



**FACTOR EMPRESARIAL Y FLUJOS MIGRATORIOS ARGENTINOS A ESPAÑA.  
UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA**  
**Fabiola Baltar**

ISBN: 978-84-694-2173-4  
Dipòsit Legal: T. 1031-2011

**ADVERTIMENT.** La consulta d'aquesta tesi queda condicionada a l'acceptació de les següents condicions d'ús: La difusió d'aquesta tesi per mitjà del servei TDX ([www.tesisenxarxa.net](http://www.tesisenxarxa.net)) ha estat autoritzada pels titulars dels drets de propietat intel·lectual únicament per a usos privats emmarcats en activitats d'investigació i docència. No s'autoritza la seva reproducció amb finalitats de lucre ni la seva difusió i posada a disposició des d'un lloc aliè al servei TDX. No s'autoritza la presentació del seu contingut en una finestra o marc aliè a TDX (framing). Aquesta reserva de drets afecta tant al resum de presentació de la tesi com als seus continguts. En la utilització o cita de parts de la tesi és obligat indicar el nom de la persona autora.

**ADVERTENCIA.** La consulta de esta tesis queda condicionada a la aceptación de las siguientes condiciones de uso: La difusión de esta tesis por medio del servicio TDR ([www.tesisenred.net](http://www.tesisenred.net)) ha sido autorizada por los titulares de los derechos de propiedad intelectual únicamente para usos privados enmarcados en actividades de investigación y docencia. No se autoriza su reproducción con finalidades de lucro ni su difusión y puesta a disposición desde un sitio ajeno al servicio TDR. No se autoriza la presentación de su contenido en una ventana o marco ajeno a TDR (framing). Esta reserva de derechos afecta tanto al resumen de presentación de la tesis como a sus contenidos. En la utilización o cita de partes de la tesis es obligado indicar el nombre de la persona autora.

**WARNING.** On having consulted this thesis you're accepting the following use conditions: Spreading this thesis by the TDX ([www.tesisenxarxa.net](http://www.tesisenxarxa.net)) service has been authorized by the titular of the intellectual property rights only for private uses placed in investigation and teaching activities. Reproduction with lucrative aims is not authorized neither its spreading and availability from a site foreign to the TDX service. Introducing its content in a window or frame foreign to the TDX service is not authorized (framing). This rights affect to the presentation summary of the thesis as well as to its contents. In the using or citation of parts of the thesis it's obliged to indicate the name of the author.



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

**FACTOR EMPRESARIAL Y FLUJOS MIGRATORIOS  
ARGENTINOS A ESPAÑA.  
UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA**

TESIS DOCTORAL

Fabiola Baltar

Director: Dr. Ignasi Brunet Icart

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Departamento de Gestión de Empresas

Reus, 2010

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

FACTOR EMPRESARIAL Y FLUJOS MIGRATORIOS ARGENTINOS A ESPAÑA. UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA

Fabiola Baltar

ISBN:978-84-694-2173-4/DL:T. 1031-2011

*Dedicada a mis padres*



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

FACTOR EMPRESARIAL Y FLUJOS MIGRATORIOS ARGENTINOS A ESPAÑA. UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA

Fabiola Baltar

ISBN:978-84-694-2173-4/DL:T. 1031-2011

## *Agradecimientos*

*Al Dr. Ignasi Brunet Icart, director de esta tesis, por sus valiosos aportes y su disposición al trabajo, que fueron fundamentales para alcanzar los objetivos propuestos al inicio de esta tesis doctoral.*

*A la Universitat Rovira i Virgili, en especial a la Facultat de Ciències Econòmiques i Empresarials y al Departament de Gestió d'Empreses, por haberme brindado los recursos materiales necesarios para trabajar en un ambiente confortable, haber apoyado mi formación académica, y haberme permitido participar activamente en distintas actividades de la vida universitaria. Destaco la cordialidad y la excelente predisposición de todos sus miembros. Agradezco su colaboración permanente, que ha facilitado enormemente mi trabajo.*

*A la Universidad Nacional de Mar del Plata, en especial a las Autoridades de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, por haber autorizado mi formación doctoral, y a aquellos profesores y personal administrativo que confiaron, desde el comienzo, en mis capacidades y alentaron mi progreso.*

*A mis compañeros y amigos del doctorado, por compartir conmigo momentos inolvidables, a Aleix, Xiaoni, Eleni, Mar y Andrés y también a Tatiana, Lucia, Belén, Carmen, Rafael, Lisana y Alejandro por su ayuda a lo largo de estos cuatro años. A mis amigos de Argentina, Cristina, Natacha, Germán y Matías, que han estado a mi lado durante esta etapa.*

*A los argentinos que accedieron a colaborar en mi proyecto, principalmente a los emprendedores contactados en las encuestas y en las entrevistas, que me han incentivado a realizar el estudio y han demostrado un gran interés por mi trabajo.*

*Por último, a mi familia, por su compañía y estímulo. A mis padres, a mi abuela y a mis hermanas que han estado junto a mí, a la distancia, y que se han preocupado cada vez que me he enfrentado a una dificultad y se alegran mucho por este logro personal. A ellos va dedicado el esfuerzo.*

*Moltes gràcies.*



## INDICE

<b>PRÓLOGO.....</b>	<b>- 3 -</b>
---------------------	--------------

### **PARTE I: EL MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN**

INTRODUCCIÓN.....	- 11 -
-------------------	--------

<b>CAPÍTULO II. EL PROGRAMA NEOCLÁSICO .....</b>	<b>- 27 -</b>
--	---------------

2.1. LA TEORÍA DEL EQUILIBRIO COMPETITIVO. ....	- 27 -
2.2. EL PRINCIPIO DE UTILIDAD MARGINAL DECRECIENTE. ....	- 32 -
2.3. LA COMPETENCIA IMPERFECTA. ....	- 41 -
2.4. EL MODELO NEOCLÁSICO DE EMPRESA Y EMPRENDEDOR.....	- 47 -

<b>CAPÍTULO III. LA ESCUELA AUSTRIACA.....</b>	<b>- 55 -</b>
--	---------------

3.1. EL PROCESO DE COMPETENCIA, UN PROCESO EMPRESARIAL. ....	- 55 -
3.2. EMPRESARIOS E INNOVACIÓN EN SCHUMPETER. ....	- 65 -
3.3. COMPETENCIA SCHUMPETERIANA Y NEOCLÁSICA.....	- 75 -

<b>CAPÍTULO IV. LA NUEVA ECONOMÍA INSTITUCIONAL .....</b>	<b>- 83 -</b>
---	---------------

4.1. EL ENFOQUE CONTRACTUAL.....	- 83 -
4.2. DERECHOS DE PROPIEDAD Y RELACIÓN DE AGENCIA .....	- 89 -
4.3. DERECHOS Y FUNCIÓN EMPRESARIAL.....	- 92 -
4.4. EL ENFOQUE GERENCIAL DE LA EMPRESA .....	- 97 -
4.5. COSTES DE TRANSACCIÓN Y LA FIGURA DEL EMPRENDEDOR. ....	- 100 -
4.6. LAS INSTITUCIONES EN EL SISTEMA ECONÓMICO. EL ANÁLISIS DE NORTH. ....	- 106 -
4.7. LAS INSTITUCIONES, LA INCERTIDUMBRE Y LA INVERSIÓN EN CONOCIMIENTO.....	- 111 -

<b>CAPÍTULO V: LA ECONOMÍA EVOLUTIVA DEL CAMBIO TECNOLÓGICO. .</b>	<b>- 117 -</b>
--	----------------

5.1. RUTINAS ORGANIZATIVAS Y CONOCIMIENTO .....	- 117 -
5.2. MODELO NO LINEAL DE INNOVACIÓN.....	- 120 -
5.3. EVOLUCIONISTAS E INSTITUCIONALISTAS. ....	- 125 -
5.4. CALIDAD INSTITUCIONAL Y DESARROLLO ENDÓGENO. ....	- 135 -

5.5. SISTEMAS DE INNOVACIÓN. .... - 142 -

**CAPÍTULO VI. EMPRENDEDORES E INNOVACIÓN. .... - 151 -**

6.1. MODELOS ECONÓMICOS DE CREACIÓN DE EMPRESAS. .... - 151 -  
6.2. LA ECONOMÍA APLICADA Y LA CREACIÓN DE EMPRESAS. .... - 165 -  
6.3. EMPRENDIMIENTOS POR NECESIDAD Y OPORTUNIDAD Y CRECIMIENTO ECONÓMICO. .... - 180 -  
6.4. ECONOMÍA ÉTNICA ..... - 190 -  
6.5. PERSPECTIVAS TEÓRICAS. .... - 195 -  
6.6. MODELOS DE EMPRESAS..... - 208 -  
6.7. ECONOMÍA Y ENCLAVE ÉTNICO, Y EMPRENDEDURÍA TRANSNACIONAL. .... - 214 -  
6.8. EL ORIGEN DEL EMPRENDEDOR EN LAS MOTIVACIONES A EMPRENDER. .... - 222 -  
6.9. CREACIÓN DE EMPRESAS DE INMIGRANTES EN ESPAÑA E HIPÓTESIS DE LA TESIS ..... - 227 -

**PARTE II: EL DISEÑO METODOLÓGICO Y EL ANÁLISIS DE RESULTADOS**

**CAPÍTULO VIII: DISEÑO METODOLÓGICO ..... 235**

7.1. INTRODUCCIÓN ..... 235  
    7.1.1. Positivismo vs. Constructivismo. La adopción de la epistemología pragmática ..... 238  
    7.1.2. La definición de la unidad de análisis ..... 243  
    7.1.3. Contexto de aplicación del diseño metodológico ..... 245  
    7.1.4. Vacíos metodológicos y propuestas de este estudio ..... 246  
  
7.2. EL DISEÑO DE INVESTIGACIÓN EN LA FASE CUANTITATIVA ..... 248  
    7.2.1. Unidad de observación y el diseño de la muestra cuantitativa ..... 248  
    7.2.2. “Facebook” como soporte al muestreo por Bola de Nieve ..... 253  
    7.2.3. Selección de las técnicas de recolección de datos de la fase cuantitativa ..... 262  
    7.2.4. Las técnicas de análisis de la información. .... 268  
    7.2.5. Validez interna y externa de la fase cuantitativa ..... 270  
  
7.3. EL DISEÑO DE INVESTIGACIÓN EN LA FASE CUALITATIVA. .... 275  
    7.3.1. La unidad de observación. Definición y características de los entrevistados. .... 275  
    7.3.2. La técnica de recolección de datos: entrevistas en profundidad ..... 277  
    7.3.3. Técnica de análisis narrativo: los relatos de vida ..... 281  
    7.3.4. Validez interna y externa de la fase cualitativa ..... 287

7.4. CONCLUSIONES: FORTALEZAS Y LIMITACIONES DEL DISEÑO METODOLÓGICO .....	292
7.4.1. Fortalezas .....	292
7.4.2. Debilidades y limitaciones del estudio.....	295
<b>CAPITULO VIII: PERFILES DE EMPRENDEDORES (AS) ARGENTINOS (AS).....</b>	<b>301</b>
8.1. ANÁLISIS DEL CONTEXTO EMPRENDEDOR ARGENTINO Y ESPAÑOL .....	301
8.1.1. El crecimiento de España desde la salida de la crisis (1996-2008).....	301
8.1.2. La otra cara de la moneda. La crisis argentina del 2001 y su evolución.....	303
8.1.3. España y Argentina. El contexto relacionado a la creación de empresas.....	308
8.2. CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS DE EMPRENDEDORES(AS) ARGENTINOS(AS). .....	316
8.3. CONFIGURACIÓN TERRITORIAL DEL FLUJO MIGRATORIO ARGENTINO. ....	323
8.3.1. El origen y destino geográfico de los(as) inmigrantes argentinos (as). ....	323
8.3.2. La forma legal de ingreso de los(as) emprendedores (as) argentinos (as) a España .....	327
8.3.3. Tiempo de residencia en España y los vínculos con Argentina. ....	328
8.3.4. El grado de radicación de la inmigración.....	330
8.4. CARACTERÍSTICAS DE LOS EMPRENDIMIENTOS DE LOS(AS) ARGENTINOS (AS) .....	334
8.5. ARGENTINOS EN ESPAÑA ¿EMPRESARIOS (AS) POR NECESIDAD O U OPORTUNIDAD? .....	341
8.5.1. Potencial innovador de los(as) empresarios (as) argentinos (as) en España. ....	343
8.5.2. Percepción del contexto de negocios en España y Argentina .....	349
8.6. TRAYECTORIA DE LOS EMPRENDEDORES (AS) ARGENTINOS (AS) EN ESPAÑA. ....	356
8.6.1. Los (as) emprendedores (as) que eran empresarios (as) en Argentina.....	356
8.6.2. Emprendedores(as) en España que eran empleados(as) en Argentina. ....	360
8.6.3. Diferencias entre emprendedores (as) con y sin experiencia empresarial previa.....	362
8.7. IMPACTO DE LAS EMPRESAS ARGENTINAS EN EL EMPLEO, INVERSIÓN Y DESEMPEÑO. ....	368
8.8. TIPOLOGÍA DE EMPRENDEDORES (AS) ARGENTINOS (AS).....	372
8.9. CONCLUSIONES.....	374

<b>CAPITULO IX: TRAYECTORIAS DE LOS EMPRENDEDORES (AS) .....</b>	<b>417</b>
9.1. LA TRAYECTORIA DE EMPRESARIOS(AS) ARGENTINO(AS) EN ESPAÑA. ....	383
9.2. FACTORES ASOCIADOS A LA CREACIÓN DE EMPRESAS ARGENTINAS EN ESPAÑA. ....	419
9.2.1. El análisis de la oferta de capacidades emprendedoras.....	421
9.2.2. El análisis de la demanda de capacidades emprendedoras.....	446
9.3. DIFERENCIAS ENTRE EMPRENDEDOR(AS) POR NECESIDAD Y POR OPORTUNIDAD. ....	463
9.4. IMPACTO DE LAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES DE INMIGRANTES ARGENTINOS. ....	467
9.4.1. Respecto a las estrategias empresariales y la innovación. ....	467
9.4.2. Respecto a la generación de empleo y cooperación empresarial. ....	469
9.4.3. Respecto a las expectativas empresariales. ....	470
9.4.4. Respecto a las posibilidades de retorno. ....	474
9.4.5. Las vinculaciones de instituciones con los(as) argentinos(as) residentes en España.....	479
9.5.- CONCLUSIONES. ....	482
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>489</b>
CONTRASTE DE LA HIPÓTESIS Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN .....	489
FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN .....	492
<b>ANEXOS .....</b>	<b>575</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Relación entre los neoclásicos y austríacos y la figura empresarial .....	- 62 -
Figura 2: Relaciones entre la teoría schumpeteriana y el pensamiento neoclásico y austríaco .....	- 78 -
Figura 3: Esquema de contratación de Williamson .....	- 103 -
Figura 4: El modelo de <i>entrepreneurship</i> basado en el juicio empresarial.....	- 154 -
Figura 5: <i>Entrepreneurship</i> en la teoría económica.....	- 156 -
Figura 6: Modelo conceptual del Proyecto GEM.....	- 163 -
Figura 7: La relación entre <i>entrepreneurship</i> y crecimiento económico.....	- 167 -
Figura 8: <i>Entrepreneurship</i> y las ventajas competitivas de las naciones.....	- 173 -
Figura 9: La relación entre la tasa de actividad emprendedora y el nivel de renta .....	- 176 -
Figura 10: Las características que determinan la etapa de desarrollo de los países .....	- 177 -
Figura 11: Desarrollo y perpetuación de la posición de las minorías intermedias .....	- 195 -
Figura 12: Factores relacionados a la creación de empresas de inmigrantes en el modelo interactivo .	- 200
-	
Figura 13: Modelo interactivo en el contexto de <i>entrepreneurship</i> .....	- 209 -
Figura 14: Modelo conceptual de los determinantes de la creación de empresas de inmigrantes. ....	- 210 -
Figura 15: Modelo heurístico de creación de empresas de inmigrantes .....	- 212 -
Figura 16: Composición de la población extranjera con permiso de residencia en España.....	- 223 -
Figura 17: Diseño de la investigación del estudio de los(as) emprendedores(as) argentinos(as) .....	247
Figura 18: Esquema de un método de muestreo por redes sociales.....	251
Figura 19: Modelo de confianza y privacidad de la información .....	252
Figura 20: Grupo virtual creado para reclutar unidades de observación. ....	254
Figura 21: Listado de grupos de argentinos(as) en España en el Facebook. ....	255
Figura 22: Estructura de la página de un grupo y la forma de contactar a sus integrantes. ....	256
Figura 23: Mensaje enviado a través del Facebook a argentinos (as) en España. ....	257
Figura 24: Individuos excluidos de la muestra por no cumplir con los criterios de selección. ....	258
Figura 25: Mapa de redes de argentinos(as) en España: virtuales y por bola de nieve tradicional.....	259
Figura 26: Casos detectados a través de contactos informales y contactos institucionales. ....	260
Figura 27: Ejemplos de casos detectados por bola de nieve recibidos a través del Facebook.....	261
Figura 28: Principales dimensiones y variables incluidas en el cuestionario a emprendedores(as). ....	264
Figura 29: Análisis del cuestionario online aplicado. ....	265
Figura 30: Aspectos operativos de la encuesta online. ....	266
Figura 31: Extracto de la encuesta en el modo de visualización online .....	268
Figura 32: Marco general para evaluar la validez en estudios de naturaleza cuantitativa .....	271
Figura 33: Ejemplo de mensaje de un emprendedor argentino que justifica la fase cualitativa .....	278
Figura 34: Dimensiones medidas en las entrevistas a emprendedores(as) por oportunidad.....	280
Figura 35: Ejemplo de codificación abierta en el NVIVO 2. ....	284



Figura 36: Representación de los informes comparativos por variable de las entrevistas. ....	285
Figura 37: Ejemplo de codificación jerárquica en el NVIVO 2. ....	286
Figura 38: Esquema de validez para estudios cualitativos de Onwuegbuzie y Leech (2006). ....	288
Figura 39: Principales problemas que enfrentan los países Latinoamericanos.....	307
Figura 40: Problemas de delincuencia que enfrentan los países Latinoamericanos .....	307
Figura 41: Relación entre la TEA y el nivel de renta por países del GEM (2008). ....	309
Figura 42: Análisis comparado de la estructura de las economías y del entorno de negocios .....	310
Figura 43: Dimensiones estructurales de Argentina y España según los indicadores de desarrollo .....	311
Figura 44: La tasa de Actividad Emprendedora de España y Argentina (2000-2008) .....	315
Figura 45: Emprendimientos por oportunidad y necesidad en ambos países (2000-2008) .....	316
Figura 46: Características sociodemográficas. ....	317
Figura 47: Nivel educativo de los(as) emprendedores(as). ....	318
Figura 48: El entorno cercano del emprendedor(a) .....	320
Figura 49: Destino de la población argentina, según la muestra y los datos del INE. 2008-09 .....	323
Figura 50: Condición legal de residencia en España de los(as) emprendedores(as) .....	327
Figura 51: Evolución del ingreso de argentinos(as) en España respecto a la frecuencia teórica .....	328
Figura 52: Evolución del ingreso de argentinos(as) a España comparado a la de los emprendedores. ...	329
Figuras 53: Vínculos que mantienen los(as) emprendedores(as) con Argentina. ....	330
Figuras 54: Envío de remesas de los(as) emprendedores(as) a Argentina. ....	330
Figura 55: Inversiones realizadas por los(as) emprendedores(as) argentinos(as) en España.....	331
Figura 56: Años de incubación de la empresa según categoría ocupacional .....	335
Figura 57: Clasificación de los emprendimientos por sector de actividad .....	337
Figura 58: Categoría profesional de los(as) empresarios(as) antes de llegar a España.....	341
Figura 59: Utilización de fuentes de financiamiento .....	353
Figura 60: Colaboradores de recursos e información .....	353
Figura 61: Percepción de las potencialidades de Argentina y España para iniciar empresas .....	358
Figura 62: Valoración de los aspectos personales en la decisión de emigrar a España .....	364
Figura 63: Valoración de la aceptación de la sociedad española a la inmigración. ....	365
Figura 64: Distribución del empleo por origen del trabajador .....	369
Figura 65: Vínculos empresariales por origen del socio.....	371
Figura 66: Clasificación de los perfiles de emprendedores(as) argentinos(as) en España .....	372
Figura 67: Cantidad de individuos en cada grupo del Cluster .....	373
Figura 68: Mensajes recibidos de argentino(as) que manifiestan el nivel de formación. ....	418
Figura 69: Mensajes recibidos de argentinos(as) acerca de las motivaciones a emigrar .....	419
Figura 70: Modelo de variables obtenidas del Análisis de las entrevistas en profundidad.....	420
Figura 71: Casos de ingreso irregular a España. ....	423
Figura 72: Barreras legales para los inmigrantes extra-comunitarios. ....	424
Figura 73: El nivel educativo y la situación de empleo. ....	428

Figura 74: Mensaje de un argentino(a) con potencial emprendedor .....	437
Figura 75: Nota de prensa acerca de las políticas migratorias de España aplicada a argentinos(as) .....	456
Figura 76: Mensaje de un emprendedor(a) argentino(a) potencial. ....	465
Figura 77: Mensajes recibidos de argentinos residentes en España con potencial emprendedor. ....	473
Figura 78: Posibilidad de crear empresas en Argentina de argentinos residentes en España. ....	476
Figura 79: Mensaje recibido de un emprendedor(a) argentino(a) en España. ....	485

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Indicadores de economía española de los últimos años. ....	302
Tabla 2: Indicadores de economía argentina de los últimos años.....	306
Tabla 3: Niveles de formación de los(as) emprendedores(as) argentinos(as) por año de ingreso. ...	319
Tabla 4: Percepción sobre el grado de apoyo de la sociedad a emprendedores(as) en España. ....	321
Tabla 5: Valoración de la importancia de los siguientes atributos para crear la empresa.....	321
Tabla 6: Valoración de la actividad empresarial como opción de carrera. ....	322
Tabla 7: Actitud hacia la creación de empresas de los que continúan y abandonaron.....	322
Tabla 8: Distribución de emprendedores y no emprendedores(as) argentinos(as) de la muestra. ...	324
Tabla 9: Procedencia de los(as) emprendedores(as) y los(as) emprendedores(as) argentinos(as)...	325
Tabla 10: Localización en España de los inmigrantes de las principales ciudades argentinas. ....	326
Tabla 11: Motivaciones que derivaron en la decisión de emigrar a España. ....	332
Tabla 12: Percepción entorno al grado de asimilación cultural de la sociedad receptora. ....	333
Tabla 13: Período de incubación de la nueva empresa.....	334
Tabla 14: Situación legal de la empresa iniciada.....	335
Tabla 15: Diferencias en la forma jurídica de la empresa por años de incubación del proyecto. ....	336
Tabla 16: Tamaño de los emprendimientos de acuerdo al monto de inversión inicial. ....	338
Tabla 17: Razones asociadas al abandono o que podrían hacer abandonar a los que continúan. ....	338
Tabla 18: Fuentes de financiamiento utilizadas en la puesta en marcha del emprendimiento.....	339
Tabla 19: Origen de la idea de negocio. ....	340
Tabla 20: Categoría profesional de los(as) empresarios(as) antes de llegar a España.....	341
Tabla 21: Razones por la que los(as) emprendedores(as) no se emplean por cuenta ajena. ....	342
Tabla 22: Actividades en ramas asociadas y no relacionadas a la economía del conocimiento. ....	344
Tabla 23: Diferencias en el perfil emprendedor de los(as) empresarios(as) pertenecientes al SIC. ...	345
Tabla 24: Diferencias según nivel de instrucción en los(as) emprendedores(as) en SIC.....	345
Tabla 25: Diferencias según monto de inversión inicial y fuentes de financiamiento. ....	346
Tabla 26: Percepción sobre el grado de importancia de desarrollar estrategias innovadoras.....	347
Tabla 27: Diferencias en la localización de las actividades intensivas en conocimiento. ....	348
Tabla 28: Distribución de las empresas SAT por región. ....	349
Tabla 29: Percepción de los(as) emprendedores(as) del contexto global Argentina- España. ....	350
Tabla 30: Percepción del bienestar actual de acuerdo a las motivaciones para emigrar. ....	350
Tabla 31: Percepción del bienestar actual de acuerdo al desempeño del emprendimiento.....	351
Tabla 32: Percepción sobre solidez y estabilidad de la comunidad española en donde reside. ....	352
Tabla 33: Utilización de fuentes de financiamiento formales. ....	353
Tabla 34: Colaboradores de recursos o información. ....	353

Tabla 35: Percepción de la existencia de cultura empresarial en la comunidad donde viven. ....	354
Tabla 36: Razones que le hicieron que abandone su emprendimiento en Argentina .....	357
Tabla 37: Emprendimientos iniciados en la misma rama que la abandonada en Argentina .....	360
Tabla 38: Emprendimientos iniciados en la misma rama de actividad que en Argentina .....	360
Tabla 39: Emprendedores(as) empleados(as) en empresas del mismo sector y los que no. ....	361
Tabla 40: Diferencias entre emprendedores(as) según características demográficas relevantes. ....	362
Tabla 41: Diferencias en las motivaciones que derivaron en la decisión de emigrar a España. ....	363
Tabla 42: Estructura societaria de acuerdo a la experiencia empresarial previa. ....	366
Tabla 43: Emprendimientos según la estructura societaria y la rama productiva. ....	366
Tabla 44: Posibilidad de retorno a Argentina según la experiencia empresarial previa. ....	367
Tabla 45: Distribución del empleo por región y origen de la fuerza de trabajo. ....	369
Tabla 46: Evolución de empleo desde la creación de la empresa hasta la actualidad por región ....	370
Tabla 47: Nivel de desempeño de los emprendimientos por región geográfica. ....	371
Tabla 48: Cantidad de individuos en de cada grupo .....	373
Tabla 49: Tipología de emprendedores(as) argentinos(as) .....	373
Tabla 50: Emprendedores de oportunidad “comunitarios” y “extracomunitarios” .....	486

