “Encadenamientos productivos, externalidades y crecimiento regional. Una tipología de comportamiento empresarial”. *Boletín Económico de Información Comercial Española*, 2872, 49-61.

- Romero, I. y Fernández, J. (2005): “La política europea de fomento empresarial. Un análisis crítico”. *Revista de Economía Mundial*. 13, 137-161.
- Romero, I. y Fernández, J. (2008): “Un análisis de la heterogeneidad empresarial en la UE. Implicaciones para la política europea de fomento empresarial”. *Ekonomiaz*, 66.
- Romero, I. y Santos Cumplido, F. (2004a): “Dimensión Empresarial, Encadenamientos Productivos y Calidad del Tejido Empresarial. Un Análisis de la Industria en Andalucía”, *Revista Estudios Regionales*, 76:107-134.
- Romero, I. (2003): *Desarrollo endógeno y articulación productiva. Un análisis del sistema productivo andaluz*. Tesis Doctoral dirigida por Antonio Rallo y Francisco Javier Santos. Universidad de Sevilla.
- Romero, I. y Santos, F.J. (2007): “Firm Size and Regional Linkages. A Typology of Manufacturing Establishments in Southern Spain”. *Regional Studies* 41(5), 571-584
- Rumelt, R.P. (1987): *Theory, strategy and entrepreneurship*, En Teece, D.J. (Ed), *The Competitive Challenge: Strategies for Industrial Innovation and Renewal*, Cambridge, Mass.
- Sala i Martin, X. (1994): *Apuntes de crecimiento económico*. Barcelona: Antoni Bosh.
- Sala-i-Martin, X. (2002): *La nueva economía del crecimiento: ¿qué hemos aprendido en quince años?*, Working Paper presentado en la Quinta Conferencia Anual del Banco Central de Chile *Desafíos del Crecimiento Económico*, Santiago de Chile.
- Sala-i-Martin, X. (2002): *La nueva economía del crecimiento: ¿qué hemos aprendido en quince años?*, Working Paper presentado en la Quinta Conferencia Anual del Banco Central de Chile *Desafíos del Crecimiento Económico*, Santiago de Chile.
- Salas -i-Martín (1999): *I just ran two million regressions*, *The American Economic Review*, 87(2):178-183.
- Salas -i-Martin, X. (1999): *I just ran two million regressions*, *The American Economic Review*, vol. 87, nº2, pp. 178-183.
- Salas, V. y Sánchez, J.J. (2006): *Entrepreneurship, management services and economic growth*, Working Paper 06/1, Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Samuelson, P. 1954. “The Transfer Problem and Transport Costs.” *Economic Journal* 64: 264– 89.
- Santos Cumplido, F. J. (2001): *La calidad del empresario sevillano*. Biblioteca de socioeconomía sevillana. Diputación de Sevilla. Sociedad Sevilla Siglo XXI. Sevilla.
- Santos Cumplido, F. J. y Camúñez, Ruiz, J. A. (2001): "Tejido empresarial y desarrollo económico en la periferia mediterránea de la Unión Europea". *III Reunión de Economía Mundial*. Madrid.
- Santos F.J, Liñán F (2007) *Measuring Entrepreneurial Quality in Southern Europe*, *International Entrepreneurship and Management Journal* 3(1): 87-107.
- Santos, F.J. (2004): *Convergencia, desarrollo y empresarialidad en el proceso de globalización económica*”. *Revista de Economía Mundial*, Vol. 10-11.
- Santos, 2001