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Las contribuciones de los neoclásicos a <i>entrepreneurship</i> .....	- 50 -
Cuadro 2: Características del emprendedor schumpeteriano .....	- 71 -
Cuadro 3: Caracterización de la figura empresaria en Kirzner y Schumpeter .....	- 80 -
Cuadro 4: Diferencias entre los neoclásicos y el institucionalismo en North .....	- 107 -
Cuadro 5: Diferencia entre las teorías basadas en incentivos y las evolutivas .....	- 126 -
Cuadro 6: Las formas de organización según Richardson (1970) .....	- 128 -
Cuadro 7: La estructura institucional de las estrategias de innovación .....	- 130 -
Cuadro 8: Aspectos asociados a los factores que inciden en la creación de empresas .....	- 152 -
Cuadro 9: Taxonomía de nuevas empresas .....	- 153 -
Cuadro 10: Naturaleza de las oportunidades y los individuos y la creación de empresas .....	- 161 -
Cuadro 11: Formas de descubrimiento y explotación de las oportunidades de mercado .....	- 161 -
Cuadro 12: El rol del emprendedor en diferentes campos de investigación .....	- 166 -
Cuadro 13: Las características de una economía administrada y una emprendedora .....	- 178 -
Cuadro 14: Tipos de emprendedores según la organización económica .....	- 179 -
Cuadro 15: Diferencias institucionales regionales en el contexto de negocios .....	- 186 -
Cuadro 16: Tipos de estructura de oportunidad según la accesibilidad y el potencial de crecimiento .....	- 206 -
Cuadro 17: Tipología de empresas transnacionales en relación al proceso productivo .....	- 221 -
Cuadro 18: Transaccionalismo y sus tipos .....	- 221 -
Cuadro 19: Perfil de los emprendedores inmigrantes por necesidad y por oportunidad .....	- 224 -
Cuadro 20: Factores condicionantes del éxito o fracaso en los negocios de latinoamericanos .....	- 230 -
Cuadro 21: Muestra de trabajos empíricos de creación de empresas étnicas (1995-2010) .....	236
Cuadro 22: Diferencias entre el Paradigma Positivista y el Comprensivo-Hermenéutico .....	239
Cuadro 24: Principales paradigmas en la investigación .....	241
Cuadro 25: Ventajas e inconvenientes de la Investigación con métodos mixtos .....	242
Cuadro 26: Países más emprendedores e inmigrantes más emprendedores (as) en España- 2009 .....	244
Cuadro 27: Preguntas para identificar la estrategia de acceso a la población de estudio .....	249
Cuadro 28: Evolución de la recepción de respuestas durante el período de vigencia de la encuesta .....	263
Cuadro 29: Días y horarios utilizados por los encuestados para responder la encuesta .....	267
Cuadro 30: Relación entre los valores muestrales y poblacionales .....	274
Cuadro 32: Listado de los(as) emprendedores(as) argentinos(as) por oportunidad entrevistados .....	276
Cuadro 33: Instituciones argentinas residentes en España .....	479

## PROLOGO

---

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

FACTOR EMPRESARIAL Y FLUJOS MIGRATORIOS ARGENTINOS A ESPAÑA. UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA

Fabiola Baltar

ISBN:978-84-694-2173-4/DL:T. 1031-2011

## PRÓLOGO

En España, en la última década, se ha pasado de 499.000 a 1.448.671 extranjeros y el lugar de residencia preferido por los inmigrantes es Cataluña (24.58%), seguido de la Comunidad de Madrid (20.65%) (INE, 2008). Dentro de la población ocupada extranjera, el colectivo de los trabajadores por cuenta propia representa, según datos proporcionados por la EPA, en el 2008, un 9% del total de trabajadores autoempleados, que suelen demandar asalariados inmigrantes de manera más eficiente puesto que son capaces de reconocer y valorar con mayor posibilidad el capital humano inmigrante (Sanders y Nee, 1996). De esta forma el autoempleo de los inmigrantes se convierte en un elemento de integración social. Por lo demás, ante estos datos, se ha generado, en España, un debate en torno a cómo explicar el impacto de la entrada masiva de extranjeros en el crecimiento económico y en el desarrollo social (Solé, 2001; Cachón, 2009). En Argentina, el debate está en cómo medir las consecuencias de la catástrofe económica del 2001, analizando sus efectos en los indicadores macroeconómicos y financieros (Azpiazu et al. 2000; Basualdo, 2006; Brunet y Schilman, 2005; Damill et al. 2005; Ferrer, 2004; Godio, 2006, 2008; Rapoport, 2005; Weisbrot y Cibils, 2002). El enlace de estas dos realidades nacionales está en las trayectorias profesionales de los inmigrantes argentinos que salieron del país en búsqueda de oportunidades laborales y económicas en España.

La mirada hacia estos profesionales, desde España y Argentina, no es igual. Para España, son un colectivo inmigrante, dentro del grupo de latinoamericanos, que eligen radicarse en las regiones españolas por afinidad cultural e idiomática, y motivados por la búsqueda de una mejora de su bienestar laboral y económico que, desde una perspectiva estereotipada, los impulsa a emplearse en trabajos poco cualificados o poco valorados por los autóctonos (Actis y Esteban, 2003, 2008; Murias, 2005; Schmidt, 2005, 2008; Novick et al. 2005; Castiglione y Cura, 2005; Luchilo, 2007; Calvelo, 2007). Desde Argentina, la emigración de nacionales constituye una pérdida de capital humano que en los últimos años ha sido de gran magnitud. Los estudios en relación a la emigración argentina se han centrado en el análisis del “*brain drain*” de científicos e investigadores que desempeñan sus actividades en el exterior (Albornoz et al. 2002; Oteiza, 1998; Pellegrino, 2001; Muñiz, 1991; Lema, 2004). Dentro de este grupo, tenemos información de argentinos(as) que por sus actividades económicas tienen mayor impacto que otros(as) (Carballo Huerta, 2007; Coduras, 2008; Viladrich y Cook, 2008; Aschieri, 2006; Cacopardo, 2009). Ese es el caso de los(as) empresarios(as) argentinos(as) que son capaces de generar empleo mediante negocios de oportunidad.



Según la literatura (Carton et al. 1988; Miller, 1983; Kreiserat et al. 2002; García y García, 2006; Venkataraman, 1997; Rodeiro et al. 2008; Brunet et al. 2009) el emprendedor es aquel individuo, o equipo de personas, que identifica una oportunidad de negocio y posteriormente reúne los recursos necesarios para crear una empresa, siendo el último responsable de las consecuencias y el desarrollo de la organización. Entre las características más básicas del emprendedor(a) se encuentran las siguientes: tener iniciativa para llevar su proyecto de empresa adelante, disponer de un carácter resolutivo y estar dispuestos a afrontar dificultades e incertidumbres, es decir, de asumir riesgos. En concreto, el principal objetivo de los(as) emprendedores(as), y por lo que están dispuestos a asumir riesgos, es la creación de nuevas empresas independientes por tratar de aprovechar oportunidades de negocio. Estos nuevos negocios de oportunidad (introducen nuevos productos y servicios, formas de organización, mercados, procesos y materiales) constituyen un elemento clave para el desarrollo y fortalecimiento de los nuevos modelos productivos y de la denominada “nueva economía”, por lo que es legítimo preguntarse ¿qué características poseen las empresas de oportunidad creadas por inmigrantes argentinos? ¿qué variables inciden en la creación de estas empresas? ¿cuáles son los factores relevantes del entorno geográfico e institucional que facilitan la aparición de empresas dispuestas a asumir riesgos y a innovar? Estas son cuestiones relevantes si asumimos que la creación de empresas es una de las iniciativas primordiales para mejorar el empleo, las reformas económicas, la cohesión social y la innovación en la economía (Comisión Europea, 2003a, 2003b; Storey, 1994; Reynolds et al. 1995; Druker, 1998; Baumol, 2004, 1993; Audretsch, 2004).

Existe, por tanto, un cierto consenso sobre el efecto positivo que produce la creación de empresas de oportunidad sobre el conjunto de la economía. Tal es la importancia de la relación entre creación de negocios y desarrollo económico que, en 1999, se creó el Global Entrepreneurship Monitor Research Consortium (GEM), con el objeto de obtener indicadores anuales comparativos acerca de la actividad emprendedora en distintos países, tanto desarrollados como en vías de desarrollo. Más específicamente, la metodología GEM analiza el proceso emprendedor identificando las condiciones macroeconómicas y microeconómicas que explican el fenómeno de creación de empresas y su impacto en el desarrollo. Además, desde el año 2005, en su informe anual, se incluye un apartado que analiza la creación de empresas étnicas en los países receptores de inmigración, dada las características singulares de este colectivo, que los diferencia de los factores que explican la creación de empresas por autóctonos (Gold, 2000; Li, 2001; Lindstrom y Lauster, 2001; Langlois y Razin, 1996; Raijman y Tienda, 2000). Para el análisis del caso español, hay que resaltar los estudios de Cachón (1997),

Colectivo Ioé (2008, 2005, 1999), Arjona y Checa (2009), De la Vega y Coduras (2005), Pumares (2000), Solé y Cachón (2007), Bergalli et al. (2000).

Los lineamientos teóricos que sustentan estas diferencias destacan que el origen de los inmigrantes, las características del sitio de radicación, así como su trayectoria profesional en su país de origen, dan lugar a diversos modelos de asentamiento que inciden directamente en las potencialidades emprendedoras de los distintos colectivos de migrantes (Portes y Jensen, 1992). Sin embargo, las estadísticas proporcionadas por el GEM y el Instituto Nacional de Estadística de España utilizan como criterio de agrupación de los inmigrantes solamente el lugar de procedencia del emprendedor(a), distinguiendo dos grupos: 1) los “inmigrantes no comunitarios”- son los que provienen de países en desarrollo o en situaciones socioeconómicas desfavorables- que emprenden por necesidad, y 2) los “extranjeros residentes” o “inmigrantes comunitarios”- son los que provienen de países desarrollados-, que emprenden por oportunidad. La creación de empresas por oportunidad refleja la decisión voluntaria de iniciar un emprendimiento mediante la explotación de una idea de negocio. Un emprendimiento por necesidad refleja la percepción individual de que dichas acciones son la mejor opción de empleo disponible (Acs et al. 2006).

Si bien en la metodología del proyecto GEM se sigue este criterio, dentro del colectivo no comunitario han tenido en cuenta que, en muchos casos, los inmigrantes poseen un elevado nivel educativo, aún cuando provienen de países en desarrollo. Por ejemplo, Coduras (2007:83) sostiene que “muchos titulados de países en vías de desarrollo prueban suerte en España para ejercer sus carreras que han estudiado y que no pueden desarrollar en sus naciones: médicos, ingenieros, informáticos y otros muchos perfiles se están incorporando a nuestra sociedad en gran número”. De este modo, para contemplar esta realidad, el GEM propone dividir dentro del grupo de inmigrantes por necesidad a aquellos individuos que poseen un elevado nivel educativo o de ingresos de los que no. Ahora bien, a partir del 2006, se observa que los atributos de los emprendedores inmigrantes no comunitarios (definidos por necesidad) se asemejan al perfil de los(as) emprendedores(as) comunitarios(as) (definidos por oportunidad), en particular al de los españoles. Así, el informe GEM del 2008, esboza en sus conclusiones, respecto a la tasa de actividad empresarial de extranjeros, que dentro del colectivo inmigrante por necesidad, Argentina tiene características distintivas, y por ello dentro del entorno GEM es un país muy bien valorado, pero no profundiza en el análisis específico de dichas diferencias.

La clasificación de emprendedores(as) de “oportunidad” y de “necesidad” contiene, además, otra clasificación/división de naturaleza social e incluso legal: “deseables” (inmigrantes por oportunidad) y “no deseables” (inmigrantes por necesidad). En términos económicos, esta división social entre deseables y no deseables se refleja en los trabajos de investigación. Por ejemplo, Acs (2006:97) considera que “la creación de empresas por necesidad no afecta el desarrollo económico mientras que las creadas por oportunidad tienen un efecto positivo y significativo”. De esta forma, la ratio de emprendimientos por oportunidad en relación al de necesidad sería un buen indicador del desarrollo de los países. En este sentido, se determina que países con elevados niveles de ingreso per cápita, tienen una mayor tasa de emprendimientos por oportunidad. El grado de apertura comercial, la transparencia gubernamental, la tasa de ahorro privado de la sociedad, la política fiscal, monetaria y la estabilidad financiera, el nivel educativo de la población y el número de patentes otorgadas, son aspectos que favorecen la construcción de un entorno dinámico y de una estructura de oportunidades atractivas para aquellas personas con capacidades innovadoras. Al respecto, Van Stel et al. (2005) concluyen que, según las mediciones realizadas por grupo de países en relación a estas dimensiones, existe una asociación negativa entre la tasa de emprendimientos y el desarrollo económico en países de bajos ingresos per cápita y elevada inestabilidad institucional.

Bajo las anteriores dimensiones se incrementa, entonces, el índice de creación de empresas. Sin embargo, la creación de empresas por necesidad, que es una salida en el corto plazo a un problema coyuntural, limita a futuro la posibilidad de crecimiento sostenido y mejora del bienestar social. En base a este argumento y a la metodología utilizada para clasificar a los empresarios inmigrantes en las estadísticas internacionales (GEM), podríamos suponer que los argentinos en el exterior crean empresas para resolver su situación a corto plazo, dada la dificultad de inserción en el mercado laboral por su condición de inmigrante no comunitario. Consecuentemente, deduciríamos que, bajo este estereotipo, sus actividades en el exterior son de bajo impacto en término de beneficios económicos generados en el país de destino. Esta hipótesis es lo que proponemos cuestionar y justifica que nos planteemos también que: ¿es el lugar de procedencia un indicador suficiente para definir un emprendimiento como de oportunidad o necesidad? ¿Responde el perfil emprendedor argentino íntegramente a las características de un empresario(a) por necesidad como presentan las estadísticas internacionales?

La hipótesis de nuestro trabajo es que existe en los(as) inmigrantes argentinos(as) un stock de capacidades intelectuales, financieras y de experiencia empresarial, que facilita el

aprovechamiento de oportunidades de negocio en un contexto institucional que brinda condiciones favorables para su desarrollo. De hecho, las características del entorno son claves para explicar el proceso de creación de empresas, y es que dónde existen reglas institucionales eficientes y menores costes de transacción, especialmente en contextos dónde los esfuerzos por la búsqueda de información disminuyen, se incrementa la posibilidad de visualizar las oportunidades del mercado. Además, a diferencia de otros grupos no comunitarios, si bien existen emprendedores(as) que se asemejan a las características de las personas que emprenden por necesidad, también hay otro grupo que emprende motivado por la búsqueda de oportunidades no explotadas en el mercado, y son capaces de crear empresas innovadoras. Por ello, el impacto positivo de sus actividades en el país de destino, así como la pérdida para el país de origen es elevado.

Los objetivos de esta investigación son: 1) desarrollar las distintas perspectivas teóricas sobre el empresariado de oportunidad y étnico; 2) identificar tanto las características de los(as) emprendedores(as) argentinos(as) en España como la de los emprendimientos; 3) describir el perfil del empresariado argentino en España; 4) analizar su heterogeneidad dentro del mismo colectivo y en comparación con el resto de inmigrantes no comunitarios y autóctonos; 5) comparar el marco político-institucional de España y Argentina y sus incidencia en la generación de oportunidades empresariales; 6) medir el impacto económico que estas actividades generan en ambos países, y 7) evaluar la trayectoria socioprofesional de los(as) emprendedores(as) por oportunidad en Cataluña (España).

Finalmente, destacar que con esta investigación lo que se pretende es aportar información empírica tanto para usuarios académicos como de otros grupos de interés en ambos países, especialmente porque se trata de un ámbito de estudio de escasa información y verificación empírica. Además, estudiar el caso argentino tiene especial relevancia en el ámbito público, tanto político como social, ya que si bien en término de número de personas, el colectivo argentino no es el más numeroso, sí son los más emprendedores(as). Por ejemplo, la tasa de creación de empresas de argentinos en España durante el 2008 fue del 12.3%, seguida por Colombia (11.1%) y Perú (9.6%). El primer país “por oportunidad” es Francia (5.6%) y luego Alemania (2.4%) y la tasa media española es del 6.7%. A las ventajas de las bajas barreras culturales y de asimilación de esta inmigración puede añadirse, si se comprueba nuestra hipótesis, el alto valor económico que tiene atraer este tipo de perfiles inmigratorios. Estos resultados podrían dar respuesta al creciente interés de la sociedad española por conocer más acerca de este fenómeno reciente y, en Argentina, a reflexionar sobre las potencialidades del

territorio como generador de capacidades empresariales y plantear acciones para frenar este drenaje de capacidades con potencial económico al exterior.

### **Estructura de la tesis**

La estructura de este trabajo consta de tres partes. En la primera parte, se articula la fundamentación teórica de esta investigación. Su estructura incluye capítulos que analizan al empresario y a la empresa desde: el programa neoclásico, la escuela austríaca y schumpeteriana, la nueva economía institucional, la economía evolutiva del cambio tecnológico, y los modelos de creación de empresas desde la teoría económica a la economía aplicada y, por último, se incluyen las teorías de empresariado étnico. La segunda parte, consta de tres capítulos. El primero, desarrolla la estrategia de investigación, su fundamentación y la propuesta metodológica, mediante el uso de redes virtuales que hemos formulado para identificar una unidad de observación cuando no existe un marco muestral de referencia y el diseño del método mixto para la recolección de datos. El segundo, presenta el análisis de la información recogida en la fase cuantitativa que permiten establecer el perfil del emprendedor(a) argentino(a) en España, y el tercer capítulo presenta los resultados obtenidos en la fase cualitativa de la investigación, es decir, se detalla la interpretación de la trayectoria de los(as) emprendedores(as) por oportunidad de origen argentino en España. Finalmente, se muestran las conclusiones del proceso de investigación y sus posibles líneas de investigación futuras, sus limitaciones, a fin de que puedan completar las aportaciones de la tesis. Finalmente, se expone las referencias bibliográficas, adjuntando los anexos.

## **PARTE I**

# **EL MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN**

---

---

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

FACTOR EMPRESARIAL Y FLUJOS MIGRATORIOS ARGENTINOS A ESPAÑA. UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA

Fabiola Baltar

ISBN:978-84-694-2173-4/DL:T. 1031-2011

## Introducción

Se pueden encontrar cuatro tipos básicos de coordinación de la acción económica en una sociedad capitalista: Estado, mercado, empresa y sociedad civil (Hollingsworth y Boyer, 1997; Hollingsworth et al. 1994; Streeck y Thelen, 2005). El Estado es un tipo de coordinación que se encuentra según cada país en un proceso de mayor o menor grado de declive. El mercado ha aumentado su poder en las últimas décadas al hilo del grado de liberalización, privatización y globalización (Brunet y Cincunegui, 2010; Brunet y Altaba, 2010). La empresa, a consecuencia del proceso de internacionalización y/o globalización, ha adquirido un mayor grado de autonomía respecto a sus países de origen y los diferentes Estados. La sociedad civil es un mecanismo de coordinación enraizado en la tradición del capitalismo social de mercado. Cada uno de estos principios de coordinación funciona sobre la base de una lógica diferente y lo normal es que en una economía capitalista coexistan los cuatro tipos en combinaciones particulares, dando lugar a configuraciones más orientadas hacia un tipo u otro.

Basándose en estos cuatro tipos, se han propuesto de forma típico-ideal distintos modelos de capitalismo comparados e inspirados, por un lado, en las diversidades nacionales originadas en las particulares historias económicas y los procesos de industrialización y, por otro lado, en la serie de organizaciones y redes públicas, privadas o público-privadas que estructuran los conflictos de poder de cada Estado-Nación (Ahedo, 2006; Hall y Soskice, 2001; Crouch, 2005; Amable, 2003; Smicht, 1997). Sin embargo, lo relevante en las últimas décadas es la hegemonía que ha ido adquiriendo, al hilo del retroceso del keynesianismo en la práctica de la política económica, el modelo anglosajón de economía liberal del mercado. Gran parte del atractivo del capitalismo de mercado está en que se ha impuesto como más eficiente y creador de riqueza frente al modelo de planificación central con propiedad colectiva, y que tiene su apoyo teórico en el programa de investigación neoclásico (Blaug, 1985), que ejerce un claro predominio en el ámbito académico de la economía como en las políticas económicas y empresariales.

Este programa se lleva a cabo a partir de un tipo ideal histórico: el *homo oeconomicus*. Bajo este tipo ideal, la economía es el resultado de un enorme número de singulares economías individuales; economías que maximizan sus funciones privadas de utilidad, esto es, que eligen el curso de acción a su alcance que más utilidad les reporta. Así, al poseer los sujetos la facultad de organizar sus economías privadas por la utilidad subjetiva que atribuyen a los bienes y servicios, el objeto del análisis económico neoclásico es explicar y demostrar de “forma exacta las manifestaciones de egoísmo humano en los esfuerzos que los hombres realizan para la



satisfacción de sus necesidades económicas” (Menger, 1997:65); concretamente, de las propias y ajenas necesidades de otros sujetos. Los marginalistas centraron el debate económico en la noción de equilibrio y limitado al estudio del comportamiento del individuo consumidor y de la empresa (Pérez Vila, 2007; Brunet y Belzunegui, 2005). Este concepto del objeto del análisis económico neoclásico está fuertemente arraigado en el contexto ideológico de las últimas décadas del siglo XX, hasta el punto que el modelo del individuo maximizador de la utilidad constituye el soporte teórico e ideológico de las políticas económicas en lo que se conoce como “segunda globalización económica” (Held y McGrew, 2000).

Globalización que se aceleró en lo que Hobsbawm (1995) denominó la “Segunda Guerra Fría” (hacia 1980) y que se manifestó tanto en un proceso creador y multiplicador del capital –“sobre todo en su vertiente financiera, con una ilimitada capacidad aparente y también real de acelerar los ciclos de los productos y de incrementar la productividad- como en un proceso destructor- en la medida en que, además de ensanchar las diferencias Norte/Sur, amplía la exclusión social y debilita el Estado del Bienestar en función del capital transnacional” (Rodríguez, 2002: 20). Ambos procesos se explican en tanto que para el análisis formal neoclásico la maximización de la utilidad es la causa, motor y fin de los individuos y las empresas. Este análisis formal surge a consecuencia de haber abandonado la teoría del valor-trabajo y unificar las teorías del consumidor y de la empresa, así como también de haber integrado las teorías del valor y la distribución, que en los clásicos de la economía habían sido relacionados de forma tenue (De Francisco, 2008). El principio integrador fue el principio marginalista, y el estudio de los precios y los mercados indicó el camino hacia la optimización de la satisfacción y de los beneficios, es decir, hacia la búsqueda de situaciones óptimas, para lo cual se utilizó como herramienta el cálculo diferencial. Así, se definió la utilidad marginal como el cociente de la diferencial de la utilidad con respecto a la cantidad de un bien consumido, observándose, por ejemplo, que cuando la primera derivada se iguala a cero se consigue el máximo o mínimo. Por lo demás, los marginalistas centraron el debate económico en la noción de equilibrio y limitado al estudio del comportamiento del individuo consumidor y de la empresa.

Desde la sociología económica (Brunet y Pastor, 2003; Brunet y Belzunegui, 2005), las empresas son negocios contruidos social y políticamente en una concreta lógica social: la lógica salarial o capitalista, y que caracteriza a una forma de sociedad “en la que la mayoría de la gente extrae su renta, su estatus, su protección, su identidad, su existencia social, su reconocimiento social, del lugar que ocupan en el salario” (Castel, 1997:26). Pues bien, la degradación actual de la condición salarial es consecuencia de que, en la “segunda Guerra Fría”,

la maximización de la utilidad debe pasar “por la lucha contra los logros sociales, es decir, contra los derechos sociales que habían sustraído parcialmente, al trabajo de la hegemonía del mercado” (Castel, 1997:27). Las razones de esta lucha están en la crítica efectuada por la escuela neoclásica austríaca (Menger, Van Wieser y Böhn-Bawerk, y que daría lugar a la corriente ultraliberal de Von Mises y Hayek). Para esta escuela, la imposibilidad del intervencionismo (y del socialismo) es un argumento teórico relativo al error intelectual que implica toda idea intervencionista, pues no es posible organizar vía mandatos coactivos de ingeniería social cualquier área del entramado de interacciones humanas que constituyen el mercado y la sociedad, tal y como prescribían la “teoría del gran desarrollo y los rendimientos crecientes” de Hirschman (1961), Myrdal (1957), Perroux (1963) o la “teoría del crecimiento equilibrado” de Rosenstein-Rodan (1943), Nurkse (1964), Lewis (1954). Además, la escuela austríaca, apunta, entre sus objetivos teóricos, a una redefinición del perímetro y las modalidades de la acción del Estado, en el sentido de que el Estado keynesiano “vector de solidaridad, cuya moción era contrarrestar los ciclos y los perjuicios del mercado, asegurar el ‘bienestar’ colectivo y reducir las desigualdades”, tenía que ser reemplazado “por un Estado Darwinista. Un Estado que eleva la competencia al carácter de fetiche y celebra la responsabilidad individual, cuya contrapartida es la irresponsabilidad colectiva, y que se repliega en sus funciones residuales de mantenimiento del orden, en sí mismas hipertrofiadas” (Wacquant, 2005:166). Un Estado inexplicable sin la convicción de que la economía es un orden espontáneo, natural, resultado de un proceso de rivalidad de sujetos propietarios de su vida y de sus bienes. Sujetos autodeterminados que se adhieren libre y autónomamente a una comunidad política (el Estado), cuya existencia está en dar seguridad jurídica a la propiedad privada, y su utilidad está en diseñar el andamiaje institucional –particularmente, sobre el poder de regulación y sobre los derechos de propiedad- para que las acciones económicas lleguen a ser acciones eficientes. Acciones orientadas a la valorización del capital privado, y caracterizadas como determinantes del crecimiento y desarrollo económico (North, 1993; Williamson, 1975; Nelson y Winter, 1982), y entre estas acciones están las acciones de los sujetos emprendedores, que son la base para que en una economía surja la innovación.

De la convicción de que los(as) emprendedores(as) constituyen el pivote sobre el que gira las principales transformaciones económicas, se establece que la mejor manera de promover bienestar está en no restringir el libre desarrollo de las capacidades y de las libertades empresariales del individuo dentro de un marco institucional caracterizado por derechos de propiedad privada fuertes, mercados libres y libertad de comercio. Prácticas político-económicas que constituyen un antídoto para las amenazas al orden social capitalista, y como

solución a los males del capitalismo (Harvey, 2006; Boltansky y Chiapello, 2002). La teoría de estas prácticas constituye hoy la forma por excelencia en la que el espíritu del capitalismo se materializa y se comporta. El motor que hace posible, entonces, que en una economía surja la innovación es la actividad emprendedora sobre el que giran las principales transformaciones económicas (Schumpeter, 1964). Los agentes de la actividad emprendedora son los que articulan la modalidad de capitalismo emprendedor que asegura un mejor conocimiento de la producción, de la renta y el empleo (Baumol, 1993). Se resalta, así, que la innovación es un factor que hay que asumir y afrontar de manera práctica, y constituye una actividad específica del factor empresarial. La esencia de este factor es la innovación (Pinchot III, 1985), y los(as) emprendedores(as) se caracterizan por tener la capacidad de detectar una oportunidad, conseguir el capital necesario, fuerza de trabajo y otros insumos, y adquirir conocimientos técnicos para integrar una operación de negocio innovadora.

Hacia la década de 1980, en el marco del programa neoclásico y con la meta de impulsar un capitalismo más emprendedor, se elaboraron nuevas teorías de la empresa que las estrategias corporativas adoptaron a través del llamado “enfoque basado en el valor” (de Kluyver, 2001; Brunet y Böcker, 2007), que pone énfasis en maximizar el valor percibido por los accionistas, imputando un precio accionario a cada unidad estratégica de negocio, y que determina la reducción del alcance de las actividades de la empresa a través de ventas, fusiones, escisiones, liquidaciones y, también, opciones cooperativas- *joint ventures* y alianzas-. Bajo este enfoque, si el valor de mercado de la empresa en su conjunto es menor a la suma de las valuaciones de las diferentes unidades de negocio, es necesario tomar medidas consistentes en la venta de estas unidades que están implícitamente subvaluadas. Asimismo, la dominancia de este enfoque en las políticas y estrategias empresariales ha tenido las siguientes implicaciones: la primera, está en que la integración de los universos económicos nacionales se haya planteado como “un proyecto político de liberación universal. Proyecto que, en nombre de la vinculación entre democracia y mercado, promete una emancipación económica y política a los pueblos de todos los países: la democracia de los accionistas, es decir, de los asalariados remunerados en acciones y convertidos en propietarios de su empresa” (Bourdieu, 2001:279).

La segunda, se refiere a que las aportaciones del análisis de la empresa que efectúa este enfoque ha contribuido a legitimar las reorganizaciones/reestructuraciones empresariales que se han producido en las últimas décadas, y que tienen que ver, por ejemplo, con el objeto de análisis de las “teorías basadas en contratos”: el impacto de los costes de comportamiento oportunista de los propietarios de los factores de producción que intervienen en una empresa sobre la

integración vertical de la organización. Lo que implica prestar atención tanto a la estructura de los mercados como a la estructura organizativa de las empresas, relacionando estos aspectos con la eficiencia de las configuraciones industriales. Esto se explica en tanto que el problema económico, en las teorías de los contratos, es definido en términos de cómo incentivar el funcionamiento progresivamente más eficiente de los mercados competitivos del ideal neoclásico. Bajo este ideal, el mundo aparece ocupado por sujetos libres y en el que las empresas para ser eficientes requieren que las transacciones que se llevan a cabo a través y dentro de ellas sean organizadas como un tipo especial de mercado. La tercera, está en que las nuevas perspectivas sobre la industrialización regional resaltan otros aspectos relacionados con la eficiencia de las configuraciones industriales; en especial, la importancia del tejido constitucional. En ello influyó las “teorías de los contratos” o “enfoque contractual” o, también, “neoinstitucionalismo económico”, al dar cabida a las instituciones dentro del ideal neoclásico mediante la redefinición del problema económico como un problema de organización económica (de especialización y división del trabajo). La cuarta, está en que el “enfoque basado en el valor” ha incentivado el desarrollo de las PYMES y del espíritu empresarial merced al capital riesgo. Se trata de crear un capitalismo emprendedor, innovador, abierto a generar una economía basada en el conocimiento, esto es, a conformar un capitalismo cognitivo en tanto que el negocio es, hoy por hoy, el conocimiento (Virno, 2003; Hard y Negri, 2002).

La “democracia de los accionistas” a la que alude Bourdieu, se constituyó cuando el régimen financiero de la postguerra recibió el nombre de “régimen de represión financiera”, aunque más importante que la crítica “ideológica” fue el desgaste del propio régimen financiero, que duró más de quince años (de 1971 a 1986), y durante el cual se dibujó una nueva perspectiva que el programa neoclásico justificó poniendo el énfasis en la eficiencia de las instituciones bancarias y en el papel jugado, al respecto, por los mecanismos de mercado. Ideológicamente, las principales fuerzas del cambio estructural en el sector financiero tuvieron lugar bajo la premisa de que lo más adecuado era que existiese un régimen de plena libertad de movimiento de capital, porque así se suponía que se podía lograr más eficiencia, financiación más barata, mejor rendimiento y ventajas para todas las naciones. Como eso es lo que se reputó positivo, se entendió que debía agilizarse el régimen de libertad de movimientos de capital, y que tuvo lugar mediante modificaciones jurídicas que suprimieron los controles estatales a la circulación de bienes, servicios y capitales (Aglietta, 2000; Chesnais, 1996). Estas modificaciones explican que se creara, señala Pérez (2004), una situación de éxitos inmensos, ritmos de crecimiento asombrosos y márgenes de beneficio todavía más increíbles, y que funcionaron como potentes imanes para las enormes cantidades de capital ocioso. Lo que siguió es descrito como un

apasionamiento, como el despertar de un “amor loco” entre el capital financiero y el nuevo paradigma tecnoeconómico de la información. Basándose en el “amor loco”, Castells e Imanem (2002) argumentan que el núcleo de la globalización económica es la interdependencia de los mercados financieros interconectados electrónicamente en tiempo real. Las redes informáticas y su capacidad de comunicación electrónica han provocado que nos encontremos frente a lo que Chesnais y Philon (2003) han denominado nuevo régimen de acumulación dirigido por lo financiero.

En este régimen, se ha consolidado permanentemente el peso de las fuerzas sociales que consideran que la acumulación puede ser auto-equilibrada por puros fenómenos de mercado y de competencia, y que está detrás de los nuevos métodos o políticas de gestión que se han dotado las empresas, a efectos de mejorar sus resultados financieros. Entre estos métodos están, por ejemplo, las fusiones y adquisiciones, y que han comportado un aumento de la cotización de las empresas. La creación de valor se obtiene explotando las sinergias entre las empresas que se fusionan y aprovechando las economías de escala. Las fusiones han permitido, a su vez, importantes incrementos en la productividad al mismo tiempo que la reducción de costes tras la merma de plantilla laboral, con el objetivo de dotar a los nuevos grupos industriales y de servicios de mayor poder de mercado frente a la competencia. Otro método de gestión ha sido el retorno a las actividades básicas de la empresa como estrategia de creación de valor.

Se trata, desde la Dirección Estratégica de Recursos y Capacidades (Grant, 1991, 1996, 2001; Peteraf, 1993; Rumelt, 1991), de que cada empresa se integre en una red, y centrándose dentro de ella en las actividades en las que posee ventaja competitiva. Aparte de que los agentes financieros no están a favor de la diversificación de productos de empresas de tipo conglomerado porque, por un lado, la estructura compleja de éstos les impide tener información transparente de todas las actividades; por otro lado, consideran que son ellos los que deben decidir si la empresa diversifica o no sus productos, modificando la composición de sus propias carteras de acciones. Los agentes financieros optan, además, por una estrategia de gestión denominada reingeniería de procesos para la que gestionar la mejora de los procesos de la cadena de valor equivale a aplicar programas orientados a concentrar a la empresa en los segmentos más rentables, externalizando el resto. Se trata de organizarse alrededor de procesos, en lugar de organizarse alrededor de funciones jerárquicas (Brunet y Belzunegui, 1999, 2005). El proceso se considera un elemento clave de la mejora continua de la calidad, y el estilo de dirección que implica, está en diseñar procesos de calidad que garanticen, por un lado, la satisfacción de los clientes y, por otro, mejores resultados financieros; procesos más eficientes

permiten incrementar la rentabilidad del capital, por lo que esta práctica de gestión queda clarificada en un contexto económico en el que el mercado de capitales cumple una función de eficiencia informativa y de controlador externo (Brunet y Vidal, 2004). De ahí que los gobiernos corporativos presten atención a la evolución del precio de las acciones, no en balde, una parte creciente de las retribuciones de los directivos está vinculada a dicho precio.

Swedberg (2005) atribuye la fundamentación teórica de la “democracia de los accionistas” o “enfoque basado en el valor” al “enfoque contractual”; enfoque que analiza a la empresa como un agente contractual. Así, desde la “teoría de la agencia”, los directivos son definidos como agentes fiduciarios encargados de gestionar unos recursos a favor de los propietarios, por lo que precisan de control (coordinación y motivación) para que lleven a cabo la actuación que les corresponde (Jensen, 2001; Jensen y Meckling, 1976). Definición que corresponde a la visión de la empresa como un nexo de contratos bilaterales que suplantán la contratación multilateral existente en el mercado. Contratos bilaterales en los que se establece una relación de agencia, y que es un contrato en el que uno o más individuos (a quien se denomina principal) recurren al servicio de otro u otros (denominados agentes) para que cumplan una tarea en su nombre y provecho, lo que implica que el principal delegue en el agente parte de su actividad. Los costes de agencia derivan de la divergencia o conflicto de intereses entre el principal y el agente en tanto que ambos son maximizadores de sus respectivas funciones de utilidad. Divergencia justificada por la posibilidad de que la relación de agencia se desenvuelva en un ambiente de incertidumbre, en donde el principal es incapaz de observar sin costes las decisiones del agente (azar moral) o no puede verificar los conocimientos del agente (situación adversa) al existir información asimétrica.

Dado el supuesto de que la información no es un bien libre, sino que tiene un coste, “la teoría de la agencia”, apoyándose en que el grado de acceso de los individuos a la información no es igual (información imperfecta y asimétrica) y sobre la propensión al oportunismo de los agentes económicos, considera que si la empresa está presente en los mercados de capitales con negociación secundaria, como la bolsa, la evolución de la valoración de las acciones de la empresa ofrecerá información a los propietarios sobre la valoración por parte del mercado de la gestión de los directivos. Además, de esta teoría se desprende que la única manera de asegurar la maximización de la utilidad de los propietarios de la empresa (principal) y así evitar las restricciones que se derivan del comportamiento optimizador de los directivos (el agente), está en establecer que el precio en Bolsa sea el referente supremo al ser la libre actuación de los mercados e inversores un inmejorable instrumento de supervisión y control de los directivos.

Bajo esta explicación y en tanto que la empresa es propiedad privada de sus titulares legales, los accionistas, el mantra de la creación de valor para los propietarios debe orientar la dirección y control de los directivos (Rodríguez, 2003). Así, en la necesaria tarea de conseguir “buenos” resultados financieros, los directivos o managers han de elegir mecanismos eficientes de organización económica, con la meta de crear valor para el accionista.

Ante esta meta no hay ninguna alternativa disponible que sea universalmente preferida en términos de eficiencia. Principio que, desde la perspectiva neoclásica, no puede aplicarse a resolver problemas éticos, se aplica únicamente a un conjunto específico de opciones disponibles. Esta concepción de la empresa ha sido también etiquetada como modelo financiero de empresa (Brunet y Böcker, 2007), y que se la puede interpretar en tanto que tiene su propio valor -la eficiencia económica- al que todo otro valor debe subordinarse, y desde este valor evaluar la relevancia de las demandas sociales y medioambientales (Friedman, 1970; Jensen, 2001). Modelo que se consolidó y acentuó al hilo de la ola de fusiones y adquisiciones de la década de los ochenta, al aumento de la movilidad del capital en un mercado financiero globalizado y a la progresiva influencia de los inversores institucionales. Sin embargo, sin este modelo y su consigna “crear valor para el accionista”, es difícil explicar los escándalos financieros que tuvieron negativas consecuencias para los trabajadores y los inversores, y su origen estuvo en la falta de escrúpulos de los directivos para ocultar información sobre la marcha real de la empresa, y posteriormente beneficiarse de información privilegiada vendiendo sus acciones antes del conocimiento público de la situación.

En el marco cada vez más hegemónico del modelo de capitalismo basado en el mercado y del “enfoque basado en el valor”, nos proponemos en este marco teórico desarrollar la literatura sobre la función o factor empresarial, convertido en un factor relevante de la conducta de las empresas y la estructura de mercado. Función que la escuela clásica como su derivación marxista equipararon con la función capitalista y en contra de los autores franceses del siglo XVIII y XIX (Cantillon, Say, Turgot), que separaron el capital de la función empresarial. En efecto, Smith (1981), otorgó al empresario en su análisis del sistema económico un papel determinante, pero consideró que éste consistía ante todo en ahorrar y acumular capital, sin conceder importancia a la dirección de los negocios, que no debía separarse de la propiedad. Asimismo, para Ricardo (1817) y Marx (1980) lo único necesario para que funcione un negocio es un suministro adecuado de capital, uno de cuyos atributos es el mando supremo de la industria. Así, para Marx, la posesión de capital por parte de una clase social resulta de importancia estratégica para imponerse sobre la otra clase, para lograr su explotación

(Escohotado, 2008; Santos Redondo, 1997; Pérez Vila, 2007). Entonces, para esta tradición, el empresario es eminentemente un capitalista dueño de su negocio y, para Mill, además, un trabajador especial que lo dirigía y supervisaba (Díaz Morlán, 2009). De ahí que para Mill, las ganancias del empresario fueran la suma del interés del capital, un premio por el riesgo de asumido y un salario de dirección.

La asimilación clásica de la función empresarial a la posesión del capital se mantuvo hasta bien entrado el siglo XX, incluso los economistas neoclásicos se abstuvieron de analizar la función empresarial o bien la identificaron con la función directiva y supervisora o la asimilaron sin más con el capital. Así, Menger (1997) definió la actividad empresarial como un bien de capital (un bien de orden superior), e incluso como un tipo especial de prestación laboral. Las novedades llegaron con los economistas austríacos, siendo la figura del empresario y/o emprendedor innovador la figura clave en su modelo económico. Posteriormente, en las últimas décadas del siglo XX, la figura del innovador emprendedor y, concretamente, el relato institucional sobre la innovación y la eficiencia “ha calado como un *humus* ideológico-normativo sobre el que se asientan casi todas las políticas científicas, tecnológicas y culturales. Son formas discursivas que celebran el progreso colectivo a partir del éxito personal. El boom tecnológico de los noventa y el capital ‘impaciente’ (Sennett, 2006) han encontrado un nuevo cuerno de la abundancia. Una ‘nueva economía’ de las innovaciones está ya totalmente instalada en las sociedades occidentales redibujando la geografía de la globalización” (Sádaba, 2008:260).

En esta geografía, la literatura económica sobre emprendimientos establece que la relevancia de la figura del emprendedor que realiza innovaciones, y que se concreta en crear y dirigir empresas, está en su contribución al desarrollo económico. El grueso de esta literatura gira en torno a argumentos schumpeterianos respecto a que la innovación está unida al factor empresarial, a la actividad empresarial (Drucker, 1986). En este sentido, Marshall (1963: 654) afirmó que podemos “dividir a los patrones y demás empresarios en dos clases: los que inauguran nuevos métodos modernos de negocio y los que siguen por caminos trillados”. A este respecto, nos preguntamos, ¿qué características poseen las empresas innovadoras creadas por inmigrantes? ¿cómo incide la innovación de estas empresas en su productividad, desarrollo y capacidad competitiva? ¿qué variables inciden en la creación por parte de inmigrantes de empresas innovadoras? ¿cuáles son los factores relevantes del entorno geográfico e institucional que facilitan la aparición de empresas dispuestas a asumir riesgos y a innovar? ¿cómo incide la innovación en la supervivencia empresarial? Estas son las cuestiones que anteceden esta



investigación sobre emprendimientos argentinos en España; cuestiones que la literatura sobre economía étnica no aborda, según a nuestro juicio, de manera satisfactoria.

Bajo este planteamiento, uno de los objetivos de este marco teórico es exponer la importancia del tejido institucional en relación a la creación de empresas. Con esta meta, exponemos la concepción de la empresa que se desprende de los nuevos desarrollos teóricos neoclásicos centrados en los problemas de organización económica (de coordinación y motivación), y que se explican solamente si comprendemos la naturaleza de la empresa y del emprendedor en la economía neoclásica. Solo así se puede evaluar la necesidad de la “nueva economía institucional” de elaborar un concepto de empresa que se ocupe de ésta en sí misma, mejorando su contenido descriptivo y realista, y no atendiendo únicamente a su carácter instrumental para estudiar con rigor el comportamiento del mercado. Sin embargo, en esta mejora, aunque la empresa deja de ser un capítulo de la teoría neoclásica de los mercados, pasa a ser un tipo especial de mercado, por lo que no constituye una alternativa al modelo neoclásico, únicamente la corrige al introducir los supuestos más realistas de racionalidad limitada, racionalidad estratégica y oportunismo, configurando lo que actualmente denominamos “teoría de la firma”, articulada por el modelo neoclásico de la empresa, la economía de los costes de transacción, la teoría de la agencia, la teoría de los derechos de propiedad y la economía evolutiva del cambio tecnológico.

El segundo objetivo es vincular el “enfoque contractual” con la “teoría del desarrollo endógeno”, que establece que las instituciones son tanto un componente necesario para la regulación eficiente de los mercados como para promover un desarrollo eficiente, en el sentido que si se adoptan unas buenas instituciones capaces de crear los incentivos adecuados, el desarrollo viene por sí mismo. De hecho, en las últimas décadas la innovación es el concepto que más se utiliza para explicar los procesos de movilización del desarrollo capitalista posfordista y globalizador (Piore y Sabel, 1984; Harvey, 1985, 1989; Keating, 1998; Castells, 1995, 2000). En el marco de dichos procesos, y luego de la hegemonía de los enfoques de desarrollo exógeno, centrados en los espacios y los Estados nacionales (Brunet y Cincunegui, 2010), las regiones y las localidades han devenido, con el desarrollo tecnológico y organizativo de la economía informacional (Castells, 2000), en centros estratégicos del pensamiento y las acciones del desarrollo (Storper, 1995; Scott y Storper, 1995, 2003; Fernández et al. 2008). Así, para Amin y Thrift (1994:155), la emergencia histórica de la economía informacional significa, por un lado, que la globalización “está dando mayor importancia que antes a los factores que puedan estar agrupados bajo la etiqueta de aprendizaje”, por otro lado, que hay regiones y

localidades que se han transformado “en una base fundamental de la vida económica y social” (Storper, 1995:191) mediante redes de cooperación interinstitucional e interempresarial, esto es, redes de organización, producción y gestión institucional territorialmente cooperativa y socialmente enraizada. Redes que explotan los vínculos estratégicos entre la economía de conocimiento intensivo o informacionalismo (Castells, 2000), y su insumo estratégico: la innovación (Hollingsworth y Boyer, 1997).

Estos vínculos dan contenido, por ejemplo, a los conceptos de regiones de aprendizaje y de sistemas regionales de innovación, al destacar los análisis de los patrones espaciales de innovación su concentración geográfica, la existencia de economías de aglomeración, la importancia de la proximidad en la transmisión de conocimientos y el aprendizaje por interacción, formulado para entender cómo las PYMEs en economías de “conocimiento intensivo” y abiertas pueden continuar siendo competitivas en un contexto de incertidumbre y de acelerados cambios tecnológicos (Hudson, 1999, 2000), siempre que incorporen activos de conocimiento (o activos intangibles) a la producción (lo que se denomina “genéricamente” innovación) (Albuquerque, 1996, 1999; Vázquez, 1999, 2005; Maskell et al. 2004). La relevancia para el desarrollo regional y local de esta incorporación está en que constituye la respuesta necesaria a los desafíos que impone la competitividad global, sedimentada sobre una profunda revolución tecnológica (Dosi et al. 1988). Los procesos de incorporación de activos de conocimiento refleja, por otra parte, la capacidad dinámica de aplicar y materializar el conocimiento, adquirido externamente (mediante licencias, nuevo personal, nuevos equipos, alianzas...) o generado internamente (a través de la inversión en I+D, la formación del personal, la propiedad intelectual, el diseño organizativo, las tecnologías de la información...), en la obtención de nuevos productos, de nuevos métodos de producción, de distribución y de comercialización. Capacidad necesaria al no ser suficiente para afrontar la evolución de los mercados con producir de forma eficiente un conjunto de bienes o servicios, sino que las empresas, en la medida que el poder de mercado es más difícil de sostener en el tiempo, deben forzosamente innovar (Nelson, 1991), esto es, deben distanciarse de la competencia mediante nuevas formas de hacer las cosas; por ejemplo, a través de las innovaciones de proceso mejorar la productividad; con las de producto, mejorar la ventaja competitiva; con las innovaciones de las capacidades de los procesos de producción, el desarrollo de una nueva gama de productos, y con las nuevas formas o prácticas de organización se mejora la capacidad de la empresa para adquirir y crear nuevos conocimientos.

En definitiva, el incremento de la importancia del factor conocimiento y su aplicación comercial –la innovación-, como factor fundamental en los fenómenos económicos (Bell, 1976; Drucker, 1994; Nonaka y Takeuchi, 1995), ha generado la expresión “economía basada en la innovación” y/o “capitalismo emprendedor”, que describe las tendencias actuales de las economías y de los nuevos modelos productivos, afectado por el ritmo de los avances científico-tecnológicos, su creciente complejidad y su papel determinante en los engranajes de la globalización económica posfordista; globalización dependiente cada vez más del conocimiento, de la información, de los altos niveles de cualificación de los trabajadores y del rápido acceso a todos ellos por parte de los sectores público y privado (Alburquerque, 2001; Coto e Inglada, 2007; Stehr, 1998, 2000; Pampillón, 2001). Estas tendencias han alterado la lógica de actuación “de individuos, empresas, ciudades, regiones y países” (Lundvall y Borrás, 1999: 31), poniendo de manifiesto cómo la geografía histórica del capitalismo (Aglietta, 1979) es inexplicable sin la capacidad de las economías capitalistas para crear nuevas mercancías y nuevas formas de producirlas, mediante una serie de transformaciones radicales de las fuerzas de producción y de organización de los procesos de trabajo (Marx, 1980; Schumpeter, 1976); es decir, inexplicable sin el papel del emprendedor innovador schumpeteriano, que ya no es un visionario aislado, según Audretsch (2009), con un talento especial, sino un agente dispuesto a explotar conocimientos que las empresas establecidas consideran alejados de su negocio central (Callejón, 2009).

Los impactos transformadores de la innovación evidencian también que en la actual geografía del capital el concepto relevante de competencia es el de competir por el mercado, y no en el mercado, ya que en presencia de innovación, la rivalidad entre empresas tiene más afinidad con variables tipo I+D que con variables asociadas a precio o cantidad (Shapiro, 2003). De este modo, según Celani y Stanley (2005), la introducción de nuevos productos o tecnologías innovadoras, por parte de empresas (existentes o potenciales), podrían encuadrarse como parte de una “secuencia de carreras innovativas”, las cuales tienen por objetivo apoderarse del mercado, dado que mantener el liderazgo significa entrar (continuamente) en una carrera de superación, con el objetivo de desplazar o impedir la supervivencia de empresas rivales. Esto supone un proceso de aprendizaje que parte de un nivel de conocimientos inicial a partir del que se crea nuevo conocimiento, que es aplicado a los productos, procesos de producción y organización empresarial (Audrestch y Callejón, 2007; Trullen, 2006; Vidal y Guillén, 2007; Sunkel, 2007).