- Saxenian, A. (1994): *Regional Advantage*. Cambridge: Harvard University Press.
- Saxenian, A. (2001): The role of immigrant entrepreneurs in new venture creation. En C. B. Schoonhoven and E. Romanelli (eds.), *the Entrepreneurship Dynamic*, Palo Alto: Stanford University Press. 87
- Schmitz, Hubert (1995): “Small Shoemakers and Fordist Giants: Tale of a Supercluster” en *World Development*, Vol. 23, Nº 1, págs. 9-28.
- Schmitz, Jr., J.A. (1989): Imitation, entrepreneurship, and long-run growth, *Journal of Political Economy* 97, 721-739.
- Schultz, T. P. (1990): “Women’s Changing Participation in the Labor Force: A World Perspective” *Economic Development and Cultural Change*, 38: 457-488.
- Schultz, T. (1971). *Investment in human capital. The role of education and of research*. New York: Free Press.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A. (1959). *Capitalism, socialism and democracy*. New York: Harper and Row.
- Segarra, A. y Arauzo, J. (2002): Las Barreras a la entrada de empresas: ¿Importa el tamaño?, Working Paper presentado en el V Encuentro de Economía Aplicada, Oviedo.
- Shane, S. (2000): “Prior Knowledge and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities”, *Organization Science*, 11(4): 448–469.
- Shane, S., y Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25, 217-226. Westhead y Wright, 2000
- Shera, K. y Soubbotina, T. (2005): *Beyond Economic Growth. Meeting the Challenges of Global Development*. Banco Mundial.
- Shera, K. y Soubbotina, T. (2005): *Beyond Economic Growth. Meeting the Challenges of Global Development*. Banco Mundial.
- Siegel, S., y Castellan, J. N. (1988). *Nonparametric statistics for the behavioral sciences* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Solow, R. (1956): “A contribution to the Theory of Economic Growth”, *The Quarterly Journal of Economics*, 70(1): 65-94.
- Sombart, W (1946): *El apogeo del capitalismo*. (1ª Ed. en alemán 1902). Fondo de cultura económica de México.
- Stam E, Suddle K, Hessels J, van Stel A (2007) Los emprendedores con potencial de crecimiento y el desarrollo económico. Políticas públicas de apoyo a los emprendedores. *Ekonomiaz* 62: 124-149.
- Stevenson H, Jarillo J (1990) A Paradigm of Entrepreneurship. *Entrepreneurial Management, Strategic Management Journal* 11: 17-27.

- Stevenson, H.H. and D.E. Gumpert (1991): The heart of entrepreneurship, in: W.A. Sahlman and H.H. Stevenson (eds), *The Entrepreneurial Venture*, Boston: McGraw-Hill.
- Stiglitz, J. E., y Weiss, A. (1987). Credit rationing with many borrowers. *American Economic Review*, 77, 228-231.
- Storey D. J (1994) *Understanding the small business sector*. London. International Thomson Business Press.
- Storey, D.J. (1991): “The birth of new firms – does unemployment matter? A review of the evidence”, *Small Business Economics*, 3: 167–178.
- Storey, D. J. (1988). The role of small and medium-sized enterprises in Europe job creation. In M. Giaotzi, P. Nijkam, y D. J. Storey (Eds.), *Small and medium-sized enterprises and regional development* (pp 140-160). London: Routledge.
- Storey, D. J. (1994). *Understanding the small business sector*. London: Routledge.
- Storey, D.J. (1991): “The birth of new firms – does unemployment matter? A review of the evidence”, *Small Business Economics*, 3: 167–178.
- Suárez-Villa, L. (1986): “El Empresario, factor estratégico en las transformaciones territoriales”. *Estudios Territoriales*, 20, 55-86.
- Suárez-Villa, 1988Sutaria, V. y Hicks, D. (2004): “New Formation: dynamics and determinants”, *The Annals of Regional Science*, 38: 241-262
- Swan, T.W. (1956): “Economic Growth and Capital Accumulation”. *Economic Record*, 32.
- Tallman, S., M. Jenkins, N. Henry y S. Pinch (2004).“Knowledge, cluster and competitive advantage”.
- Teece, D.J. (1982): “Towards an economic theory of the multiproduct firm”, *Journal of Economic Behavior and Organization*, 3: 39–63.
- Teece, D.J. y Pisano, G. (1994): “The dynamic capabilities of firms: an introduction”, *Industrial and Corporate Change*, 3(3): 537-556.
- Teece, D.J. (1993): The dynamics of industrial capitalism: perspectives on Alfred Chandler’s “Scale and Scope”, *Journal of Economic Literature* 31, 199-225.
- Teece, D.J. y Pisano, G. (1994): “The dynamic capabilities of firms: an introduction”, *Industrial and Corporate Change*, 3(3): 537-556.
- Teece, D.J., Pisano, G. y Shuen, A. (1997): “Dynamic capabilities and strategic management”, *Strategic Management Journal*, 18(7): 509–533.
- Telussa, J., Stam, E. y Gibcus, P. (2006): *Entrepreneurship, Dynamic Capabilities and New Firm Growth*, Working Paper H200623, Netherlands: Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMEs.
- Thomas, A.S. y Mueller, S. L. (2000): “A Case for Comparative Entrepreneurship. Assessing the Relevance of Culture”, *Journal of International Business Studies*, 31: 287-301.