En este proceso de aprendizaje se trata de generar y estabilizar el conocimiento mediante aplicaciones comerciales, y es que la innovación es cualquier cambio en la empresa que es

validada por el mercado; un cambio aceptado por el mercado que tiene que ver con productos, procesos y organización empresarial, relacionados con una determinada tecnología, esto es, la innovación es un proceso técnico asociado al mercado, dado que la demanda del mercado y las oportunidades de comercialización influyen en los bienes y servicios que se desarrollan y en las tecnologías que triunfan (Frías, 2006; Reig, 2008; Tidd et al. 2005). La innovación abarca, por consiguiente, todas las actividades del proceso de cambio tecnológico y puede tener lugar “en cualquier momento en todas las áreas de la economía” (Cooke, 2002: 76). Se trata de un fenómeno ubicuo por lo que el concepto de innovación no incluye sólo los grandes cambios, sino también los cambios incrementales. Se considera una innovación incremental a los pequeños cambios o mejoras en la tecnología existente, y una innovación radical a un cambio completo en la dirección del proceso innovador, pudiendo producirse una “destrucción creadora” (Schumpeter, 1934) que deje obsoletos las tecnologías anteriores (Bueno, 2007; Nemeth, 1997; Manual de Oslo, 2005; Esteban et al. 2005; Costa Campi, 2001; INE, 2004; Rothwell, 1994).

El tercer objetivo de este marco teórico es repasar los planteamientos sobre los negocios étnicos, es decir, detallar la red conceptual y teórica que explica el proceso de incorporación al mercado de trabajo autónomo de los inmigrantes. Desde su importancia y la rotación empresarial que los afecta, esta literatura omite el papel del emprendedor schumpeteriano, como agente del cambio y portador de innovaciones. Emprendedor que tiene un papel clave en el siglo XXI (Audretsch et al. 2006; Audretsch, 2009; Audretsch Keibach, 2004; Acs et al, 2004; Callejón y Ortún, 2009), en el sentido de emerger como una fuerza de desarrollo endógeno, una fuerza constructiva que facilita la difusión de conocimiento y de las ideas y crea nuevas oportunidades de negocio. La pregunta, entonces, es ¿de dónde surgen los nuevos emprendedores innovadores? Es importante destacar que la literatura sobre negocios étnicos (la teoría cultural del espíritu emprendedor, la aproximación ecológica, el enfoque interactivo y la teoría del *mixed embeddedness*) analiza el fenómeno del empresariado étnico en relación a la creación de emprendimientos por necesidad, y de forma casi exclusiva (Arjona y Checa, 2006; Arjona, 2004; Arjona et al. 2005, 2005a, 2005b; Cebrián et al. 2004; Moreras, 2002; Solé y Parellas, 2005; Beltrán et al. 2006). Por lo demás, esta literatura reconoce que la noción de economía étnica resulta ser un cajón de sastre de dónde parten todas las definiciones relativas al empresariado inmigrante (Zhou, 2004). Por eso, nuestro interés es estudiar el empresariado “étnico” por oportunidad, y que nos permita explicar, a su vez, en la actual fase histórica del capitalismo emprendedor o sociedad emprendedora, el peso de los factores institucionales en el fenómeno del emprendimiento, de la emprendeduría.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

FACTOR EMPRESARIAL Y FLUJOS MIGRATORIOS ARGENTINOS A ESPAÑA. UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA

Fabiola Baltar

ISBN:978-84-694-2173-4/DL:T. 1031-2011

## CAPÍTULO I

---

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

FACTOR EMPRESARIAL Y FLUJOS MIGRATORIOS ARGENTINOS A ESPAÑA. UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA

Fabiola Baltar

ISBN:978-84-694-2173-4/DL:T. 1031-2011

## **CAPÍTULO I. EL PROGRAMA NEOCLÁSICO**

### **1.1. La teoría del equilibrio competitivo**

La noción de equilibrio ha sido “la categoría organizadora central en torno a la cual hubo de construirse la teoría económica neoclásica” (Murray, 1989:107), además ha sido la mejor estrategia de fundamentación de la institución del mercado; institución central de la sociedad de individuos (Elias, 1982), y que el Estado y la política, reducidos a su mínima expresión, sean entendidos como meros instrumentos de la libertad de la sociedad civil de mercado. De ahí que la sociedad capitalista contemporánea es, para los neoclásicos, la sociedad civil de mercado, y éste está en el núcleo de su economía y de su programa. En este programa todos los intercambios se efectúan por medio de los mercados, al ser el mercado el único mecanismo computacional capaz de manejar, generar y reabsorber gran cantidad de información, y “el mejor pertrechado para resolver en cada momento el sistema de ecuaciones que define matemáticamente una situación ideal de equilibrio” (De Francisco, 2007:30).

A partir de un cierto nivel de complejidad de la vida económica, el mercado, sencillamente es, para esta teoría, insustituible; únicamente, requiere que no esté regulado, pues únicamente cuando no lo está es capaz de asignar eficientemente los recursos y maximizar el bienestar social. Este planteamiento ya estaba presente en los economistas clásicos, quienes motivados por establecer una postura crítica frente al mercantilismo- que aseguraba que la riqueza de un país estaba garantizada si se lograba reforzar las exportaciones y restringir las importaciones-, destacaron, como principio básico de su argumentación, la idea fisiócrata de que el Estado- instituido, únicamente, para garantizar las leyes contractuales basadas en la propiedad privada y proveedor de los bienes públicos estrictamente necesarios para el funcionamiento de los mercados - debía abstenerse de intervenir en la economía, dado que la eficiencia se alcanza en los mercados libres, no intervenidos (Perdices, 2008). Así, se abogaba por la libertad del comercio y la propiedad privada, proponiendo que aún cuando los individuos actúan en búsqueda de su propio interés, existe una mano invisible que convierte la ganancia privada en un beneficio público (Escohotado, 2008).

La mano invisible, para los moralistas británicos del S. XVIII, constituía un principio que permitía integrar la economía en el mundo social y moral bajo un universo newtoniano cuya organización armoniosa y beneficiosa probaba la bondad y sabiduría del Creador. Smith (1980), que hace suyo el individualismo económico de los fisiócratas -para quienes el éxito del sistema



económico se debe a los beneficios individuales, y que la actuación del sistema económico no estaba pensado para la igualdad, aunque afirmaban que ello no debía ser considerado ofensivo sino algo natural y socialmente útil que refleja las diferencias tanto en talentos, como en fortuna-, argumentó que todo individuo recibía de la naturaleza la sabiduría de buscar egoístamente sólo su propio bien personal compitiendo con sus semejantes para conseguir riquezas, y no porque le empujen a ello necesidades naturales, pues éstas resultan satisfechas con el salario del más pobre trabajador (Coase, 1994; Gallagher, 1998). Su motivación está en la envidia hacia los que están por encima de él. De ahí que, para este autor, la sociedad comercial está llena de conflictos y grietas que amenazan los derechos de propiedad –una forma de disfrutar de la utilidad del individuo-, y es que la opulencia del rico excita la indignación del pobre, que con frecuencia se siente llevado por la necesidad o movido por la envidia a invadir las posesiones de aquel. De este modo, Smith sostuvo que si el dueño de una propiedad tan valiosa, adquirida mediante su trabajo o mediante el trabajo de muchas generaciones sucesivas, puede dormir tranquilo una sola noche, se debe únicamente a la protección de la magistratura civil. Por consiguiente, el gobierno ha sido instituido, según Smith, para defender la propiedad privada, resultado del interés propio, esto es, del comportamiento maximizador, que mueve a la conducta de los individuos y que, a su vez, explica como crecen las naciones, es decir, a partir de la acumulación de la riqueza individual.

En una economía donde prima la propiedad privada esta acumulación se logra mediante la capacidad de ahorro de los capitalistas, que a través de la pugna por la obtención de beneficios incrementan sus niveles de inversión favoreciendo, así, el crecimiento económico. Por ello, para Smith, el rol de empresario y/o emprendedor dentro del sistema económico equivalía al rol del capitalista, que es el individuo que invierte su capital en emprendimientos de riesgo, y planifica y ejecuta acciones para realizar una inversión. Por lo demás, el concepto de mercado en Smith (1981) refiere a, por un lado, a las ventajas de la especialización y del intercambio (compensación de intereses) y, por otro lado, a la competencia por la consecución de beneficios individuales. La competencia tiene que ver con el interés propio, es decir, con la pasión o tendencia pasional en la que reside la fuente de la acción, y es que, para este autor, como para los moralistas escoceses, lo genuinamente humano son las pasiones que tienen a su servicio una razón instrumental que permite regularlas de modo que consigan sus intereses.

Rosanvallon (1989) plantea que Smith concibe la economía- “la ciencia de la riqueza”- como la realización de la filosofía escocesa del siglo XVIII (Hume, Ferguson, entre otros); una ciencia del funcionamiento de la sociedad civil moderna en el contexto de un Estado de derecho. Y es

que el capitalismo que concibió Smith más que un sistema económico es un modo de organización social abierta al comercio del *self-interest*, a la benevolencia de la mano invisible del mecanismo del mercado, esto es, de un sistema descentralizado y competitivo de asignación y distribución basado en decisiones de intercambio guiados por el egoísmo y el interés privado. Como afirma De Francisco (2008: 30 - 40), la aportación de la Ilustración escocesa está en descubrir la existencia de mecanismos ocultos de coordinación social que generan espontáneamente orden institucional. La idea es la siguiente: dadas ciertas normas e instituciones, los individuos interactuamos movidos por cualesquiera intenciones subjetivas, egoístas o altruistas. Unos tiramos para un lado, otros para otro. Pero en esa interacción, sin pretenderlo, sin buscarlo, sin saberlo, “activamos mecanismos de coordinación y agregación social que generan nuevas reglas y normas, esto es, nuevos marcos institucionales. Quiere ello decir que las sociedades están sometidas a dinámicas culturales e institucionales internas o endógenas, no diseñadas por nadie, ‘espontáneas’, que se van decantando a lo largo del tiempo”. Lo que la Ilustración escocesa, dicho de otra forma, estaba descubriendo es el denominado paradigma de las consecuencias no intencionales de la acción intencional, esto es, que los marcos institucionales son el resultado “no intencional de (miríadas de) acciones intencionales. En las palabras tantas veces repetidas- sobre todo por Hayek- de Adam Ferguson, las instituciones sociales son el resultado de las acciones humanas pero no del diseño humano.”

Es en los neoclásicos dónde se adopta la definición de mercado como la expresión formal de esa “compensación de intereses” que son sintetizados en la oferta y la demanda de bienes. Como se asume, también, la existencia de una mano invisible a través de la cual se produce permanentemente la autorregulación del mercado y el restablecimiento de la igualdad de oferta y demanda ante cualquier desviación o desplazamiento de cualquiera de las curvas de la oferta y de demanda. Por lo demás, la “compensación de intereses” y/o la asignación eficiente en el programa neoclásico se obtiene cuando, por un lado, los consumidores están perfectamente informados de las propiedades de todos los productos, poseen preferencias sobre todas las combinaciones posibles y maximizan su bienestar, sujeto a la restricción de que sus gastos no pueden exceder sus rentas: el resultado son las funciones de demanda. Por otro lado, los productores disponen de conjuntos de posibilidades de producción y maximizan sus beneficios a partir de sus posibilidades tecnológicas: el resultado son las funciones de oferta. La asignación eficiente o equilibrio competitivo caracteriza una situación en la que los productores y consumidores no pueden incidir sobre el precio del mercado; es decir, los consumidores y productores actúan paramétricamente respecto a los precios, ya que éstos quedan determinados por la interacción entre oferta y demanda del mercado (Barber, 1971; Infantino, 1998).

Arrow y Debreu (1954), en su teoría del equilibrio competitivo, argumentaron que en una economía donde los productores maximizan sus beneficios y los consumidores sus niveles de bienestar, se logra un equilibrio competitivo donde el precio de cada mercado iguala el volumen de la demanda y de la oferta. Situación de equilibrio del que se derivan los dos teoremas fundamentales de la economía del bienestar, que demuestran que si todos los mercados son perfectamente competitivos la asignación de los recursos es necesariamente eficiente. Específicamente, el primer teorema plantea que la asignación que hacen los mercados competitivos es la más eficiente posible y, el segundo teorema muestra que, en ausencia de rendimientos de escala crecientes, la asignación óptima se puede llevar a cabo de manera descentralizada mediante el mercado, al asignar éste los factores de producción y las mercancías mediante las decisiones descentralizadas que efectúan las empresas y las economías domésticas. Se sigue de ello que la función (económica) de los gobiernos debe reducirse a la identificación y remoción de los obstáculos que impiden el adecuado funcionamiento de los mercados y, a partir de ahí, desentenderse: *laissez faire, laissez passer*. Este corolario práctico no es otro que el Estado mínimo, limitado a vigilar que los contratos firmados se cumplan y que los derechos de propiedad se respeten (De Francisco, 2008; Escotado, 2008).

La teoría del equilibrio competitivo establece, a su vez, que los propietarios únicamente deben invertir su capital en aquellos proyectos que tengan expectativas de beneficio para que el capital resultante, después de realizada la operación económica, sea mayor que el capital inicial. Desde esta premisa, se explica que maximizar el valor para la propiedad constituye el objetivo último de la empresa, y que responde a una idea muy concreta acerca del derecho de propiedad y su ejercicio, lo que en el programa neoclásico se denomina tener los derechos residuales de control. Esto significa que los propietarios reciben los rendimientos que genera la empresa, es decir, tienen el derecho de recibir todo el beneficio neto que la empresa produzca, en tanto que los propietarios son los titulares legítimos de lo que queda después del pago de todos los créditos y deudas y el conjunto de compromisos contraídos. Pero para garantizar el beneficio neto es clave atenerse al principio de eficiencia asignativa, y que ha de impregnar y condicionar el nivel tecnoeconómico, en el que se sitúa la actividad de las empresas, y del que se desprende un tipo de análisis: el análisis tecnológico de la empresa.

Para este análisis la empresa elige el plan de producción técnicamente factible que maximice los beneficios, por lo que se asemeja la empresa a una función de costes ( $C = C(x)$ ) o a una función de producción del tipo  $X = f(y)$ . Para ambas funciones lo relevante es conocer los volúmenes de los factores productivos y del producto final y sus respectivos precios, determinándose que el

conjunto de alternativas de elección por parte de la empresa se reduce a cantidades de recursos a utilizar y productos a realizar, factibles para una tecnología predeterminada, y el criterio de elección entre alternativas se limita a la maximización del beneficio, objetivo básico de la empresa (Milgrom y Roberts, 1993). Desde esta perspectiva técnica, las propiedades de la función de producción ( $F(x_1, \dots, x_n)$ ) juegan un papel central en la determinación del tamaño empresarial óptimo para la obtención del volumen de output que maximice el beneficio. En el sentido de que cuando en un régimen competitivo no resulte posible ni eficiente organizar la producción bajo un sistema competitivo, entonces las empresas incrementarán su volumen de producción (su tamaño) en relación con la dimensión de la demanda, y con ello surge el concepto de rendimientos crecientes de escala, entendido como la disminución en el coste medio unitario como consecuencia del incremento en el volumen de producción. Asimismo, juntamente a las economías de escala, el análisis técnico explica la existencia de economías de alcance que se producen como consecuencia de incrementos de eficiencia derivados de la producción conjunta de dos productos. Las economías de escala y de alcance son el resultado de la utilización de la tecnología de la empresa, y son formas de economizar costes, ya que en el análisis tecnológico la empresa responde a señales externas -el sistema de precios-, y el equilibrio competitivo es el resultado de que los agentes económicos -empresarios o managers- sean eficientes en sus actuaciones, es decir, que tengan una meta claramente definida (maximización del beneficio y/o utilidad) y que sean sustantivamente racionales.

Bajo esta concepción, la máxima eficiencia económica -un óptimo competitivo- se consigue al coincidir la eficiencia privada, máximo beneficio para los propietarios legales de la empresa, y la eficiencia social, máximo bienestar colectivo, siempre que en la búsqueda del máximo beneficio la empresa no genere efectos externos importantes para el resto de interesados, directos o indirectos. Para ello únicamente es necesario que los agentes persigan su propio interés y tengan información sobre el sistema de precios, para que se realice la bondad de los equilibrios de mercado; equilibrios que no son el resultado ni buscado ni deseado de un proceso descentralizado de toma de decisiones; equilibrios que tienen una propiedad: la eficiencia, definida como optimalidad paretiana. Un estado social “es un óptimo de Pareto si y sólo si nadie puede mejorar su situación en términos de utilidad sin empeorar la de algún otro, quien naturalmente vetaría el cambio de estado; por eso se dice que un óptimo de Pareto es una situación en la que, por no darse veto alguno, hay unanimidad”. Así, en la economía del bienestar se “afirma lo siguiente: a) bajo determinadas condiciones (especialmente, inexistencia de externalidades) todo equilibrio de mercado perfectamente competitivo es un óptimo de Pareto; y b) bajo ciertas condiciones (especialmente inexistencias de economías de escala) todo

estado social Pareto-eficiente es también un equilibrio perfectamente competitivo de mercado” (De Francisco, 2008: 46-47).

## **1.2. El principio de utilidad marginal decreciente**

Es en los primeros marginalistas (Jevons, 1871; Menger, 1997; Walras, 1954) donde se consolida la noción de utilidad marginal decreciente como eje argumental para la elaboración de la teoría de equilibrio competitivo. Sin embargo, el concepto de “utilidad” ya fue mencionado por los economistas clásicos, de hecho hubo una corriente del pensamiento dentro de los clásicos que abordaron la teoría del valor desde una perspectiva subjetiva del valor (Say, Longfield, Lloyd, Mc Culloch). Dos explicaciones se dan para argumentar por qué esta idea no se impuso frente a la teoría dominante de la época. Una, se relaciona a la incapacidad de elaborar una teoría subjetiva completa y de bases sólidas y, adicionalmente, estos autores no fueron capaces de acaparar la atención de otros economistas de la época que seguían fielmente la estructura analítica de los defensores de la teoría objetiva del valor. Así, el principio de utilidad marginal sería desarrollado a fines del siglo XIX, cuando la teoría subjetiva del valor, basada en el utilitarismo, se convierte en el pilar fundamental de la estructura teórica que dará origen a la “revolución marginalista”, pues era claramente oportuno el replanteamiento de esta cuestión (Barber, 1971). Oportuno en el marco institucional de una economía de empresa privada, o libre competencia, que permitía una mayor división del trabajo y especialización, y por tanto otorgaba una mayor extensión al mercado y un mayor desarrollo (Perdices, 2008).

En este punto cabría preguntarse si el surgimiento de la escuela neoclásica implica una ruptura radical con las ideas sostenidas hasta el momento. Al respecto, Naredo (1987:185) considera que “los neoclásicos mantienen la misma visión que los clásicos del progreso económico y hacia donde éste debe apuntar. Los neoclásicos tomaron no sólo las nociones de riqueza, producción, consumo, trabajo, capital y sistema económico, ya establecidas por los clásicos, sino también la argumentación de éstos que veían la fuerza motriz impulsora del mundo económico en ese deseo de enriquecerse, de preferir, como expone Jevons (1871), una ganancia grande a una pequeña y la máxima cantidad de riqueza con un mínimo de trabajo y abnegación”. Screpanti y Zamagni, (1997) indican que en el desarrollo del nuevo sistema formal neoclásico, centrado en el análisis de la asignación de recursos escasos, las ideas centrales clásicas en torno a los problemas de crecimiento siguen ejerciendo influencia, dado que el planteamiento neoclásico tiene por finalidad dotar a los desarrollos previos de precisión y rigor,

y no invalidarlos, buscando, tal y como pretendía Ricardo (1817), hacer de la economía una ciencia deductiva aplicable a cualquier marco institucional (Brunet y Pastor, 2003).

Siguiendo el argumento de Screpanti y Zamagni (1987:159), las principales diferencias de ambas escuelas se sintetizan en que: 1) la definición neoclásica de economía como la ciencia de la asignación es capaz de abarcar toda la realidad económica por sí sola. Los neoclásicos prescinden así del problema de la identificación de las fuerzas que explican la evolución en el tiempo de las economías industriales. De hecho, su análisis del equilibrio competitivo es estático, es decir, es atemporal y universal; así, la teoría del desarrollo económico es sustituida por el concepto y el análisis de equilibrio general estático (o equilibrio general aplicado estático, en el caso de Marshall) 2) el pilar fundamental en el que se centra la tesis neoclásica es el utilitarismo, según la cual puede explicarse el comportamiento humano mediante el cálculo racional orientado a la maximización de la utilidad; el principio de maximización que anuncia el comportamiento económico de cualquier agente como un comportamiento de maximización, sujeto a restricciones, facilitó la aplicación del aparato matemático a la economía, principalmente del cálculo diferencial bajo el supuesto de que las funciones económicas son continuas y diferenciables. Bajo este principio, un objeto tiene valor, si es deseado “por un sujeto, por lo que debe existir determinado sujeto al que imputar aquel fin, cuestión que se diferencia de la postura objetiva del valor argumentada por los clásicos, que consideran que los valores existen independientemente de las decisiones individuales”, y 3) otro elemento diferenciador es el método, basado en el principio de la sustitución en el margen, que no tiene equivalente en los desarrollos clásicos, mediante el cuál los sujetos se enfrentan a situaciones alternativas de elección, y por lo cuál el interés se centra en la selección de la opción óptima. En palabras de Blaug (1985: 297), “al dividir una cantidad fija de cualquier cosa (bienes, dinero, recursos, tiempo...) entre varios usos competitivos, la asignación ‘eficiente’ implica que cada unidad del dividendo se asigne de forma tal que ganancia de su transferencia a un uso determinado sea exactamente igual a la pérdida involucrada en la retirada de otro uso. Además, en cada caso el problema de la asignación tienen una solución de máximo sí, y sólo sí, el proceso de transferencia de una unidad de recursos disponibles a un uso singular entre todos los usos posibles está sujeto a rendimientos o resultados decrecientes.”

Los fundadores del marginalismo son Jevons (1871), dentro de la escuela anglosajona, Menger (1897), miembro de la escuela austríaca, y Walras (1874), de la escuela de Lausana. Si bien las obras simultáneas de estos autores comparten el mismo argumento con relación a la conceptualización del problema económico, pueden observarse algunas diferencias en cuanto al

aporte y planteamiento. Respecto a estas diferencias, Argemí (1987: 206) argumenta que si bien el principio marginal fue expuesto por las tres escuelas, la forma en que este principio “se articulaba con el resto de sus teorías y los puntos de partida de las mismas eran distintos, por lo que conviene tratar por separado a dichos autores.” Así, el enfoque propuesto por Jevons (1871), ya había sido esbozado por otros autores, destacándose, entre ellos, la obra de Gossen (1854), tal vez considerado el primer autor que desarrolló una teoría completa del consumo mediante el concepto de utilidad marginal. Para este autor, la economía debería apoyarse en una teoría del placer y del dolor, orientada por la presuposición de que un individuo puede obtener el máximo placer con el mínimo esfuerzo.

Para Jevons, una unidad de placer o de dolor es difícil de concebir, pero es la magnitud de estos sentimientos la que nos está incitando continuamente a comprar y vender, a endeudarse y prestar, a trabajar y descansar, a producir y consumir; y es de los efectos cuantitativos de los sentimientos que debemos estimar sus magnitudes comparativas. De ahí que la economía requiere un tratamiento matemático porque trata de cantidades. Supone que estas cantidades son objeto de continuas variaciones y esta hipótesis le permitió a Jevons el empleo del cálculo diferencial, con sus magnitudes infinitesimales y su representación gráfica. Por consiguiente, las leyes de la economía pueden reducirse a unos pocos principios expuestos en términos matemáticos, derivados de los dos pilares que guían la conducta humana: los sentimientos de placer y dolor. Por esto, Jevons establece que el valor de los bienes depende única y exclusivamente de la utilidad, que no es más que el grado de satisfacción que alcanza un individuo cuando adquiere un bien para satisfacer una necesidad. Jevons reconocía que las comparaciones de la utilidad entre individuos o grupos son imposibles, y que la función de utilidad es una relación entre las mercancías que consume un individuo y un acto de valoración personal. La utilidad, entonces, no es una cualidad intrínseca al objeto sino está plenamente determinada por la persona que lo adquiere. De este modo, la utilidad y la escasez reemplazan al trabajo como determinantes del valor. Para los clásicos, los objetos tienen un valor porque llevan incorporado el trabajo necesario para producirlos. Jevons, al contrario, deducía el valor del trabajo determinándolo a partir del valor del producto (Negishi, 1989; Rima, 1998; González González, 1977, 1979).

El análisis de Jevons se centró en el intercambio, considerando que la característica que define al individuo, como agente económico, es que actúa sobre la base del cálculo racional maximizador, siendo el único elemento que puede y debe estudiar la economía. El problema económico consiste en satisfacer las necesidades al máximo con el mínimo esfuerzo. Además,

en su análisis centrado en la demanda, sin embargo, no ignora el papel de la oferta en la determinación del valor. Sus aportes en este aspecto se centran en dos cuestiones. En primer lugar, se destaca su formulación de la ley de rendimientos decrecientes que permitió extender dicho análisis a otros bienes que no sean agrícolas, ya que se basó en cambios hipotéticos en la utilización de los factores productivos y no en incrementos observables que facilitó dicha interpretación extensiva. Y, en segundo lugar, Jevons no dejó el coste de producción de lado; el mismo quedaba integrado en una cadena de causalidades que sintetiza su obra: el coste de producción determina la oferta, la oferta determina el grado final de utilidad y el grado final de utilidad determina el valor (Argemí, 1987; Laidler, 1991). Así, el precio de los bienes no se determina por su utilidad total, sino por la comparación entre la utilidad marginal de su consumo y el incremento marginal de la oferta (desutilidad marginal de la producción). Esta desutilidad está explicada por contraposición a la situación de placer, debido a que si se incrementa la intensidad y duración del trabajo, éste esfuerzo puede superar el placer que produce el bien obtenido con el trabajo incorporado (Segura et al. 1998).

La consolidación del principio de utilidad marginal tuvo lugar posteriormente, en lo que la literatura económica denomina la síntesis neoclásica, siendo su principal exponente Marshall (1963), el cual comparó el método abstracto con el de las ciencias físicas y naturales. “Los Principios de economía” de Marshall recogieron las ideas propuestas por Jevons y, a su vez, revalorizaron algunas de las aportaciones de los economistas clásicos (Brémond, 1989). De esta forma, Marshall logró reunir conceptos fragmentados en un todo coherente basado en el evolucionismo, pudiendo destacarse, dentro de sus aportes, los siguientes: la determinación del precio, la noción de *ceteris paribus*, el concepto de elasticidad de la demanda, economías internas y externas, marginalidad y sustitución. En primer lugar, cierra la discusión en torno al rol que cumple la oferta y la demanda en la determinación del precio. Para Marshall, en el punto de intersección de ambas curvas se establece el precio de equilibrio. La esencia de un sistema económico no consistía en la producción de bienes sino en la satisfacción, por lo que la medida del valor se determina por lo que el público manifiesta en sus actos de compra. A partir de la noción de utilidad, se deriva la función de demanda del consumidor, siendo el precio la señal que representa el grado de satisfacción que reporta el consumo de un bien. Este análisis marshalliano supuso aislar el comportamiento del consumo respecto a otros determinantes del mismo, incorporando al análisis la condición *ceteris paribus*, a efecto de explicar la influencia del precio de mercado en la maximización del nivel de utilidad. Asociada a la derivación de la función de demanda, se destaca la introducción de la noción de elasticidad precio de la demanda, concepto que está estrechamente relacionado con la teoría del valor y del excedente



del consumidor, definido como el exceso de precio que éste está dispuesto a pagar antes de prescindir del bien sobre lo que efectivamente paga (Blaug, 1985; Perdices, 2008).

Marshall consideró que no sólo es importante destacar que la utilidad marginal es decreciente, sino además, conocer la tasa de variación de la misma; principio fundamental en el que se sostiene toda la modelización neoclásica bajo el análisis de los procesos de elección en el margen, tanto para la demanda como en la producción. Este autor señaló que la empresa que opera en el mercado perfectamente competitivo a corto plazo tiene un límite de producción similar a la de sus competidoras en el mercado. Esta empresa representativa es, por lo demás, una abstracción; no es ni un promedio aritmético, ni una mediana. De hecho, Marshall representó a la empresa perfectamente competitiva con una estructura de costes medio y marginal donde a partir de determinado nivel de producción en adelante los costes aumentan a la vez que se incrementa el uso de los factores necesarios para ampliar la producción. En otras palabras, que la empresa no puede ampliar el uso de todos sus factores en un período breve de tiempo, por lo que algunos han de considerarse fijos. Asimismo, este autor consideró que se puede dividir las economías de escala, es decir, los costes para las empresas, en dos: 1) aquellas que dependen de la evolución de la industria, y 2) las que dependen de los recursos de las empresas, de la organización de éstas y de la eficiencia de su dirección. En el primer caso, las define como economías externas y las segundas internas. Las primeras se asocian directamente a la localización de la industria y a la presencia de conglomerados de empresas pequeñas, mientras que las internas tienen impacto en la estructural industrial de la economía. Sin embargo, la existencia de economías de escala es incompatible con el modelo de mercados perfectamente competitivos, y es ahí donde toman relevancia las economías externas. Marshall observó que el equilibrio competitivo puede ser compatible con las curvas de oferta descendentes si las economías externas conducen a la interdependencia entre las curvas de la oferta individuales. Las economías externas están presentes si un aumento del producto de la industria aumenta la cantidad que cada empresa individual está dispuesta a ofrecer a cada precio.

Marshall utilizó siempre el comportamiento de la empresa representativa, que no es la que obtiene los mejores ni peores resultados en una determinada industria. Esta empresa hace uso de los factores de producción, que son la tierra, el trabajo, el capital y la organización (Argermí, 1987). El mecanismo de funcionamiento de la empresa se asocia así al modo en que cada productor combina los factores productivos y el ajuste que el empresario llevaría a cabo si se alteraran las condiciones del mercado. La primera se resuelve desde el punto de vista técnico

mediante un procedimiento racional análogo a las decisiones de consumo, esto es eligiendo la combinación que minimice los costes. Bajo esta consideración, Marshall definió al empresario como aquél individuo capaz de organizar los factores de la producción y maximizar beneficios de acuerdo a su asignación eficiente. Para este autor, el capital, el riesgo financiero lo ponen los capitalistas, mientras que los individuos con aptitudes empresariales o emprendedoras lo emplean para obtener con él un rendimiento. En estas tareas directivas, subraya Marshall, mucho más importante que las labores rutinarias es la disposición a innovar, a emprender nuevos caminos que tenga la gerencia (Díaz Morlán, 2009; Perdices, 2008). En este marco, el surgimiento de nuevas empresas se produce, según Marshall, como respuesta a desequilibrios en los mercados. La existencia de información completa y racionalidad perfecta de los agentes favorecen la implementación de mecanismos automáticos para reestablecer el equilibrio. Por lo tanto, la acción emprendedora se entiende como aquella capaz de explotar los beneficios extraordinarios que puede generarse en el corto plazo por cambios en la industria, ignorando las capacidades humanas para crear la empresa y las condiciones de entorno donde funcionan los mercados (Pérez Vila, 2007).

A diferencia de Jevons, Menger (1997) se centró particularmente en el análisis del método que debe aplicar la ciencia económica en el estudio de la realidad económica. Como exponen Screpanti y Zamagni (1997: 181), Menger se encontró con que tenía que batirse en dos frentes bastantes diferentes entre sí: “en el frente de la teoría económica, contra el sistema teórico clásico, y en el frente propiamente metodológico, contra la escuela histórica alemana. Todo esto es importante para dar sentido a sus preocupaciones sobre las cuestiones de método, preocupaciones que no encontramos ni en Jevons ni en Walras.” Al igual que Jevons, centra su discusión en la teoría del valor, pero profundizando en la naturaleza de los bienes. En este sentido, definió a los bienes como cosas útiles, es decir, aquéllos que tienen la virtud de poder entrar en relación causal con la satisfacción de las necesidades humanas. La cualidad de “bien” se obtiene cuando: a) existe una necesidad humana; b) el objeto tiene las cualidades que permitan establecer una relación causal con la satisfacción de dicha necesidad; c) el individuo conoce dicha relación causal, y d) existan derechos que permitan disponer de dicho objeto para su utilización. Cuando alguna de estas características no está presente, el objeto pierde la cualidad de bien. Esta relación causal, no es necesariamente directa. De ahí que dedicara parte de su obra a clasificar los bienes según sean de primer orden- que sirven para satisfacer las necesidades de las personas-, segundo o superiores- que sirven para producir bienes de primer orden-. Los bienes de orden superior pueden satisfacer necesidades humanas sólo indirectamente. Así, estos bienes requieren bienes complementarios para poder satisfacer las

necesidades. Menger clasificaría también a los bienes definiéndolos como económicos- cuando existe una necesidad mayor que la oferta disponible-, y no económicos- cuando la oferta supera a las necesidades, como el aire o el agua-. Un bien tendrá valor para los individuos si se comporta económicamente, de tal manera que la satisfacción de una necesidad depende de la capacidad para disponer del bien. La utilidad es la capacidad de satisfacción de las necesidades humanas, aunque los bienes no económicos también pueden poseer utilidad, sin embargo éstos no son escasos (Bien Greaves, 1996; Backhouse, 1988; Landreth y Colander, 1998).

Sin embargo, no es en este campo donde mayor valor tiene su aporte, sino en la consideración de que la utilidad marginal debía ser un instrumento capaz de explicar situaciones más complejas que involucren a la producción y la distribución. Screpanti y Zamagni (1997: 183-184) sugieren que en la visión de Menger “la única manera de preservar la simetría entre oferta y demanda consistiría en traducir los costes en alguna entidad homogénea con la utilidad. En esto reside la contribución específica de Menger.” A través de la incorporación de su teoría del coste de oportunidad pudo establecer una relación entre los costes de producción y la utilidad. El coste de oportunidad refleja “el sacrificio de la utilidad de aquellos otros bienes que se podrían haber obtenido de los recursos utilizados para producir el bien en cuestión. De ahí que los costes de producción no se valoran ya en términos absolutos, sino relativos.” Asimismo, la obra de Menger permitió ver la oferta y la demanda como dos aspectos de un mismo problema que puede ser explicado en términos de utilidad. Así, dado que lo que para el empresario representa un coste y para los poseedores de los factores productivos significa una retribución, simultáneamente puede establecer la lógica de distribución de la renta. Ante esto, Screpanti y Zamagni (1997: 184) describen que “mientras que las otras versiones del marginalismo necesitarían cerca de dos décadas para llegar a establecer que la teoría del valor basada en la utilidad marginal lleva directamente a la teoría de la distribución basada en la productividad marginal, Menger llegó enseguida a dicha conclusión. A él se debe la primera formulación de lo que se consolida posteriormente en la síntesis neoclásica: si cada factor recibe el valor de su contribución productiva, el valor de la producción total resulta exactamente agotado en la remuneración de los factores, y no queda ningún excedente del que alguien pueda apropiarse sin haberlo producido.”

Si un aspecto destaca a Walras (1954) del resto de los marginalistas, fue el reconocer que no existe una unidireccionalidad en la concepción del valor, como proponían Jevons y Menger, sino que la economía funciona como un sistema de interrelaciones en donde los mercados se equilibran simultáneamente. Así, el llamado análisis del equilibrio general de Walras hace

referencia a la situación en el que todos los mercados están interconectados de tal manera que si sucede un aumento de la demanda de un producto significará que hay un exceso de oferta de algún otro bien. La lógica central sobre la que se apoya la teoría del equilibrio general es el axioma de que existe una interdependencia general entre todos los mercados. El modelo considera la existencia de tres mercados, que unificados representarían la totalidad de los bienes y servicios que pueden pasar a constituir la oferta y la demanda agregada en el sistema de producción capitalista, el mercado de los productos, el mercado de los factores de producción, como el trabajo y el capital, y el mercado del dinero: el mercado financiero (Brémond, 1989). La interdependencia de todos los mercados tiene su origen en la existencia de un consumidor universal constreñido por la renta de la que dispone para poder efectuar decisiones de compra entre opciones alternativas. Por lo tanto, el precio de un producto “dado en el mercado estaría en relación con el precio de todos los productos restantes que hay en el conjunto de mercados y sus evoluciones y ajustes se harían de manera simultánea y global entre todos los productos que componen los mercados” (Martínez, 2002:27).

La diferencia del equilibrio general del análisis del equilibrio parcial es que cuando se considera un mercado en términos de equilibrio parcial marshalliano, se está considerando un mercado casi aislado donde se toman en cuenta las variables más importantes que influyen en la demanda de un bien, pero se considera dados o se ignoran los precios de algunas otras variables que están menos relacionadas (Méndez, 1993). Por lo demás, la teoría del equilibrio general permite asegurar que los mercados producen una autorregulación de la actividad económica sin paro y sin despilfarro de los medios de producción, ya que todos los factores de producción son utilizados, la oferta se encuentra en equilibrio con la demanda en todos los mercados, incluyendo en esto los mercados de trabajo. Pero para que el estado anterior de equilibrio general de los mercados de trabajo se produzca deben darse, señala Brémond (1989), tres condiciones: a) que exista un sistema de precios que asegure el equilibrio entre la oferta y la demanda en todos los mercados; b) que el sistema de precios tienda efectivamente a realizarse espontáneamente, y c) que el equilibrio sea estable. Así, bajo estas condiciones, la tendencia natural de los mercados es el pleno empleo, y si no se produce se deberá a imperfecciones en el funcionamiento del mercado de trabajo. Se entiende que el modelo explicativo “parte del supuesto fundamental de que tanto las empresas como los trabajadores son agentes que actúan en plena libertad en sus intercambios económicos, y son agentes racionales que buscan la maximización de los beneficios en el caso de las empresas, y la maximización de la renta salarial, en el caso de los trabajadores” (Martínez, 2009:28).

Al igual que Jevons, Walras hace uso del lenguaje matemático para explicar el equilibrio competitivo. Su teoría se basa en la construcción de un modelo matemático, basado en los supuestos de que toda unidad económica tiende a maximizar sus niveles de utilidad y que en cada mercado la demanda debe igualar a la oferta, que permite establecer el equilibrio definido como una situación en la que ni los consumidores ni los productores tengan incentivos para modificar las cantidades demandadas y ofrecidas de bienes en los diversos mercados. Se alcanza así un equilibrio competitivo walrasiano cuando: en cada mercado la demanda iguala a la oferta, cada operador tiene la posibilidad de vender y comprar exactamente lo que tenga proyectado y todas las empresas y los consumidores intercambian las cantidades de bienes que maximizan sus beneficios y utilidades. Para establecer las relaciones de intercambio el esquema de Walras se basa en la determinación de las curvas de demanda individual a partir de las de utilidad, siendo el concepto de utilidad marginal el pilar fundamental del análisis. Pero, la utilización del concepto de utilidad no sólo se limita a la explicación del comportamiento del consumidor, sino que se extiende a la relación con la oferta y el mercado de factores.

El punto de partida para Walras es observar que los mercados funcionan como subastas en la que intervienen los agentes económicos y el subastador. La función del subastador, entonces, será ajustar el vector de precios cuando existan desajustes entre oferta y demanda a fin de que estas finalmente se igualen. A este proceso, Walras denominó *tâtonnement*, para referirse al mecanismo de tanteo y error implícito en el proceso. Bajo este contexto de ajustes simultáneos, Walras considera explícitamente el rol del empresario en el sistema económico (Bien Greaves, 1996; Black et al. 1973). Define al mismo como un coordinador que organiza la producción tomando la tecnología y los precios como dados. En un estado de equilibrio, los empresarios obtienen beneficios normales, ya que si estos son positivos, reaccionaran incrementando la escala de producción y si son negativos, la reducirán. Así, para Walras, la opción de actuar como empresarios constituye un hecho puramente accidental, pues podría tratarse de un capitalista, “quien entonces pagará los servicios de la tierra y el trabajo a los respectivos propietarios, conservando para sí un residuo que deberá igualar, en el equilibrio a los intereses sobre los servicios que ha rendido el capital. O podría ser un trabajador, quien tras haber pagado los servicios de capital y de la tierra obtendría un residuo igual, en el equilibrio, al salario” (Screpanti y Zamagni, 1997: 177). Por lo demás, a diferencia de Jevons y Menger, la noción de utilidad marginal de Walras pudo ser integrada en un sistema más amplio que permitió distinguir entre el mercado de bienes y de servicios productivos. Este sistema más amplio consiste en “analizar las interdependencias que existen entre estos mercados. De este modo, cada intercambio que se produce en el sistema económico con el fin de lograr la máxima

satisfacción entre los agentes, tanto en su papel de propietarios de los medios de producción, como de consumidores, influye sobre el valor de todos los bienes del sistema, incluyendo dentro de los bienes los factores de producción” (Méndez Ibisate, 2004:15).

### **1.3. La competencia imperfecta**

Si bien es indiscutible el aporte que el pensamiento de Walras ha dado al desarrollo de la economía pura, unas de las principales críticas que se han formulado con relación a su teoría es su aplicabilidad desde el punto de vista práctico, dado que los mercados reales son terriblemente imperfectos y tienen fallos, pues están llenos de asimetrías informativas y de costes de transmisión. En efecto, los mercados reales- no los ideales- no sólo sufren externalidades y se ven afectados por economías de escala, sino que también adolecen de serios límites, por ejemplo, a menudo no se vacían y, en cualquier caso, son incapaces de suministrar determinados tipos de bienes, los bienes públicos. De hecho, las primeras discrepancias con el modelo de competencia perfecta y la teoría del equilibrio competitivo surgen a partir de 1920, cuando se discute sobre el comportamiento de la oferta de la industria en el largo plazo, dados los rendimientos a escala y la evidencia empírica de las soluciones propuestas por el modelo marshalliano. En este sentido, “la ley de los rendimientos decrecientes y la ley de los rendimientos a escala, son para la escuela neoclásica, la base para explicar técnicamente la producción, independientemente de los precios, de los mercados y de las relaciones monetarias” (Huerta de Soto, 2001: 78). Y es que desde finales del siglo XIX, el capitalismo se ha transfigurado en una realidad que nada tiene de competencia perfecta, pues antes que ésta prefiere el monopolio o el oligopolio.

En el largo plazo, la función de producción neoclásica supone que la tecnología está disponible para cualquier empresa, aún las entrantes. Es de esperar que las firmas alcancen el tamaño óptimo de planta para el cual el coste por unidad sea el más bajo posible. En la maximización de beneficios, esto supone una demanda del producto homogéneo perfectamente elástica y la obtención de beneficios normales para el empresario. Sin embargo, la existencia de economías de escala y de alcance ha requerido, por parte de la teoría neoclásica, situar los mercados industriales entre la estructura de competencia perfecta -supone la ausencia de barreras a la entrada de nuevas empresas y, simultáneamente, movilidad de los recursos empleados (o de uso potencial en la industria); divisibilidad continua de insumos y productos; perfecto conocimiento de las condiciones de los mercados (actuales y futuros)- y la estructura de monopolio -supone

que una única empresa abastece el mercado, e influye en la demanda de mercado a través de la fijación de la cantidad y el precio-, entre ambos extremos está la estructura de competencia imperfecta donde un número relativamente pequeño de empresas disfrutan de un determinado poder de mercado, por tanto, el mercado, como mecanismo espontáneo (endógeno) de coordinación no impide la acumulación de poder de mercado, la concentración oligopolista o monopolista de poder. En efecto, el capitalismo es un sistema que asigna muy desigualmente el poder económico (Landreth y Colander, 1991; Blaug, 1985). Por eso faltan las manos invisibles de los que depende la argumentación de la teoría del equilibrio competitivo. Faltan porque hay algunas manos visibles minoritarias, pero muy poderosas, que no suelen fallar.

La coexistencia de empresas de diferentes tamaños o cuotas de mercado no implica verlas, desde la perspectiva neoclásica, como causa o resultado de la falta de competencia, siempre que actúen dentro de un marco competitivo. Surge, así, la idea de que la competencia imperfecta (Chamberlin, 1960), definida como competencia dinámica, constituye el marco que explica el proceso histórico de concentración de capital, de crecimiento de unas empresas a costa de otras, materializado en la aparición de grandes empresas que concentran todas las operaciones en un mismo lugar y con un elevado grado de integración vertical, lo que ha condicionado la formación de grandes complejos o aglomeraciones industriales (Robinson, 1973). Por tanto, con la obra de Sraffa (1926), Robinson y Chamberlin, en su intento por analizar la coherencia lógica de este modelo, se inicia un período de revisión acerca del realismo de la teoría neoclásica, abocada hasta entonces al análisis de dos formas extremas de mercado: la competencia perfecta y el monopolio. Estas críticas darán fundamento a la existencia de mercados imperfectos. Por ejemplo, Sraffa (1926) centrará sus críticas al modelo de empresa propuesto por los neoclásicos basándose en sus limitaciones. El equilibrio en los mercados se alcanza en presencia de rendimientos constantes a escala, por lo tanto, el valor queda determinado por el coste unitario en el largo plazo. La demanda sólo influye en la determinación de las cantidades. Sin embargo, Sraffa señaló la existencia de imperfecciones de mercado que no son simples fricciones, sino fuerzas activas que producen efectos permanentes e incluso acumulativos sobre los precios y sobre las cantidades producidas. Consecuentemente, lo que limita el crecimiento de la empresa no es la presencia de rendimientos decrecientes a escala sino una curva de demanda parcialmente elástica por la cual las empresas nunca llegan a producir al nivel de costes eficiente.

Ahora bien, a partir de 1930, se inicia una época de incorporación de nuevas alternativas tanto en el ámbito microeconómico neoclásico a través del análisis de los mercados imperfectos,

como macroeconómico con la teoría keynesiana. En 1933, surge simultáneamente, en la escuela de Cambridge, el desarrollo de la teoría de la competencia imperfecta de Robinson y, en la escuela de Harvard, el modelo de competencia monopolística de Chamberlin. Si bien ambos llegan a soluciones de equilibrio similares, parten de objetivos y conclusiones diferentes. Para el propósito del análisis de la figura empresarial resulta interesante considerar las características de la empresa y los mercados, propuesta por la escuela de Harvard. El trabajo de Chamberlin introduce al análisis de los mercados la presencia de esquemas en los cuales las empresas se enfrentan a situaciones de competencia pero adicionando elementos del monopolio, especialmente en la posibilidad de fijar precios no competitivos en el corto plazo. En muchas industrias, existen numerosas empresas que son capaces de diferenciar su producto, abandonando el supuesto de bienes homogéneos del modelo de competencia perfecta. La existencia de productos sustitutos permite así a la empresa obtener poder de mercado y tener relativo control del precio de venta del mismo. Una característica importante es que las empresas están interrelacionadas, dado que el comportamiento de una de ellas tiene efectos en las cantidades, precios e ingresos que obtienen las demás (Silva, 2001; Rima, 1995). Desde este punto de vista, el precio, la calidad y diferenciación de productos son variables estratégicas que permiten obtener rentas extraordinarias en el corto plazo. Estos beneficios tienden a desaparecer por la entrada de nuevas empresas en el largo plazo, condición que hace que se alcance una solución de equilibrio similar al competitivo, pero a niveles de producción que subutilizan los recursos, generando capacidad excedente.

Bajo este nuevo contexto, se incorporan al análisis neoclásico las estrategias de diferenciación, pero este enfoque sigue los principios de optimización tradicional, y en su explicación acerca de los aspectos que influyen en las estrategias sólo se destacan elementos asociados a costes incrementales relacionados con esfuerzos de venta o de publicidad. Es decir, las estrategias de precios, producto y publicidad son variables claves en el entorno competitivo en el que operan las empresas y su aplicación se asocia directamente con los costes de producción (Rodríguez Braun, 1997). Por lo tanto, la figura empresarial bajo estas condiciones continúa asociándose con aquel individuo capaz de reasignar recursos para satisfacer las necesidades de la demanda. Según Silva (2001: 17), “una de las debilidades que presenta el modelo propuesto por Chamberlin (1960) es que no destaca el rol del emprendedor, la dimensión temporal, la coordinación gerencial y la ausencia del análisis de las decisiones de negocios que estos individuos adoptan”. Screpanti y Zamagni (1997:269) consideran que “después de un comienzo bastante prometedor, la nueva teoría de las formas de mercado fue decayendo gradualmente. La sistematización conceptual de Robinson y de Chamberlin, más que iniciar una nueva fase de



reflexiones teóricas, lo que hizo fue terminar una fase ya agotada”. Pero, posteriormente, se asumiría que en la competencia imperfecta se relaciona la dimensión de la empresa con la eficiencia (estática y dinámica) de la misma, al realizarse la competencia tanto a través de los precios como a través de productos diferenciados, y ello a consecuencia de que ciertas economías de costes están disponibles para instalaciones productivas de una cierta dimensión, es decir, basadas en grandes unidades integradas verticalmente. Empresas que alteran los procesos productivos y, con ello, las funciones de producción y de costes (Porter, 1990, 1999, 2003).

De esta manera, pueden configurar en cierta medida sus condiciones de mercado para poder asegurarse beneficios a largo plazo. Por esta razón, se plantea que la situación de las empresas reales es inexplicable sin el concepto de racionalidad estratégica (Salas, 2007; Schilling, 2007; De Kluyvert, 2001); concepto que adquiere plenamente sentido si se presupone que se ejerce cuando no se cumplen las condiciones de un mercado perfectamente competitivo. Tal incumplimiento pone de manifiesto el hecho de que cuando nos alejamos de los mercados competitivos, las empresas tienen un determinado poder para incidir sobre los precios de mercado. De ahí que el estudio de la empresa se ha realizado bajo dos perspectivas. Una, microeconómica, anclada en la teoría de los precios y de los mercados y, otra, la racionalidad estratégica, anclada en los factores explicativos de los beneficios empresariales al existir claras diferencias en los resultados alcanzados, incluso entre empresas pertenecientes a las mismas industrias. La estrategia sintetiza la forma de competir y la expectativa de cualquier empresa es que su estrategia se asiente en recursos y capacidades que determinen una posición competitiva superior en el mercado, la cual se verá reflejada en los beneficios también altos.

La eficacia de la racionalidad estratégica esta condicionada por la estructura de la organización y ésta, a su vez, condicionada por los procesos directivos, en tanto que la dirección de la empresa elige la forma en que se relaciona con sus factores de contingencia al elegir la tecnología, uno u otro tamaño, o unos u otros sectores de actividad. En última instancia, las estructuras industriales y las formas organizativas son el resultado de las estrategias competitivas de las empresas. De ahí que la variedad de formas y tamaños que adoptan las empresas no justifican el modelo de la competencia perfecta ni los mercados se caracterizan por productos homogéneos, ya que diferencias de estilo, reputación y calidad distinguen las ofertas de productos dentro de numerosas líneas. La heterogeneidad de las empresas y de los productos constituyen desafíos a la lógica de la teoría de la elección o teoría del equilibrio competitivo, pues hay tantas formas de organizar la planificación del desarrollo de nuevos productos como

empresas existen. Por lo demás, el modelo del equilibrio competitivo que supone mercados con información perfecta, transparencia de precios, sin asimetrías informativas, y racionalidad ilimitada de los agentes provoca la cuestión que Arrow (1974) planteó en los siguientes términos: ¿para qué integrar actividades si el coste de recurrir al mercado es nulo? Paradoja que no explica el por qué emergen en un mar de cooperación inconsciente islas de poder consciente: las empresas, caracterizándose básicamente por poseer una estructura interna y un poder de mercado. De ahí que Coase (1994) planteara que la empresa es una forma de organizar la producción en la que el empresario sustituye las transacciones democráticas, consensuadas del mercado, por órdenes. Para este autor, al existir unos costes derivados del uso del mecanismo de los precios, las empresas surgen a causa de que los beneficios de una producción coordinada en equipo superan a los derivados de la formalización de contratos individuales (Barney y Ouchi, 1986).