- Thorton, P.H. and K.H. Flynn (2003): Entrepreneurship, networks and geographies, in: Z.J. Acs and D.B. Audretsch (eds.), Handbook of Entrepreneurship Research, Boston/Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 401-433.
- Thurik, A.R. . and Verheul, I, I. 2003, The relationship between entrepreneurship and unemployment: the case of Spain, in: Genescà, E., D. Urbano, J.L. Capelleras, C. Guallarte, and J. Vergés (eds), Creación de Empresas. Entrepreneurship, Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Thurik, A.R. (2003): Entrepreneurship and unemployment in the UK, Scottish Journal of Political Economy 50(3), 264-290.
- Thurik, A.R. and S. Wennekers (2004), Entrepreneurship, small business and economic growth, Journal of Small Business and Enterprise Development 11(1), 140-149.
- Thurik, A.R. y Verheul, (2002): The relationship between entrepreneurship and unemployment: The case of Spain. Centre for advanced small business Economics. Erasmus University, Rotterdam.
- Thurik, A.R., 2004, Entrepreneurship and unemployment in the UK, Scottish Journal of Political Economy, 50 (3), 264-290.
- Trullén, J. (2006a): “Distritos industriales Marshallianos y sistemas locales de gran empresa en el diseño de una nueva estrategia territorial para el crecimiento de la productividad en la economía española”, Economía Industrial, 359: 95-112.
- Trullén, J. (2006b): “La nueva política industrial española: innovación, economías externas y productividad”, Revista Econòmica de Catalunya, 53.
- Uhlaner, L. y Thurik, R. (2007). Postmaterialism influencing total entrepreneurial activity across nations, Journal of Evolutionary Economics, 17(2), 161-185.
- Urbano, D. (2005): La Creación de Empresas en Cataluña. Organismos de apoyo y actitudes hacia la actividad emprendedora. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- Urbano, D., Rojas, A. y Díaz, C. (2010). ¿Hacia dónde va la investigación en el proyecto GEM?. Revista Europea de Economía y Dirección de la Empresa, 19 (2), 15-30.
- Van de Ven, A.H. (1993): “The development of an infrastructure for entrepreneurship”, Journal of Business Venturing, 8(3): 211-230.
- Van Stel, A.J, y Urbano, D. (2006): “The relationship between business ownership and unemployment in Spain: a matter of quantity or quality?”, Estudios de Economía Aplicada, 24(2): 105-127.
- Van Stel, A.J. (2005): Entrepreneurship and Economic Growth. Some empirical studies. Netherlands: Tinbergen Institute.
- Van Stel, A.J. y Storey, D. (2002): The Relationship between Firm Births and Job Creation, Working Paper 02-052/3, Netherlands: Tinbergen Institute.
- Van de Ven (1993) "The development of an infrastructure for entrepreneurship", Journal of Business Venturing, 8:(3) 211-230

- Van Oort, F. y Stam, E. (2006): *Economies and Entrepreneurship in the ICT Industry*. Working Paper 016, Rotterdam: Erasmus Research Institute of Management.
- Van Stel A.J, Carree M, Thurik R (2005) The effect of entrepreneurial activity on national economic growth, *Small Business Economics* 24(3): 311-321.
- Van Stel, A., Carree, M., Thurik, R. (2005): "The effect of entrepreneurial activity on national economic growth", *Small Business Economics*, 24: 311-321.
- Van Stel, A.J. (2005): *Entrepreneurship and Economic Growth. Some empirical studies*. Netherlands: Tinbergen Institute.
- Van Stel, A.J., Carree, M.A., y Thurik, A.R. (2005): "The Effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth", *Small Business Economics*, 24: 311-321.
- VanderWerf y Brush (1989) *Toward Agreement On The Focus of entrepreneurship Research: progress whiouth definition*
- Vázquez Barquero, A. (1999): *Desarrollo, redes e innovación, Lecciones sobre desarrollo endógeno*. Madrid, Ed. Pirámide.
- Vázquez Barquero, A. . *Las nuevas fuerzas del desarrollo*. Ed. Antoni Bosch. Barcelona, 2005.
- Vázquez Barquero, A. . y Garofoli, G. (1995) *Desarrollo Económico Local en Europa*. Ed. Colegio de Economistas de Madrid, 1995.
- Vázquez Barquero, A. (1998) . *Desarrollo Local: Una estrategia para la creación de empleo*. Ed. Pirámide. Madrid, 1988.
- Vázquez Barquero, A. (1993) . *Política Económica local*. Ed. Pirámide. Madrid, 1993.
- Vazquez-Barquero, A (2006). "Emergence and Transformation of Cluster and Milieus," ERSA conference papers p648, European Regional Science Association
- Veciana, J.M. (1999): "Entrepreneurship as a scientific research programme", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(3): 1-38.
- Venables, A.J. 1996. 'Equilibrium locations of vertically linked industries.*International Economic Review*, 37: 341-359.Vence y Rodil (2003),
- Venkatraman, N. (1997): "Beyond Outsourcing: Managing IT Resources as a Value Center", *Sloan Management Review*, 38(3): 51-64.
- Verheul, I. y Van Stel, A.J. (2007): *Entrepreneurial Diversity and Economic Growth*, Working Paper H200701, Netherlands: Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMEs.
- Verheul, I. y Van Stel, A.J. (2007): *Entrepreneurial Diversity and Economic Growth*, Working Paper H200701, Netherlands: Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMEs.
- Verheul, I., Stel, A.J. van, Thurik, A.R. and D. Urbano, 2006, *The Relationship between Business Ownership and Unemployment in Spain: A Matter of Quantity or Quality?*, *Estudios de Economía Aplicada*, 24 (2), 435-457.