La teoría del equilibrio competitivo explica que lo que sucede en la empresa es lo que ocurre en el mercado, y lo que ocurre dentro de ella es un óptimo tecnológico; por tanto lo que tradicionalmente en microeconomía se ha considerado empresa no es más que una parte de la teoría de los mercados, omitiéndose, en primer lugar, factores ambientales de carácter institucional, como la incertidumbre e influencia de la variable tiempo, la inexistencia de diferencias entre objetivos de los distintos agentes que intervienen en la empresa, y aspectos como dimensión, integración vertical, estructura organizativa o diversificación. En segundo lugar, el concepto de competencia perfecta es deficiente para comprender una institución social como es la empresa, cuya razón de ser se encuentra en la existencia de fricciones (incertidumbre, asimetrías de información, racionalidad limitada, oportunismo y especificidad de activos) entre los agentes que intervienen en cualquier tipo de transacción. En tercer lugar, en la teoría del equilibrio competitivo se efectúan consideraciones irreales acerca del comportamiento productivo al suponerse que éste surge de cambios exógenos y que todas las empresas de una misma industria tienen acceso a la misma fuente de conocimiento productivo. Y ello en base a la presuposición de que la tecnología se da como dada, uniformemente disponible para todos, ignorándose, por un lado, la capacidad de los directivos para incorporar innovaciones y, por otro, que una gran proporción de conocimiento técnico es tácito y basado en la experiencia.

En cuarto lugar, en la teoría del equilibrio competitivo la figura del empresario no juega ningún papel ya que el proceso de toma de decisiones se reduce a la aplicación mecánica de un conjunto de reglas de decisión. Sin embargo, la modificación del objetivo de maximización del

beneficio puede ser efectuada ya por el personal directivo de las empresas que tienen capacidad para imponer sus propios objetivos a los de los propietarios, como el propio personal que tiene capacidad de imponer sus objetivos a través de los procesos de negociación laboral. Por ejemplo, la teoría del intercambio disputado de Bowles y Gintis (1990) plantea que los mercados- sobre todo los mercados de trabajo- son mecanismos disciplinarios- esto es, de poder- y no sólo mecanismos de asignación y distribución de bienes, servicios e información. La razón de que el mercado laboral es un intercambio disputado “es que mientras el tiempo del trabajador puede ser contratado, la intensidad y calidad del trabajo real por lo general no puede serlo. El trabajo no sólo se mide en tiempo, sino en esfuerzo, intensidad y calidad, cosas todas ellas que suponen un coste para el trabajador y son además difíciles de medir y controlar por parte del empresario. Precisamente por ello estos atributos del trabajo no pueden ser contratados *ex ante* y no admiten una validación exógena (en los tribunales, por ejemplo). Dicho de otro modo: uno no puede ir a magistratura de trabajo y contarle al juez que despidió a ese trabajador porque no se esforzaba lo suficiente o no era todo lo bueno que cabría esperar. Por eso podemos decir que las propiedades cualitativas del trabajo son atributos disputados de la fuerza de trabajo. Por lo tanto, tienen que ser extraídos, por así decirlo, endógenamente, esto es, mediante el despliegue por parte del empleador de estrategias encaminadas a dicha extracción” (De Francisco 2008:73).

En quinto lugar, las transacciones son efectuadas por agentes anónimos que operan en mercados impersonales y que tienen un comportamiento mecánico de simple ajuste hasta alcanzar situaciones de equilibrio. Por consiguiente, este análisis asigna un papel pasivo a la empresa e ignora el hecho de que los mercados no son tan anónimos, los trabajadores y sus estrategias son relevantes, los productos son sofisticados y específicos, y la información para orientar la estrategia de la empresa es compleja y diversa. Por último, no se explica las diferencias de poder que surgen en la realización de transacciones con incertidumbre, asimetrías informativas y racionalidad limitada, y es que el modelo de la elección presupone que los agentes económicos son absolutamente racionales. Definición que no refleja adecuadamente los comportamientos individuales y organizativos, pues los agentes económicos disponen de racionalidad limitada a la hora de obtener información, procesarla y resolver problemas complejos. Además, no se puede explicar la empresa considerándola como un grupo homogéneo y cohesionado sino como una coalición de individuos con intereses en conflicto (Brunet y Böcker, 2007).

Simon (1978, 1991) afirma que la teoría del equilibrio competitivo asume una hipótesis acerca de los decisores que este autor denomina hiper racional, en el sentido de que éstos no tienen

problemas de pérdida de memoria, disponen de toda la información que precisan, son capaces de procesarla y tienen un sistema de preferencias dado, claro, preciso y ordenado. Esta hiper racionalidad no es en ningún caso una característica definitoria del comportamiento individual y mucho menos del comportamiento organizativo. De hecho, el modelo neoclásico de hombre racional está restringido, al menos en parte, por las limitaciones de la interdependencia social que caracteriza a las organizaciones complejas, así como por las limitaciones psicológicas de los individuos; limitaciones que, para Simon, se combinan para formar la noción de lo que es satisfactorio, y que proceden tanto del marco organizacional en el que se toman las decisiones, como de las limitaciones psicológicas de la cognición humana. La racionalidad en los contextos organizacionales es limitada, para este autor, por los siguientes motivos: 1) la racionalidad requiere un conocimiento y una precisión cabales de las consecuencias que resultarán de cada elección. En realidad, el conocimiento de las consecuencias es siempre fragmentario; 2) ya que estas consecuencias se sitúan en el futuro, la imaginación debe suplir la falta de sensación experimentada al atribuirles algún valor. Pero los valores sólo pueden anticiparse de manera imperfecta; 3) la racionalidad exige una elección entre todas las conductas alternativas posibles. En el comportamiento real, sólo unas cuantas de ellas vienen a la mente. Estos tres motivos explican que la racionalidad humana sea limitada, por ello en vez de buscar alternativas óptimas entre todas las que son posibles, el decisor se contenta con buscar una alternativa que sea satisfactoria en términos tanto de las condiciones que prevalecen como de los propósitos de la organización como él los entiende. Por esto, que el individuo es racional y responsable sólo dentro de un ambiente organizacional, por lo que actuar racionalmente significa hacerlo dentro del marco de las metas y los propósitos establecidos en la organización. Ésta tendrá viabilidad siempre que las recompensas que reciban los diversos grupos y/o agrupamientos de personas que la integran compensen sus aportaciones.

#### **1.4. El modelo neoclásico de empresa y emprendedor**

El programa neoclásico, como ciencia práctica de la economía privada, no tiene por objetivo explicar cómo son las acciones económicas sino cómo tienen que ser para que éstas sean eficientes. Dar fundamento y base técnica a acciones eficientes, constituye, tal y como hemos expuesto, la cuestión principal que se desprende de la hipótesis neoclásica de que en una economía de mercado los sujetos económicos buscan y se concentran en elecciones óptimas. Esta concepción se hace evidente en el modelo neoclásico de la empresa, y que constituye una de las primeras contribuciones al análisis de la empresa (Brunet y Belzunegui, 2005). Desde esta

perspectiva, la empresa es un elemento más del mercado, al no estar interesada la economía neoclásica por una teoría de la empresa *per se*, pues su interés está en el análisis del funcionamiento de los mercados, y que lleva a cabo bajo la óptica de un problema de decisión racional individualizada. Problema definido como un problema de asignación de los recursos escasos, y que se resuelve en términos de los intercambios que se producen entre dos tipos de sujetos económicos: productores y consumidores. Entre estos dos tipos de agentes económicos no existe interdependencia entre sus decisiones y acciones, pues se presupone que sus utilidades son interpersonalmente independientes y que seleccionan sus acciones por medio de elecciones autónomas e informadas.

Basándose en la ficción de una pequeña empresa sometida a rendimientos decrecientes, la economía neoclásica establece que la empresa maximiza sus beneficios a corto plazo en un mercado de competencia perfecta, produciendo una cantidad de *output* tal que su coste marginal es igual al precio de mercado. La empresa sobrevive mientras el precio supere los costes variables medios. Si la demanda aumenta, los precios suben. En este esquema explicativo, la empresa queda representada como una función de utilidad que se concreta en una función de producción en la que la productividad marginal depende de la tecnología concreta de producción utilizada. Al hacer abstracción de todo lo que acaece en el interior de la empresa, al hacerla equivalente a un proceso mecánico de transformación de factores en productos dictado por las exigencias técnicas de la función de producción, este esquema explicativo da por resuelto, de una manera automática, el problema de las relaciones conflictivas en el trabajo; relaciones conflictivas que surgen por las disputas por el poder y el control de los recursos, y por la determinación de las condiciones de trabajo (Negishi, 1989; Segura y Rodríguez Braun, 1998).

La empresa en la tradición neoclásica queda representada, entonces, como un agente con capacidad de decisión, y el resto de los agentes que participan en ella ejecutan las órdenes y decisiones que emanan de él; agente que ha de elegir el plan de producción técnicamente factible (un óptimo tecnológico) que maximice los beneficios, pues se supone que la empresa tienen un acceso irrestricto a conjuntos de producción que contienen, por su parte, un listado de todas las técnicas elegibles y del que tan sólo deben optar por aquella que se adecua a las relaciones de precios de los factores productivos. De esta explicación, se deducen las leyes que rigen la distribución del ingreso (ingreso de los hogares y retribuciones al capital), y que dependen exclusivamente de las condiciones tecnológicas. Esta exclusividad de las leyes que rigen la distribución del ingreso respecto a las condiciones tecnológicas constituye una verdad

necesaria –un axioma-; otra verdad necesaria es que el crecimiento del capital por individuo ocupado se corresponde con una tasa de beneficio decreciente en ausencia de progreso técnico, cuya manifestación más frecuente se puede observar en el uso de una función de producción agregada, ya que a partir del conjunto de relaciones, dadas por las funciones de producción (que especifican la tecnología disponible), las funciones de utilidad (que especifican las preferencias vigentes) y las restricciones de presupuesto (determinadas a partir de la propiedad de los recursos), se considera que es posible definir un conjunto de mercados de productos y de mercados de recursos (Blaug, 1985). Así, en la solución obtenida se verifica el pleno empleo de todos los recursos, se verifica la plena colocación de todos los productos y, en equilibrio, cada recurso obtiene un precio igual a su productividad marginal en la producción.

El determinismo tecnológico en el que cae el análisis neoclásico de la empresa se reafirma cuando se trata de explicar el concepto de rendimientos crecientes a escala como consecuencia del incremento de la producción. Así, bajo la hipótesis neoclásica de que la tasa de rendimiento de un recurso tenderá hacia la igualdad en sus varios usos, se afirma que las condiciones en que las empresas desarrollan sus actividades son, desde un punto de vista lógico, condiciones de rendimientos decrecientes, por lo que la maximización de beneficios no tiene solución si existen rendimientos crecientes a escala. Para evitar esta dificultad (un fallo de mercado), se reconoció que en muchas actividades productivas los rendimientos a escala son crecientes en el tramo relevante de sus funciones de oferta, por lo que se consideró que el principio de los rendimientos decrecientes era restrictivo en relación con la caracterización del sistema económico real. Este problema queda resuelto ajustando la función de producción a los avances tecnológicos, en el sentido de que si en un régimen competitivo no resulta posible ni eficiente organizar la producción bajo un régimen de equilibrio competitivo, entonces los productores, mediante el cambio tecnológico, tenderán a incrementar su tamaño (su volumen de producción) en relación con la dimensión de la demanda, y ello con la finalidad de optimizar sus recursos, obteniendo, así, rendimientos de escala crecientes. Rendimientos justificados en tanto que los intereses que persiguen los productores dependen de las posibilidades de conseguir y utilizar una posición de poder en el mercado (Pérez Vila, 2007).

Además, en presencia de rendimientos crecientes dejan de existir precios de equilibrio competitivo, por lo que este equilibrio, dirigido exclusivamente por la competencia de los precios, queda relegado a un rol relativamente menor. Surge así la idea de que las empresas compiten, principalmente o en primera instancia, a través de la tecnología, que otorga un determinado poder de mercado; concretamente, poder para fijar precios a distintos niveles al del

competitivo. Este distinto poder entre empresas ha permitido modificar la concepción de la función de producción como construcción teórica del estado del conocimiento tecnológico, y del supuesto de perfecta información, pues únicamente la empresa tiene conocimiento detallado de la tecnología que ella usa. Y, en segunda instancia, las empresas no sólo compiten en precios, sino, también, mediante la diferenciación del producto –competencia imperfecta o dinámica-, que les permite ejercer cierto control sobre el mismo. La competencia imperfecta se basa en la innovación y en la búsqueda de diferencias estratégicas, es decir, en cómo compiten las empresas para obtener ventajas competitivas (poder de mercado). Estas ventajas surgen, por un lado, de los estudios sobre la competencia monopolística, y, por otro lado, de los estudios sobre la separación entre propiedad y control en la empresa gerencial (Berle y Means, 1968; Burnhan, 1962; Galbraith, 1973).

Finalmente, nos interesa destacar las contribuciones de los neoclásicos en el estudio del *entrepreneurship*. A lo largo del capítulo de esta primera parte, se han presentado las distintas teorías que explican el comportamiento de la empresa y la función empresarial. En el cuadro siguiente se resumen los conceptos que incorporan los autores actuales neoclásicos en su intento de explicar la relación entre *entrepreneurship* y el crecimiento de las economías.

**Cuadro 1: Las contribuciones de los neoclásicos a *entrepreneurship***

Idea	Contribución	Ventajas	Desventajas
Talento para administrar (rol coordinador)	Lucas (1978)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Formalización de una idea básica</li> <li>2. Modelo de elección ocupacional</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. No precisa el significado de talento (no es testeable).</li> <li>2. Entrepreneurship es un factor más de producción.</li> </ol>
Tolerancia al riesgo. (asignador de riesgo)	Kihlstrom y Laffont (1979)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Análisis del equilibrio con <i>entrepreneurship</i>.</li> <li>2. Formalización de las ideas de Knight.</li> <li>3. Explicación de cómo la riqueza se relaciona con <i>entrepreneurship</i>.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. No distinguen entre riesgo e incertidumbre.</li> <li>2. No es robusto en el análisis de mercado de capitales abierto.</li> </ol>
Capacidad por apropiarse de nuevas oportunidades rentables. (innovación)	Holmes y Schmitz (1990)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Análisis de desequilibrio.</li> <li>2. Precisión sobre la ides de habilidades entrepreneuriales.</li> <li>3. Elección ocupacional.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Progreso tecnológico exógeno.</li> <li>2. No hay incertidumbre.</li> </ol>
Trabajando en el sector I+D (innovación)	Segerstrom etal. (1990) Aghion and Howitt (1992)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Progreso tecnológico endógeno.</li> <li>2. Formalización de la destrucción creadora.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. No hay modelo explícito de <i>entrepreneurship</i>.</li> <li>2. No distinguen entre emprendedor e inventor.</li> </ol>

Contribución	¿Por qué emprendedores?	Quien es emprendedor
Lucas (1978)	Producción requiere coordinación	Los más talentosos en administración
Kihlstrom y Laffont (1979)	Producción es un riesgo	Los menos aversos al riesgo
Holmes y Schmitz (1990)	Nuevas oportunidades rentables siempre ocurren	Los talentosos capaces de detectar las oportunidades
Aghion and Howitt (1992)	Crecimiento requiere innovación	Las firmas que realizan actividades de I+D

Fuente: Bianchi y Henrekson (2005).

Baumol (1993), apoyándose en los autores que desde la teoría neoclásica han analizado el rol emprendedor, sostiene que las decisiones de crear una empresa en el modelo neoclásico se circunscribe a analizar el valor presente de los ingresos futuros y los costes asociados a dicha acción, sujetos a la presencia de incertidumbre. El criterio de elección y asignación de recursos implica considerar al emprendedor/administrador, como agente que promueve los cambios en el sistema económico. En lo que falla la teoría neoclásica, para este autor, es en predecir el comportamiento del emprendedor innovador. Esto se debe a que los modelos neoclásicos son construidos en basa a acciones pasadas y sujetas a la restricción de alcanzar la optimización, mientras que la característica que define al innovador es su carácter impredecible y la dificultad de explicar por qué se comporta de determinada forma en situaciones específicas. Por ello, para los neoclásicos, su estudio se centra en la innovación como fuente de ingresos y su impacto en la estructura productiva mediante la transmisión de nuevas tecnologías, más que en el análisis proactivo de las acciones empresariales, y las cualidades y talento que caracterizan al emprendedor.

Bianchi y Henrekson (2005) destacan dos aspectos importantes que introduce Baumol (1968) dentro del pensamiento ortodoxo neoclásico. Por un lado, el contexto social y la estructura de pagos, resultante de la distribución que surge de la creación de empresas de base productiva e improductiva y sus efectos en el desarrollo económico. Baumol (1993) supone que la oferta de emprendedores es constante y que la captación del talento empresarial orientado a actividades productivas afecta al bienestar social. Por otro lado, aquí surge la segunda cuestión asociada a las acciones de política económica, ya que el análisis de la competencia y de los *contestable markets* de Baumol permite considerar que facilitar y estimular la entrada de firmas innovadoras, eliminando las barreras de movilidad, es un instrumento potente para impedir la formación de monopolios y acrecentar los niveles de competencia. Para este autor, bajo el enfoque neoclásico, el perfil emprendedor se define funcionalmente de acuerdo a las siguientes dimensiones: rol coordinador, tolerante al riesgo e innovador (en la detección de oportunidades



como en el desarrollo de I+D). Los argumentos presentados por la teoría neoclásica son sintetizados por Baumol (1968:70) en el sentido de que, para los neoclásicos, “no son los medios que los emprendedores emplean o el proceso que guía sus decisiones lo relevante sino examinar las consecuencias de su actividad. En sus operaciones debe asumir riesgos, por ello la teoría debe considerar como el coste marginal de dicho riesgo puede ser reducido. El emprendedor emplea el resultado de trabajos de investigación y desarrollo, por ello, debe investigarse qué medios facilitan el desarrollo de Investigación y Desarrollo, entre otros aspectos.”

Lucas (1978) expone la definición tradicional de Marshall (1920) respecto a la función empresarial, donde se considera que la producción requiere una coordinación y habilidades especiales que se asocian al talento empresarial, y cuya retribución surge de los ingresos residuales que la actividad genera. Kihlstrom y Laffont (1979) incorporan al análisis de la teoría de la empresa que la producción implica asumir un riesgo y la inclinación a tomarlo es lo que determina la elección ocupacional de los agentes económicos. De hecho, los agentes que se caracterizan por su no adversidad al riesgo optan por la creación de una empresa. Así, Lucas y Kihlstrom y Laffont incorporan al cálculo optimizador acciones directamente relacionadas al comportamiento empresarial, si bien este no se menciona explícitamente. En cambio, hay otros autores (neoclásicos) que estudian el rol innovador de los emprendedores, y ligan aspectos schumpeterianos y austríacos que destacan su relevancia. Por ejemplo, Holmes y Schmitz (1990) consideran que si la economía está en desequilibrio, los cambios en los factores demográficos, institucionales y tecnológicos, son fuentes de nuevas oportunidades que sólo aquellos individuos con capacidad para detectarlas las aprovechan, generando un salto cualitativo en el sistema económico con la explotación de dichas ideas empresariales. En función de estas características, Bianchi y Henrekson (2005:373) concluyen que “el emprendedor neoclásico no es emprendedor. Solo existen esfuerzos desde el paradigma ortodoxo por incorporar ciertas facetas de *entrepreneurship*.” La razón fundamental es que no es posible tratar analíticamente el fenómeno abarcando todas sus dimensiones y fuera del cálculo optimizador.

## CAPÍTULO II

---

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

FACTOR EMPRESARIAL Y FLUJOS MIGRATORIOS ARGENTINOS A ESPAÑA. UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA

Fabiola Baltar

ISBN:978-84-694-2173-4/DL:T. 1031-2011

## CAPÍTULO II. LA ESCUELA AUSTRIACA

### **2.1. El proceso de competencia, un proceso empresarial**

En el contexto de una “revolución” marginal en la teoría del valor, la escuela austríaca elabora una teoría de la acción humana de la que la económica es sólo una actividad más. A la teoría de la acción humana, Mises la denominaba *praxeología*. Ésta, como teoría de la acción humana, se basa “en la idea de que el individuo, eje central, busca sus fines de acuerdo con sus valoraciones subjetivas y su propio conocimiento en un mundo que, además, es dinámico (en movimiento o desequilibrio), y es que el tiempo, la ignorancia, el error, los hábitos o las consecuencias inintencionadas de las acciones humanas tienen un papel fundamental, aunque de todos esos elementos el conocimiento sea, quizás, el factor esencial” (Perdices, 2008: 338). Se trata de un conocimiento de tipo práctico, disperso e inarticulable, que se crea y se descubren incesantemente, en parte, a la interacción social, pero que también se encarna en los hábitos y en la tradición recibida de generaciones pasadas. Un tipo de conocimiento que, por ejemplo, descubre o crean los empresarios y que hace imposible, dada su naturaleza, la planificación económica y por tanto, el socialismo- para Hayek (1998b), no es posible que ninguna mente humana o agencia de planificación central pueda recoger y organizar un conocimiento disperso en la sociedad-. Por consiguiente, esta escuela, con la convicción de que todas las relaciones económicas y sociales son consecuencia de la acción humana, cuestiona que la formación de las decisiones individuales tenga lugar en un entorno dado y estático. Para los austríacos todas las decisiones son subjetivas por su misma naturaleza, por lo que todo se subordina a la utilidad, además insisten que el entorno económico en el que se toman las decisiones es cambiante, incierto (Hayek, 1996a, 1996b, 1998a, 1998b; Mises, 1980). Es decir, se asocia la utilidad con la incertidumbre, así si la economía es una ciencia de la acción, entonces debe considerarse al que realiza la acción en un contexto de incertidumbre, de ignorancia de las eventualidades futuras, esto es, al empresario, dado que en economía la toma de decisiones es competencia del empresario. Y, lo importante no es que se tome la decisión, sino que la misma se lleve a cabo en forma de una acción humana a lo largo de cuyo proceso se producen una serie de interacciones y procesos de coordinación cuyo estudio constituye para los austríacos el objeto de investigación de la economía (Huerta de Soto, 1997; Infantino, 1999; Díaz, 2002, San Emeterio, 2006; Brunet y Pastor, 2003).

La escuela austríaca impugnó, entonces, las condiciones que deben satisfacerse para que la competencia- sin la cual no puede entenderse el mercado- pueda producir un resultado de

equilibrio. Estas condiciones son las siguientes: 1) conocimiento perfecto de cada función de utilidad relevante, tanto de los compradores como de los vendedores, y de todos los precios relevantes; 2) un número infinitamente grande de compradores y vendedores; 3) completa y libre entrada y salida de todas las empresas; 4) expectativas constantes, y 5) productos homogéneos (Stigler y Becker, 1977; Becker, 1976). Cuando estas condiciones son operativas, tiene lugar el equilibrio competitivo o el equilibrio de competencia, la determinación del equilibrio; esto es, un precio conforme para cada bien, un nivel normal de beneficios para cada productor, maximización de la utilidad para cada consumidor y ausencia de toda tendencia a que las cosas cambien. Sin embargo, los austríacos plantean una alternativa a este modelo de determinación del equilibrio; una alternativa referida a las siguientes condiciones que caracterizan a los agentes económicos: 1) conocimiento sobre las propias preferencias y sobre las oportunidades disponibles; 2) interpretaciones de los acontecimientos económicos y de las acciones de los demás agentes; 3) expectativas sobre los acontecimientos y el comportamiento futuros, y 4) diligencia ante las nuevas oportunidades no reconocidas previamente. Estas condiciones confirman a los austríacos en la convicción de que en la competencia de mercado los diferentes agentes económicos saben cosas distintas, es decir, el mercado es un proceso por el que porciones dispersas y con frecuencia contradictorias de información son asimiladas y transmitidas a los agentes que participan en el mercado. En expresión de Hayek (1998a, 1996a), el proceso del mercado de competencia, de rivalidad es un mecanismo y/o procedimiento para descubrir, y es que para los austríacos la competencia es el motor que guía el proceso de mercado en el sentido de que efectúa la coordinación de los planes de los individuos. En otras palabras, para Mises (1980) la competencia es lo que hace posible hacer un uso beneficioso para toda la sociedad de un conocimiento que la mayor parte de las veces es un conocimiento tácito, pero está disperso y que es difícilmente atribuible (Huerta de Soto, 2000; Cubeddu, 1997).

Para los austríacos si todo lo que hay que saber se supiera ya, entonces toda decisión en el mercado anticiparía constantemente cualquier otra decisión y el mercado habría alcanzado automáticamente el pleno equilibrio (Ebeling, 1991). Sin embargo, el mercado es necesario precisamente porque es un mecanismo institucional para movilizar el conocimiento existente y ponerlo a disposición de los participantes en el mercado, que no son omniscientes. De ahí que infieran que el proceso de mercado competitivo es necesario no sólo para movilizar el conocimiento existente, sino también para generar la conciencia de nuevas oportunidades económicas. Los descubridores de estas nuevas oportunidades (sean nuevos productos o variaciones de los existentes) son los empresarios; entonces, el proceso de competencia es por su misma naturaleza un proceso empresarial (Ekelund y Hébert, 1992), y la maximización del

beneficio empresarial supone el descubrimiento de una oportunidad económica, es decir, de alguna falta de coordinación del mercado, lo que supone la acción calculadora de explicar oportunidades no existentes y todavía no reconocidas. Corresponde, pues, a los empresarios la identificación de las oportunidades para el beneficio y la actuación respecto a ellos. Por ello para Kirzner (1973) los rasgos característicos del mundo real son simplemente las manifestaciones de la competencia empresarial, un proceso en el que los aspirantes a compradores y vendedores, a tientas, intentan descubrirse mutuamente las respectivas curvas de oferta y de demanda. Descubrirse mutuamente significa que compradores o consumidores y vendedores o fabricantes (para los austríacos, ambos actúan empresarialmente, esto es, ejercitan su capacidad de tomar decisiones) continuamente experimentan a efectos de encontrar aquellos productos y variaciones que más necesiten para continuar persiguiendo el beneficio, y que es el incentivo necesario para el descubrimiento de nuevos conocimientos y no, como planteaba la escuela neoclásica, una retribución mínima para que el agente económico se mantenga en su empleo.

Para Knight (1933) la situación ideal de competencia perfecta ha obviado las consecuencias que se derivan de la existencia de incertidumbre, siendo la inteligencia y la capacidad emprendedora las responsables de la existencia de incertidumbre, “en situaciones en donde no existen procedimientos correctos para decidir qué hacer. Los individuos deben crear sus propias estructuras para interpretar una decisión y esto no es un proceso de elección racional sino que depende de las características de la inteligencia humana” (Loasby, 2006: 33). De este modo, Knight une la función empresarial, una característica de la inteligencia humana, con la incertidumbre o riesgo no asegurable. De hecho, este autor llama empresario a quien decide en la empresa sin ser su dueño, ya que asume la posibilidad de que el empresario independiente puede no tener capital invertido en su negocio, suministrando solamente servicios de trabajo, de tal forma que su principal garantía es la potencial capacidad de ganar dinero. Knight indica que debemos a Clark (1892, 1899) la apreciación aclaratoria que es el capitalista como tal, y no el empresario, quien asume el riesgo financiero, así como la definición de capital como un fondo de recursos financieros prestables, y la relación de los beneficios del empresario con la introducción de perfeccionamientos tecnológicos, comerciales u organizativos.

Desde esta perspectiva, Kirzner (1973) asumió que la acción humana de Mises es una acción emprendedora en el sentido de que es capaz de descubrir, innovar, predecir o apreciar oportunidades en un mundo dinámico y competitivo donde los agentes persiguen sus propios intereses. La actividad empresarial y también el beneficio surgen de condiciones de

desequilibrio de los diferentes planes de los individuos; condiciones que el empresario capta y trata de solventar con su acción. Por consiguiente, su actividad empresarial es una “actividad de coordinación de diferentes proyectos individuales que si no fuera por él nadie satisfaría y que, en gran medida, se deben a su imaginación y atrevimiento” (Perdices, 2008:361). Así, para Kirzner, el empresario es el agente que está alerta ante las posibles oportunidades que depara el mercado y lleva a éste hacia el equilibrio mediante su realización. Por tanto, para este autor, la función empresarial consiste básicamente en la percepción de oportunidades, asignando, así, un rol activo al emprendedor como agente clave para la evolución y consecución del equilibrio en los mercados. Según Kirzner, la función empresarial es una función esencialmente creativa; crea nueva información en la medida en que, por ejemplo, el empresario percibe que hoy una posibilidad nueva de beneficio que el mercado transmite rápidamente a través de los precios, de modo que los agentes económicos aprenden cómo deben actuar; coordinar sus actividades sin necesidad de que nadie lo haga por ellos o que los dirija en su actuación. En este sentido, el empresario es el agente que actúa en el mercado y la empresariedad es la función que ejerce cualquier persona para modificar el presente y conseguir sus objetivos en el futuro, de ahí que esta concepción ha desembocado en la conclusión de que, para los austríacos, no hay dicotomía entre empresarios y no empresarios, “puesto que todos poseemos capacidad empresarial y los beneficios entre los individuos son de grado y no de categoría” (Díaz Morlán, 2009: 25). Por lo demás, detrás del concepto de emprendedor de Kirzner está la idea de acción de Mises, que Kirzner define como acción de descubrir, ver y percibir una oportunidad con el fin de obtener una ganancia. Este autor sintetiza estas acciones en lo que denomina la capacidad de perspicacia, que consiste en estar alerta para descubrir y aprovechar las oportunidades que los cambios en el entorno crean en las sociedades a lo largo del tiempo (Huerta de Soto, 1997); descubrimiento que modifica todo el mapa o contexto de información o conocimiento que posee el sujeto emprendedor o empresario (Cubeddu, 1997, San Emeterio, 2006).

Por ello, en la concepción austríaca, el empresario no es aquel que sabe cómo y dónde comprar recursos baratos, donde venderlos a precios más elevados o bien cuáles son las innovaciones tecnológicas del mercado. Si su función se circunscribiera sólo al manejo de información existente, los beneficios tenderían a eliminarse en la situación de equilibrio. En cambio, si se tiene en cuenta que el conocimiento es disperso e incompleto, se deduce que de esa imperfección se originen oportunidades de negocio. De este modo, Kirzner plantea que lo que caracteriza al empresario no es aprovechar la información disponible sino su perspicacia, es decir, el saber dónde debe buscar la información pertinente para adoptar la decisión más eficiente y oportuna; es decir, el empresario, sin saber exactamente lo que está buscando, y sin

emprender ninguna acción deliberada de búsqueda, se encuentra continuamente oteando al horizonte, siempre preparado y dispuesto a hacer descubrimientos o a crear oportunidades de ganancia. Huerta de Soto (1997:6) ejemplifica esta situación considerando que la decisión de contratar un factor de producción no es necesariamente empresarial; después de todo, un jefe de personal puede haber sido contratado específicamente para ello. De esta forma, la habilidad del empresario está en que no únicamente asume riesgos no asegurables sino que además es un estratega que en búsqueda del conocimiento relevante, descubre oportunidades ante situaciones de desequilibrio y mediante su coordinación y arbitraje reestablece el equilibrio en los mercados, siendo el motor que permite el desarrollo de los mismos, y es que “toda descoordinación social se plasma en una oportunidad de ganancia que queda latente para ser descubierta por los empresarios.”

Una pregunta a responder, ya planteada y respondida por Knight, es si para ejercer la función empresarial es condición ser propietario de los recursos productivos. Mises (1980) consideró que el empresario puro no posee capital alguno sino que lleva adelante su proyecto con la utilización de fondos aportados por los capitalistas. Siguiendo este juicio, para Kirzner “la empresarialidad pura se ve como un fenómeno cognoscitivo y, por lo tanto, es independiente de los aspectos externos como la propiedad del capital” (Landoni, 2007: 14). Pero, no invalida la posibilidad de que un empresario pueda poseer recursos para la inversión, aunque no es condición necesaria para ejercer su función. Rothbard (1985) adopta una posición que lo distancia del argumento anterior, ya que, para él, el concepto relevante es el de empresario-capitalista. Su explicación se fundamenta en la existencia de incertidumbre y de la posibilidad de cometer errores en las decisiones. Si se tienen en cuenta estos aspectos, un empresario es un agente que asume conductas de riesgo y, en consecuencia, puede ganar o perder. En su razonamiento, quien no realiza aportes de capital no enfrenta la posibilidad de perder (Landoni, 2007). Por lo tanto, es fundamental contar con el capital para realizar cualquier idea de negocio. Ahora bien, esta concepción permite incorporar un aspecto importante que acerca a la teoría austríaca del empresario a una teoría que explique la existencia de la empresa, y es que si el aprovechamiento de una oportunidad implica el acceso al capital para adquirir los recursos necesarios, existe la posibilidad de que surjan emprendedores con proyectos, con ideas, pero sin fondos. Éstos los pueden adquirir en el mercado, si hay capitalistas dispuestos a asumir riesgos. De darse esta situación, la empresa se justifica en cuanto a que es la institución que permite conectar al empresario con el capitalista (Ebeling, 1991).



Otra pregunta a responder es si la presencia de monopolios amenaza el proceso de competencia. Pues bien, para los austríacos, la idea de que un mercado monopolístico no es competitivo es irrelevante cuando se analiza al mercado como un proceso dinámico, pues la presencia de monopolio no obvia en modo alguno la necesidad del descubrimiento en el mercado. Sea o no sea monopolista, una empresa, tiene, señala Kirzner (1973), que descubrir lo que necesitan sus clientes y lo que están dispuestos a pagar por ello. Por lo tanto, los monopolistas están sujetos al mismo proceso de mercado competitivo que las demás empresas. Además, los monopolistas tienen que competir con los productores de nuevos y mejores productos, aunque no se enfrentan a la competencia de los productores del mismo producto. De ahí que, para Kirzner, sea equivocado caracterizar al monopolio como la ausencia de competencia; únicamente implica barreras de entrada, pues la situación de competencia rival no requiere un gran número de compradores y vendedores, sino simplemente la libertad de entrada. En otras palabras, la competencia ejerce presión sobre los participantes en el mercado para descubrir dónde y cómo podrían ofrecerse las mejores oportunidades, hasta ahora desconocidas. El proceso de mercado competitivo tiene lugar porque todavía no se ha alcanzado el equilibrio. Este proceso se ve obstaculizado siempre que se imponen barreras ajenas al mercado, bloqueando la entrada de los competidores potenciales. De ahí que sean las restricciones institucionales al libre ejercicio de la empresarialidad las que determinan el grado de competitividad de los mercados, independientemente de la cantidad de empresas que lo conforman en un momento dado. El mercado es así visualizado como un conjunto de intercambios que se plasman en los precios y que se efectúan según normas, hábitos o pautas de conducta. En función de esta conceptualización, los austríacos proponen abandonar la teoría neoclásica de formación de precios para sustituirla por otra que explique cómo éstos se forman como resultado de un proceso secuencial y evolutivo guiado por los empresarios. Por ello, “el objeto de la economía consiste en estudiar el proceso dinámico de descubrimiento y transmisión de información que es impulsado continuamente por la función empresarial y que tiende a ajustar y coordinar los planes de los seres humanos, haciendo con ello posible la vida en sociedad” (Huerta de Soto, 1997:49).

Como los agentes económicos persiguen una mejora en su bienestar, los empresarios se orientan a descubrir dichos desajustes de precios. En algunos casos, tendrán éxito, mientras que en otros cometerán errores. El resultado de este proceso espontáneo de coordinación lleva al sistema a un acercamiento de equilibrio donde se elimina progresivamente los excesos de oferta y demanda. Sin embargo, bajo la condición de cambio permanente, se invalida la noción de equilibrio estable neoclásico, ya que resulta imposible alcanzar ese estado final de equilibrio, dadas las

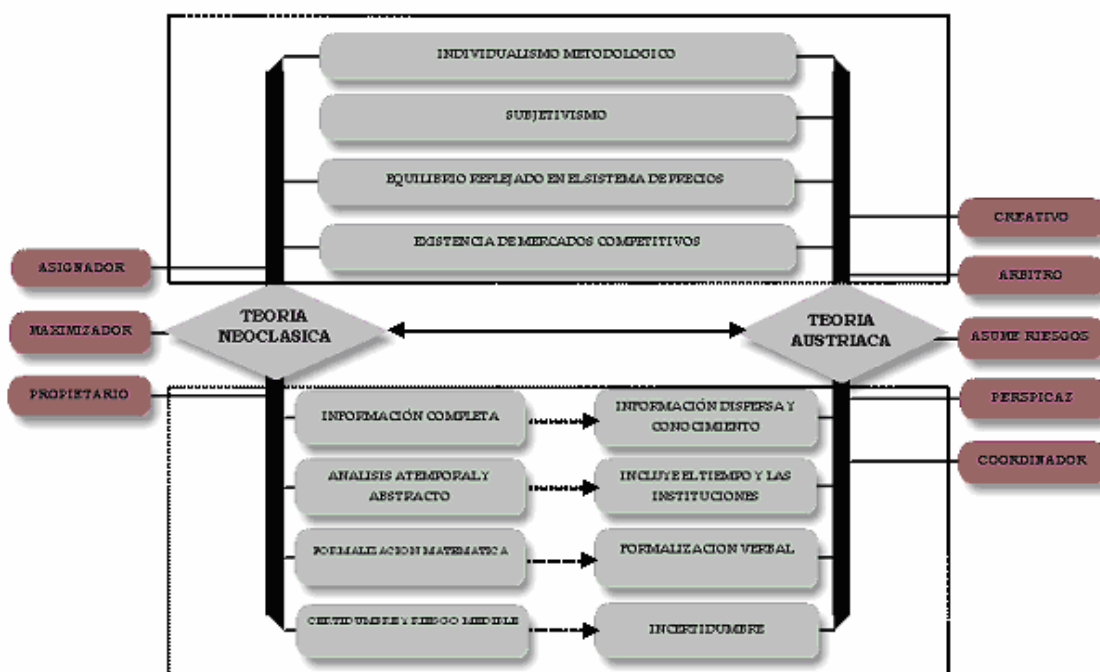
características del proceso de formación de precios (Ekelund y Hébert, 1992). Pero, hay un aspecto coincidente entre ambos enfoques, ya que los austríacos también destacan la importancia de que los mercados sean abiertos y competitivos. La explicación se asocia a que la moderna sociedad industrializada no puede seguir existiendo si se organiza de forma socialista, planificada, sin dinero, mercados y sistemas de precios. Por ejemplo, para Mises (1980) los precios monetarios determinados en el contexto de mercado son necesarios para el cálculo económico racional, ya que permiten que los recursos fluyan libremente hacia la utilización que tiene un mayor valor, asignando efectivamente los recursos hacia su empleo más valorado. Sin el sistema de precios, los recursos no podrían asignarse eficientemente y la economía funcionaría a un nivel primitivo. Por lo demás, sólo en una economía capitalista y/o abierta, el empresario puede desarrollar su perspicacia, arbitraje y ser el motor que impulsa el desarrollo de los mercados.

De la explicación austríaca sobre el socialismo se deducen dos ideas centrales respecto a los mercados (Hayek, 1996b). La primera, es la defensa de la propiedad privada y libertad en la elección y asignación de los recursos productivos, dado que, el ser humano tiende a descubrir la información que le interesa, por lo que, si existe libertad en cuanto a la consecución de los fines e intereses, éstos mismos actuarán como incentivos, y harán posible que aquel que ejerce la función empresarial motivada por dichos incentivos perciba y descubra continuamente la información práctica relevante que es necesaria para la consecución de las metas propuestas. La segunda, es la defensa de la competencia. La competencia es un proceso dinámico de rivalidad y no el modelo de competencia perfecta neoclásico, donde los oferentes de un bien producen lo mismo y venden al mismo precio. La función empresarial es siempre competitiva. Los diferentes agentes de una sociedad rivalizan de forma consciente e inconsciente para aprovechar antes que nadie las oportunidades de ganancia. Huerta de Soto (1997: 46-47) considera que “todo acto empresarial descubre, coordina y elimina desajustes sociales y, en función de su carácter esencialmente competitivo, hace que esos desajustes, una vez descubiertos y coordinados, ya no puedan volver a ser percibidos y eliminados por ningún otro empresarios.” Por lo demás, esta misma idea será desarrollada, posteriormente, por Schumpeter (1961), y dará fundamento al origen y definición de las rentas extraordinarias generadas en los procesos innovadores.

En definitiva, y respecto a la noción de equilibrio, los austríacos argumentaron que los supuestos que la economía neoclásica establecía para explicar el funcionamiento de los mercados no son únicamente simplificadores, sino más bien, irreales, por lo cuál estaban lejos

de comprender lo que sucedía en la realidad económica. Por otra parte, la concepción pasiva del emprendedor, y la ausencia de una teoría neoclásica de *entrepreneurship*, es la consecuencia de la definición de ciencia económica que cada una de estas teorías adopta. Los austríacos la entienden como la ciencia de la acción humana, en contraposición a la ciencia de la decisión de los neoclásicos (Cubeddu, 1997). A pesar de estas diferencias, muchos de los principios en los que se basa el modelo neoclásico son rescatados por el planteamiento austríaco. En la figura siguiente, se presenta un esquema de relaciones entre ambas teorías, mostrando los puntos coincidentes y las críticas a los supuestos que la escuela austríaca postula.

**Figura 1: Relación entre los neoclásicos y austríacos y la figura empresarial**



Fuente: Elaboración propia en base a Huerta de Soto (1997).

Así, los supuestos neoclásicos más criticados por los austríacos son la existencia de información completa y certidumbre. Todo el argumento austríaco se basa en el análisis de las acciones que los individuos llevan a cabo para disponer de la información necesaria para maximizar sus decisiones en contextos de incertidumbre. Como se ha desarrollado, para los austríacos, la existencia de información incompleta y dispersa es el origen de las oportunidades en los mercados que sólo son aprovechadas por aquellos individuos que asumen riesgos, inherentes a contextos inciertos. Por ello, para esta escuela, lo que define el comportamiento empresarial es la capacidad de estar alerta, de manejar la información y combinarla de manera tal que puede

obtener ganancias económicas, mientras que bajo los supuestos neoclásicos, el empresario sólo se caracteriza por ser el asignador de medios y maximizador de las decisiones, dado que dispone de toda la información necesaria para lograr un accionar eficiente.

Desde el punto de vista metodológico, cabe destacar el distanciamiento en cuanto al lenguaje utilizado para el desarrollo de su teoría, así como el alcance temporal de cada una de ellas. Mientras que el enfoque neoclásico es abstracto y atemporal, ya que utiliza el instrumental matemático para la elaboración de sus modelos de comportamiento, los austríacos, consideran que para explicar el sistema económico es necesario considerar la dinámica de cambio del mismo y la respuesta de los agentes a dichos cambios. De ahí la importancia de considerar el contexto institucional y el momento histórico para comprender el funcionamiento de las economías a lo largo del tiempo. La utilización del estilo literario ha sido, así, uno de los aspectos más criticados por los seguidores de la tradición ortodoxa (Ebeling, 1991). Sin embargo, “la ley de igualación de utilidades marginales ponderadas supone que el actor sea capaz de valorar de forma simultánea la utilidad de todos los bienes, ignorándose que toda acción es secuencial y creativa. Para los austríacos el uso de las matemáticas en economía resulta vicioso porque las mismas unen sincrónicamente magnitudes que son heterogéneas desde el punto de vista temporal y de la creatividad empresarial” (Huerta de Soto, 2000: 27).

Por lo demás, y asociado a la metodología neoclásica basada en el formalismo matemático, los austríacos consideran que la abstracción y el análisis estático y la figura del “*homo economicus*”, como agente representativo que explica el comportamiento maximizador, conlleva la anulación de la función empresarial y el rol que los empresarios juegan en el desarrollo de los sistemas económicos. Así, Grebel (2004: 103) plantea un cambio de la concepción del “*homo economicus*” neoclásico al concepto de “*homo agens*”. Este último concepto se refiere a que “los agentes construyen representaciones mentales subjetivas de acuerdo a su percepción de la realidad. Este modelo mental generalmente está correlacionado con la realidad pero no necesariamente es completamente consistente con la misma, dado que los agentes deben aprender. De ahí que esas representaciones de la realidad difieran entre los distintos individuos. A través de la interacción social se coordinan las acciones heterogéneas entre los agentes.” Estudiar al “*homo agens*” implica, entonces, reconocer la influencia del entorno socioeconómico que determina las conductas individuales y estudiar los efectos que dichas conductas generan en dicho contexto. De éste se deriva una conclusión importante en el argumento austríaco: la posibilidad del error empresarial. Frente a la visión neoclásica de que nunca existen errores de este tipo, para los austríacos sí es posible la presencia de los mismos,

siempre que una oportunidad de ganancia en un mercado permanezca sin ser descubierta. El reconocimiento de la posibilidad de error es lo que permite reconocer que en los mercados existan desequilibrios evidenciados en los precios. Es decir, poder visualizar la existencia de precios superiores a los competitivos es el incentivo que los empresarios tienen para asumir riesgos y obtener ganancias.

Aún cuando existen diferencias importantes entre ambos enfoques, sin embargo en muchos principios austríacos se observa una complementariedad con los neoclásicos. La defensa del modelo de competencia perfecta, del mecanismo de precios, como señal asignadora, y la economía privada como base para el crecimiento de los sistemas económicos, son aspectos que los austríacos van a mantener. De la misma forma, coinciden en la adopción del individualismo metodológico. En este sentido, Backhouse (2000) plantea el interrogante acerca de por qué los economistas austríacos deben atender a los desarrollos neoclásicos. En primer lugar, según su visión, los austríacos ignoran los desarrollos recientes de la escuela neoclásica, especialmente en el tratamiento del tiempo, de la información y la incertidumbre. En segundo lugar, considera que los austríacos han continuado el proyecto neoclásico utilizando un lenguaje natural, considerando la utilización del lenguaje matemático inapropiado pero sin explicar por qué no es útil para entender los procesos sociales. Por último, muchas de las temáticas estudiadas por los neoclásicos son de interés para los argumentos austríacos y le dan fundamento. Así, por ejemplo, los austríacos al analizar los procesos de mercado, asumen que los mismos están equilibrados, mientras que para los neoclásicos, ese es el resultado y no el punto de partida. Por lo tanto, parte de sus desarrollos se basan en las consideraciones demostradas previamente por la escuela ortodoxa. De la misma forma, Backhouse (2000: 40-41) también reflexiona acerca de por qué el enfoque neoclásico debe tener en cuenta los desarrollos austríacos. Al respecto sugiere que “los neoclásicos basan sus argumentos en la construcción de modelos. A pesar de su utilidad, no debieran considerarse una descripción acabada del mundo real. El problema está en que los economistas así lo creen. Los modelos deben ser usados, pero no creídos. Si los economistas neoclásicos tuvieran en cuenta los desarrollos austríacos permanecerían más escépticos frente a sus modelos.” De esta forma, la principal razón por la cual la economía austríaca es relevante para los neoclásicos es que representa un desafío frente a los supuestos en los que se basan sus modelos. Así, Loasby (2006) concluye que el empresario kirzneriano no se define como el organizador de los recursos, como en la visión marshalliana, sino como aquél que expande y descubre nuevos medios y productos (creativo). Adicionalmente a su capacidad de coordinar los desequilibrios del mercado (arbitraje) para reestablecer el equilibrio, deben incorporarse sus cualidades en cuanto a su perspicacia para hallar el diferencial de precios y

para tomar decisiones en un contexto cambiante e incierto, es decir, su predisposición a asumir riesgos.

## **2.2. Empresarios e innovación en Schumpeter**

En síntesis, en el sistema de libre competencia, para la escuela austríaca, la actividad empresarial es una forma de rivalidad que lleva a la generación de nuevos procesos productivos. Una rivalidad que requiere “de un entorno de mercado libre, dinámico y amplio para permitir la actuación, en el que pueda desarrollarse el principio de competencia en el sentido más popular del término”. Como proceso de rivalidad, “el ejercicio de la competencia crea un entorno donde la imaginación y el atrevimiento del empresario impulsan el proceso de mercado”. De hecho, los sujetos empresarios que intervienen en el proceso competitivo “procuran adquirir información de forma permanente sobre la posición de sus rivales en el mercado y también sobre los diferentes planes realizados por ellos. Sus acciones especulativas, imaginativas y atrevidas del sujeto agente, que continuamente está alerta y descubre oportunidades para obtener beneficios puros. Los empresarios impulsan los procesos de rivalidad en un mercado desequilibrado donde surge la tendencia al desarrollo de la competencia dinámica, con las manifestaciones propias de la rivalidad o imitación. La esencia del mercado en desequilibrio encierra en sí misma la imperfección del conocimiento, lo que convierte el entorno en una realidad incierta. En ese ámbito mercantil se requiere la actividad del empresario, que, movido por la rivalidad en la búsqueda del beneficio, va cubriendo vacíos de conocimiento y corrigiendo la imperfección del mercado” (Pérez Vila, 2007: 106-107).

Entonces, no hay que extrañarse que Schumpeter (1964), describiera la competencia como un proceso que supone principalmente las innovaciones dinámicas del empresario, en el sentido de que existe una relación positiva entre innovación, competencia y poder de mercado. Para este autor, la competencia es considerada uno de los referentes claves para entender la función empresarial dentro del sistema económico, ya que la competencia incentiva la innovación y el crecimiento de la productividad (Gerosky, 1995). Si bien la formación de Schumpeter está estrechamente influenciada por la escuela austríaca, su metodología de análisis y los problemas que aborda no se alejan tampoco de la concepción neoclásica. Más aún, destaca los aportes de Walras (1954) que Schumpeter califica como el economista más importante en la historia del pensamiento económico. Por lo demás, y respecto a la vida económica, destacó que ésta se desenvuelve rutinariamente sobre la base de la experiencia del pasado; no hay fuerzas que

pongan de manifiesto ningún cambio en el *statuo quo*. En éste la función de producción no varía, aunque es posible la sustitución de factores, dentro de los límites del horizonte tecnológico conocido. Por consiguiente, la única actividad real que debe llevarse en esta situación de equilibrio es el de combinar mecánicamente los factores de la producción; situación en la que el empresario es un cero a la izquierda (Martínez Echevarría, 1983). No tiene nada que hacer, porque el *statuo quo*, el equilibrio competitivo es automático y permanente.