- Verkeul, I.; wennekers, s.; audretsch, d. y Thurik, A.R., (2001): "An Eclectic Theory of Entrepreneurship", Tinbergen Institut, Discussion Paper, TI2001-030/3.
- Vernon, R. (1966): International trade and international investment in the product cycle. Quarterly Journal of Economics, 83, 190-207.
- Vespargen, B. (1992). Endogenous innovation in neo-classical growth models: A survey. Journal of Macroeconomics, 14, 631-662.
- Viego, V. (2004): "Empresarialidad e instituciones: dos nuevas perspectivas del análisis regional contemporáneo", Revista Eure, 30(90): 41-63.
- Wennekers S, Thurik R (1999) Linking entrepreneurship and economic growth, Small Business Economics 131: 27-55.
- Wennekers, A.R.M. (2006): Entrepreneurship at the Country Level: Economic and Non-economic Determinants. Rotterdam: ERIM. 2002 Executive Report. Wellesly: Babson College.
- Wennekers, S. y Thurik, A.R. (1999): "Linking entrepreneurship and economic growth", Small Business Economics, 13: 27-55.
- Wennekers, A.R.M., Van Stel, A.J., Thurik, A.R., y Reynolds, P. (2005): "Nascent Entrepreneurship and the Level of Economic Development", Small Business Economics, 24(3): 293-309.
- Wennekers, S. and R. Thurik (1999). "Linking entrepreneurship and economic growth." Small Business Economics 13(1): 27-55.
- Wernerfelt, B. (1984): "A Resource-Based View of the Firm", Strategic Management Journal, 5(2): 171-180.
- Wiklund J (1999) The sustainability of the entrepreneurial orientation-performance relationship, Entrepreneurship Theory and Practice 24(1): 37-48.
- Wiklund, J. 1999. "The Sustainability of the Entrepreneurial Orientation Performance Relationship." Entrepreneurship Theory and Practice 24(1): 37-48.
- Willianson, O. E. (1975): Markets and hierarchies: Analysis and antitrust implications. New York: Free Press.
- Womack, J., y Jones, D. (1996). Lean thinking: Banish waste and create wealth in your corporation. New York: Simon Schuster.
- Wong, P., Ho, Y., y Autio, E. (2005): "Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth: Evidence from GEM data", Small Business Economics, 24(3): 335-350.
- Wynarczyk, P., y Watson, R., (2005). Firm growth and supply chain partnerships: An empirical analysis of UK SME subcontractors. Small Business Economics, 34, 39-51.
- Yu, T.F. (1998): Adaptive entrepreneurship and the economic development of Hong Kong, World Development 26, 897-911.
- Zahra, S. A. 1991, 'Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: An exploratory study', Journal of Business Venturing, 6 259-285.

- Zahra, S. A., and Covin, J. G., 1993, 'Business strategy, technology policy and firm performance', *Strategic Management Journal*, 14, 451-478.
- Zahra, S. A., and Covin, J. G., 1995, 'Contextual influences on the corporate entrepreneurship-performance relationship: A longitudinal analysis', *Journal of Business Venturing*, 10, 43-58.
- Zampetakis, L. A.,y Moustakis, V., (2006). Linking creativity with entrepreneurial intentions: A structural approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2, 413-128.