Pero este estado de cosas, para Schumpeter (1964), no se aplica al mundo capitalista dinámico en el que vivimos, al ser en este mundo clave no la administración de las estructuras existentes, sino como se crean y destruyen incesantemente. Este autor llamó a este proceso “destrucción creadora”, y sostuvo que constituye la esencia del desarrollo económico. Por ello, y para poder entender la figura que ocupa el empresario dentro del desarrollo económico, es necesario considerar los siguientes aspectos que han sido desarrollados por Schumpeter (1964, 1967, 1971) en relación a: 1) la diferencia entre crecimiento y desarrollo: su análisis sobre los ciclos económicos y el proceso de destrucción creativa; 2) el reconocimiento de la figura del emprendedor innovador: la evolución del concepto y tipologías; 3) el concepto de racionalidad económica; 4) el concepto de equilibrio y la presencia de factores exógenos: la innovación como solución al sistema y su visión acerca de la competencia, y 5) sus semejanzas y diferencias con los neoclásicos y los austríacos.

El análisis de la innovación schumpeteriana es un pilar clave dentro del desarrollo económico; desarrollo que tiene lugar en la vida industrial y comercial, y no en el consumo (Schwart, 1987). Es un proceso definido por la introducción de nuevas combinaciones en la producción, y la realiza el empresario. En este sentido, Schumpeter diferencia el concepto de crecimiento y desarrollo. El primero, se asocia a un cambio lento, gradual, rutinario y acumulativo del sistema económico originado por factores externos al mismo, por ejemplo, un incremento en la población. El segundo, se refiere a los cambios discontinuos internos al sistema determinados; siendo la innovación la causa de los cambios estructurales y las fluctuaciones del ciclo económico (Ebner, 2000). Dada esta definición, Schumpeter indaga el desarrollo en base a tres interrogantes: 1) qué determina y cómo el sendero evolutivo del sistema; 2) por qué se habla de desarrollo endógeno, y 3) cómo se desarrollan los ciclos económicos bajo estas condiciones. Así, a diferencia de las teorías neoclásicas que analizan las condiciones de equilibrio estacionario, es decir, la vida rutinaria de la actividad económica, la teoría schumpeteriana se centra en los cambios que evidencian los sistemas a lo largo del tiempo, provocados por los avances tecnológicos que se originan en el propio sistema capitalista. Este cambio, ha permitido

introducir el concepto de Economía de la Evolución, en el sentido de que “la lógica interna de la reestructuración cíclica del sistema capitalista, en términos schumpeterianos, el cambio evolutivo, debe identificarse con las especificidades históricas de las economías de mercado capitalistas” (Ebner, 2000: 4). Teniendo en cuenta el contexto, entonces, la evolución del sistema se caracteriza por disrupciones cíclicas y rupturas de viejas estructuras para consolidar nuevas. Este fenómeno surge del mismo sistema mediante el rol destacado del emprendedor como agente de cambio, es decir, aquel capaz de introducir innovaciones en los mercados, que renovando las condiciones existentes genera cambios cualitativos y cuantitativos que trazan el sendero evolutivo de la economía.

De esta forma, las innovaciones constituyen el factor endógeno de cambio. Genéricamente, este concepto refiere a la generación de combinaciones nuevas. Dentro de esta dimensión, se incluye la creación de nuevos productos o mejoras en la calidad de productos ya existentes, la introducción de nuevos métodos de producción, la introducción de nuevas formas de organización de la industria, la apertura de nuevos mercados y el acceso a nuevas fuentes de aprovisionamiento (Audretsch, 2009). Lo que caracteriza, entonces, a la dinámica de innovación, en la visión de Schumpeter, es su carácter discontinuo y radical. Es decir, no existen elementos que permitan predecir su aparición en un tiempo y espacio dado y, por otra parte, su introducción genera cambios que transfieren recursos utilizados en los métodos de producción existentes a nuevas formas de utilización de los mismos. De ahí que las innovaciones radicales no se asocien a la identificación de una oportunidad de mercado, ya que no se basan en prácticas existentes, sino en la creación y expansión de nuevas posibilidades de producción (Nooteboom, 2005). Aunque, por ejemplo, estudios recientes indican que muchas organizaciones existentes contribuyen al desarrollo de la innovación mediante procesos continuos de cambios graduales que favorecen la mejora del desempeño de las empresas y que son preferidas por éstas, dada la facilidad de adaptarlas a las rutinas existentes. Estas innovaciones incrementales reducen el riesgo asociado a la implementación de innovaciones radicales; innovaciones que implican una ruptura con las rutinas estables que generan una resistencia ante el cambio y un coste de aprendizaje de la nueva tecnología incorporada.

Esta discontinuidad es la causa de los desajustes en el sistema; es decir, se establece un desequilibrio “virtuoso”, un proceso de “destrucción creativa” a través del cual se asignan los factores productivos a la realización de nuevas combinaciones que son financiadas por los bancos y los capitalistas. Así, Schumpeter asume que la función esencial del empresario es distinta a la del capitalista, aunque el empresario puede ser un capitalista, pero si lo es, es por



casualidad más que por naturaleza de la función. Para este autor, la posesión de riqueza constituye una ventaja práctica, pero no define la función empresarial, al empresario dinámico, que es el individuo que innova, que realiza nuevas combinaciones en la producción. De este modo, la empresa es el medio de coordinación entre los recursos necesarios para la realización de estas nuevas combinaciones, y el emprendedor como el individuo heroico que mediante su talento y respuesta creativa, idea oportunidades inexistentes, dada la información y el conocimiento disponible. Este proceso de destrucción creativa explica el movimiento cíclico de la economía y su sendero evolutivo. Mc Craw (2006) define a la teoría de los ciclos publicada por Schumpeter, "*Business Cycles*" (1939), como una forma exitosa y brillante de analizar la historia de los negocios. En esta historia, los individuos actúan como empresarios sólo cuando introducen de hecho nuevas combinaciones, es decir, varían la forma de la función de producción, y pierden esta condición tan pronto como han creado su negocio, si después de haberlo establecido lo administra como los otros individuos hacen con sus negocios respectivos.

De la misma forma Kuznetz (1966) efectúa una síntesis sobre las causas que generan las fluctuaciones recurrentes en la economía, es decir, los ciclos de negocios. En el modelo simplificado de dos fases de Kuznets, la aparición de cada una de ellas depende directamente de la intensidad con la que los emprendedores ejercen su función de innovar. Ésta está determinada por la distribución de las habilidades en un lugar y momento dado. De ahí que en una situación inicial de equilibrio, el emprendedor pionero introduce una innovación radical que genera un quiebre con las condiciones preestablecidas. Esta acción es seguida por imitadores que incrementan el volumen de transacciones logrando con el tiempo afianzar el nuevo patrón de acción. Este comportamiento es acompañado por una expansión del crédito, un aumento en los precios de los factores, los productos y reducción del tipo de interés que incrementan los niveles de producción y de inversión, entrando en la fase expansiva del ciclo económico. Por lo demás, este efecto acelerador de la inversión en innovación, acerca la visión de Schumpeter a la postura keynesiana, aún cuando en su discurso se opone al análisis agregado, por considerarlo apropiado para explicar un fenómeno coyuntural, la Gran Depresión, y no un hecho estructural que determina la evolución del sistema capitalista. El ingreso a la fase de declive se origina como consecuencia del aumento de precios, entre ellos, los tipos de interés que desincentivan la inversión en sucesivas innovaciones, desapareciendo los beneficios extraordinarios que motivan su realización. La competencia entre estas innovaciones y las rutinas anteriores cesan, volviendo al equilibrio inicial, con un crecimiento superior al existente antes del comienzo de la fase expansiva. Este nuevo equilibrio sienta las bases para dar comienzo a la próxima ola de proyectos innovadores. Lo que caracteriza a este proceso, para Schumpeter, es su carácter

irreversible. Así, cuando la innovación es capaz de generar beneficios económicos se produce un proceso competitivo de entrada de nuevas empresas que expanden la oferta y reducen paulatinamente estos excedentes extraordinarios. De esta forma, la economía se adapta a un nuevo sistema de precios retornando al sendero estable de crecimiento.

Por consiguiente, Schumpeter considera que el emprendedor es el actor clave en el proceso de desarrollo económico; es el agente activo del cambio en una economía competitiva. Su función en el sistema es innovar, es decir, crear una nueva combinación al poseer las habilidades para introducir dichas innovaciones en el mercado (Drucker, 1986). Así, para Formaini (2001: 8), el emprendedor schumpeteriano dispara “la destrucción creativa, y crea nuevas industrias a medida que se destruyen algunas de las antiguas. El emprendedor de Schumpeter no es quien asume los riesgos, ya que ese rol lo cumple el intermediario financiero que proporciona los fondos para la nueva combinación. Por lo tanto, son agentes desestabilizadores, porque cambian las relaciones y técnicas de producción existentes. Llevan a la economía hacia un mejor uso del capital y el conocimiento, que resulta vital para el crecimiento macroeconómico y una productividad en aumento”. Además, el empresario innovador es un factor escaso, lo que diferencia a estos individuos del resto es su talento. Asimismo, su aparición y comportamiento difieren en tiempo y lugar, de ahí que Schumpeter considere que es necesario construir un marco analítico que englobe una variedad de experiencias históricas y contextos, más que formular una teoría única para su interpretación.

El análisis del emprendedor individual es, en sus comienzos, la unidad de análisis del proceso dinámico de desarrollo económico propuesto por Schumpeter. Sin embargo, en sus últimas publicaciones, amplía el concepto de emprendedor, incorporando la noción de emprendedor corporativo, respondiendo de esta forma al desarrollo histórico de la realidad observada: la aparición de las grandes organizaciones y la burocratización. Inicialmente, la innovación es una variable exógena, pues parte de la investigación y concretamente de la investigación básica, pero, posteriormente, Schumpeter considerará que las innovaciones surgen en el interior de las grandes empresas debido a su actividad investigadora (Segarra, 2009). Este aspecto implica considerar la innovación como una actividad que no depende exclusivamente del talento del emprendedor individual, sino también del equipo profesional –emprendedor corporativo- dentro de las grandes empresas. La idea de emprendedor corporativo se apoya en el hecho de que el progreso tecnológico está, cada vez más, impulsado por especialistas entrenados dentro de las empresas que innovan de acuerdo a los requerimientos de las mismas, tornándose, así, más predecible su tarea. Esto explica que la importancia del emprendedor individual tienda a

decrecer, siendo inherente a la propia evolución del sistema capitalista. Esta concepción de la innovación es una concepción orientada por la oferta, al constituir un proceso lineal de búsqueda consciente del conocimiento que va de la investigación básica al desarrollo tecnológico, y tiene un carácter esporádico al ser un acontecimiento singular que se prolonga en el tiempo, y que se desarrolla en un determinado tipo de estructura empresarial: grandes empresas o infraestructuras científico-tecnológicas (laboratorios) de gran tamaño.

Al sostener Schumpeter que el cambio incesante en los productos y en los métodos productivos era la auténtica esencia del capitalismo competitivo, hizo del concepto de competencia perfecta un concepto irrelevante, ya que la competencia no se limita a los ajustes en el *output*, sino que es todo un proceso evolutivo de “destrucción creadora”. Por tanto, la competencia no es necesariamente una fuerza equilibradora, dado que el emprendedor corporativo desempeña un papel desequilibrador en el proceso de mercado al interrumpir el “flujo circular” de la actividad económica por medio de la innovación, que no es sino un acto de competencia con el objetivo de obtener beneficios extraordinarios. Éstos no son una desviación del estado perfectamente competitivo de la economía ni un despilfarro en la asignación de los recursos, sino una recompensa para el innovador y una ganancia para la economía capitalista en su conjunto. Entonces, el concepto de competencia en Schumpeter es mucho más amplio que el análisis de la determinación de los precios competitivos y de la normalización de los beneficios de la industria. La idea de beneficios de Schumpeter se relaciona con la renta residual que provoca la innovación; renta temporal, dado que el proceso de imitación tiende a reducirlos gradualmente hasta establecer un nuevo equilibrio. De ahí que la noción de maximización neoclásica en un entorno de competencia perfecta no sea la única solución eficiente. El monopolista también actúa como competidor, siendo su objetivo extender a lo largo del tiempo sus rentas monopólicas, al ser capaz de anticiparse a sus rivales en la puesta en práctica de nuevos bienes y servicios de consumo, nuevos métodos de producción y de transporte, nuevos mercados, nuevas formas de organización industrial. De hecho, el innovador justamente compite contra sí mismo, buscando nuevas innovaciones que le permitan extender sus ganancias extraordinarias.

Cabe entonces preguntarse, ¿cuáles son las diferencias esenciales en el análisis del emprendedor individual y del emprendedor corporativo? Langlois (2002) analiza las diferencias que existen entre estas concepciones, planteando que en principio ambas comparten la relevancia que ocupan como agentes dinamizadores del sistema económico. Sin embargo, cada una de ellas difiere en las perspectivas de desarrollo posterior que han tenido las teorías en las que influyen. Así, la visión del emprendedor individual tiene influencia el pensamiento neoschumpeteriano

liderada por Nelson y Winter (1982), mientras que la idea de emprendedor corporativo está implícita en el pensamiento institucionalista (Galbraith, 1973; Chandler, 1977). En el desarrollo temprano de la teoría schumpeteriana, el análisis se centra en el emprendedor individual, al que se le atribuye, fundamentalmente, su capacidad para crear nuevas empresas, dar respuestas creativas y generar conocimiento inexistente relacionado con el uso de los medios productivos. De esta forma, se desencadena el proceso de destrucción creativa que caracteriza al capitalismo emprendedor. Ebner (2000) sostiene que esta respuesta creativa está ligada a las características que describen las acciones humanas. Es de esperar que en determinadas circunstancias un individuo se comporte como emprendedor y en otras no, de ahí que establece una comparación que diferencia a un agente capaz de ejercer la acción emprendedora del resto de la población.

**Cuadro 2: Características del emprendedor schumpeteriano**

	Individuo ordinario	Individuo emprendedor
Respuesta	Adaptativa	Creativa
Comportamiento	Hedonístico	Enérgico
Posición	Seguidor	Líder
Motivación	Habitual	Visionario
Acción	Rutinaria	Espontánea
Cambio	Gradual	Discontinuo

Fuente: Ebner (2000).

Para Ebner, lo que caracteriza a los individuos emprendedores es la respuesta creativa que dan a los cambios que se originan en el entorno. Esta respuesta creativa responde a un comportamiento proactivo y espontáneo, dado su talento empresarial, que le permite ejercer sus condiciones de líder y ejecutar su plan visionario. Así, es capaz de ver oportunidades rentables, en contextos donde un individuo ordinario, que se caracteriza por ser rutinario, adverso a los cambios y que ejecuta acciones de carácter adaptativo, no puede detectar. De la misma forma, Ibrahim y Vyakarnam (2007) analizan las cualidades emprendedoras considerando que su éxito depende de la intuición y de la habilidad para ver las cosas de una manera que no conduce con lo que ya está establecido hasta el momento. Por lo tanto, para estos autores, su acción no puede ser entendida *ex ante*, es decir, no puede predecirse aplicando las reglas ordinarias preestablecidas. Esta actitud es la que lo diferencia de los capitalistas y directivos. A diferencia de los capitalistas, el emprendedor schumpeteriano no es quien asume riesgos, ya que su función es innovar sea o no el propietario de los recursos productivos, y tampoco es quien resuelve las actividades cotidianas y previamente especificadas, como los directivos y gerentes, sino que visionan y lideran las organizaciones. Esto no invalida la posibilidad de que un emprendedor pueda asumir adicionalmente dichos roles. Además, el emprendedor no es el

inventor. Éste último es quien aporta la idea científica. Pero esta idea en sí misma, no es relevante en sentido económico, si no es capaz de crear un mercado y comercializarla. Estas son las habilidades que sí desarrolla el emprendedor.

Los cambios en el contexto histórico acaecidos a finales del S. XIX y comienzos del S. XX, donde el capitalismo emprendedor y competitivo dio paso a la aparición de estructuras altamente concentradas, monopolizadas y administradas burocráticamente, dieron lugar a una reconsideración de la figura empresarial y reflexionar acerca de quién es el agente relevante que asume la función de innovar dentro del sistema. Esto llevó a abandonar la visión del empresario innovador cuya aparición es espontánea y aislada. Schumpeter (1947) argumenta que las funciones del emprendedor, como agente dinamizador, no cambian en una economía donde prevalecen las grandes corporaciones. Es decir, no sólo depende la innovación del talento del emprendedor individual, sino también del equipo profesional dentro de estas empresas. Esta idea se fundamenta en el hecho de que el progreso tecnológico está, cada vez más, siendo impulsado por especialistas entrenados dentro de las empresas que innovan de acuerdo a los requerimientos de la misma, tornándose más predecible su tarea. De esta manera, la importancia del emprendedor individual tiende a decrecer. Esta trayectoria es inherente al sistema capitalista y es, desde su perspectiva, la causa de su autodestrucción (Hozumi, 2007). A partir de esta conceptualización, se abre un espectro más amplio en la consideración de los agentes que pueden disponer de las capacidades de innovar, incluyendo también a los empleados reclutados dentro de las organizaciones existentes. Esto dará lugar al desarrollo posterior de las teorías de *intrapreneurship* que focalizan en los procesos internos de innovación dentro de las empresas. La cooperación entre agentes de varios departamentos que originen cambios innovadores, aún dentro de la estructura organizacional existente, también cumplen la función de agente dinamizador del sistema económico.

Como se ha mencionado anteriormente, uno de los pilares fundamentales del pensamiento schumpeteriano se asocia a la relación existente entre función empresarial y desarrollo económico. Teniendo en cuenta que el desarrollo es un proceso evolutivo, sometido a cambios que dependen del momento histórico y del contexto social, de la misma forma, el concepto de emprendedor evoluciona en función de las fases que caracterizan el capitalismo. Schumpeter (1947) distingue cuatro perfiles: 1) propietario de una empresa; 2) capitán de la industria moderna; 3) gerente que desarrolla la función empresarial, y 4) el fundador. Becker (2007) analiza cada tipo de emprendedor de acuerdo a sus funciones, su origen, su posición social, su

relación con el capital, sus valores y motivación y las competencias para desarrollar el negocio, obteniendo la siguiente descripción:

- 1) *Propietario de la empresa*: caracterizado por ser el dueño de la empresa, que realiza actividades heterogéneas dentro de la misma y que su rol social es la de ser el capitalista dentro del sistema. En este caso, el capitalista y el emprendedor coinciden. La propiedad de los recursos facilita el desempeño del rol emprendedor pero no lo representa. Su motivación principal es cuidar a su familia en el presente y el futuro y tener una vocación no racional hacia el desarrollo de una idea de negocio. Dada su posición central dentro de la organización, sus competencias son técnicas, comerciales y legales.
- 2) *Capitán de la industria moderna*: el origen de su aparición se explica por sus habilidades personales, generalmente innatas. Sus funciones son coordinar la dirección general del negocio y la política de la compañía, innovar y tomar decisiones. Es considerado más emprendedor que el propietario descrito anteriormente. Su posición dentro de la empresa es la de ser el presidente, gerente o supervisor ejecutivo. No necesariamente dispone del capital, dependiendo de la posición que ocupe en la estructura de la organización. Es un individuo proactivo, que busca resolver problemas, buscar ingresos y obtener éxito. Sus competencias dentro de la firma se relacionan con las decisiones estratégicas y no con actividades operativas.
- 3) *Gerente que lleva a cabo la función emprendedora*: su relación con la organización es a través de la contratación laboral. Sus funciones dentro de la empresa son variadas, integrándose en la línea media, siendo el que guía las innovaciones. Lo que caracteriza a estos individuos es que difieren en sus preferencias de los intereses de los propietarios de la firma. Las motivaciones que persigue son: la obtención de reconocimiento social, ingresos, reconocimiento de sus colegas profesionales y del resto de los miembros de la firma, especialmente los accionistas.
- 4) *El fundador*: el origen de las capacidades emprendedoras pueden ser innatas como adquiridas, a través de la educación e influencias sociales. Sus funciones se abocan exclusivamente a la innovación. Sus preferencias se centran en cuestiones de comercialización y organización tecnológica, y no en financiamiento de sus actividades. Su interés es crear nuevas ideas de negocio, y no tanto en continuar con las que ya

inició. Su motivación es la búsqueda de nuevas oportunidades de mercado para desarrollar y no desempeña una tarea específica dentro de la estructura organizacional. Éste es el tipo de emprendedor “puro” y el que mejor define los rasgos del innovador schumpeteriano.

Uno de los aportes más valorados de Schumpeter (1947, 1939), y que ha tenido influencia en desarrollos posteriores, se relaciona con el análisis del comportamiento racional de los agentes económicos y la postura que Schumpeter adopta respecto a sus características en las ciencias sociales. La propuesta de este autor es considerar a las ciencias que estudian la acción humana no sólo a través del razonamiento lógico para establecer modelos de la realidad sino a través de la interpretación de los fines y medios que determinan las conductas. Esto permite distinguir el método de las ciencias sociales del utilizado en las ciencias naturales, especialmente teniendo en cuenta que el primero depende de factores sociales e históricos, por lo tanto, la racionalidad requiere de la consideración de especificidades temporales y espaciales. Festré y Garrouste (2007:4) definen este concepto en términos de que “la racionalidad en las ciencias sociales emana del analista. Las ciencias sociales se caracterizan por el hecho de que el analista no se circunscribe a establecer relaciones causales entre objetos y elabora conceptos basados en dichas relaciones para construir teoría, sino que en muchos casos interpreta el significado de las acciones individuales y en base a ello, establece normas de comportamiento”. A esta particularidad de las ciencias sociales, que las distingue del resto, Schumpeter la denomina “racionalidad del objeto” y su metodología se basa en la relatividad histórica y sociológica. Esta postura, lo distancia de la concepción neoclásica de la relevancia de la capacidad de predecir los comportamientos independientemente del método aplicado, expresado posteriormente por Friedman (1953). Por ello, Schumpeter diferencia el concepto de racionalidad del comportamiento del de racionalidad de los resultados. En la realidad, existen fenómenos donde los individuos actúan racionalmente pero el resultado colectivo es completamente irracional, como por ejemplo, las situaciones de crisis económica. De ahí la necesidad de considerar ambas dimensiones, porque mediante esta distinción, permite justificar la idea de que los emprendedores, que son perfectamente racionales, como no comparten los fines establecidos en el sistema, introducen desequilibrios en el flujo circular estacionario que generan cambios cualitativos en el mismo y resultados colectivos, de acuerdo al orden preestablecido, irracionales.

Por último, cabe mencionar la interpretación de la concepción del individualismo metodológico adoptado en la argumentación schumpeteriana. Por ejemplo, los neoclásicos establecen la figura

del *homo economicus* con el objetivo de resolver los problemas de decisión en un contexto estático. Bajo estas condiciones, los agentes reaccionan a oportunidades que ofrece el sistema pero no son capaces de alterar dichas condiciones y provocar cambios. Ahí es donde se distancia la perspectiva schumpeteriana, que considera que esta concepción del individualismo metodológico es eficiente para resolver cuestiones de análisis estático pero que resulta inapropiada su aplicación a fenómenos de carácter dinámico. Es bajo este contexto donde el emprendedor adquiere relevancia. Esto permite observar que si bien ambos adoptan como postura el individualismo metodológico, en el caso neoclásico se establece un comportamiento individual pasivo, mientras que en Schumpeter el comportamiento es activo (Dofter, 2006). Así, Schumpeter reconoce en el modelo neoclásico una formalización apropiada del equilibrio estacionario y de carácter estático. Sin embargo, sus argumentos son insuficientes para explicar los procesos de cambio tecnológico y las causas de desarrollo. De ahí que afirme que “el análisis del sistema económico neoclásico se basa, mediante variables y parámetros, en la determinación de precios y cantidades que se determinan mutuamente. De esta forma el sistema resulta ser estable sostenido por maximización de beneficios bajo condiciones estáticas. Sin embargo, las excepciones observadas frente a estas generalizaciones son considerables” (Schumpeter, 1928: 5). Por ejemplo, Guerrero (1994) sostiene que el enfoque estático de la teoría neoclásica no podía satisfacer a aquellos autores que creían que el cambio incesante en los productos y en los métodos productivos era la auténtica esencia del capitalismo competitivo. Precisamente, Schumpeter estaba convencido de que la destrucción creativa hacía de la competencia perfecta un concepto irrelevante tanto en el campo positivo como en el ámbito de la Economía del Bienestar y de la política económica.

### **2.3. Competencia schumpeteriana y neoclásica**

Una síntesis apropiada de las diferencias que existen entre la competencia schumpeteriana y neoclásica exige tener en cuenta que:

- a) La competencia no se limita a los ajustes en el *output*, sino que es todo un proceso evolutivo, de destrucción creativa, cuyo motor fundamental son las grandes empresas y que tiene por objetivo el apoderarse de los beneficios extraordinarios que sólo están al alcance - y de forma transitoria, pues desaparecen tan pronto como se cierra la brecha entre el innovador y sus seguidores- del empresario innovador que es capaz de anticiparse a sus rivales en la puesta en práctica de las modificaciones necesarias (nuevos bienes de consumo, nuevos



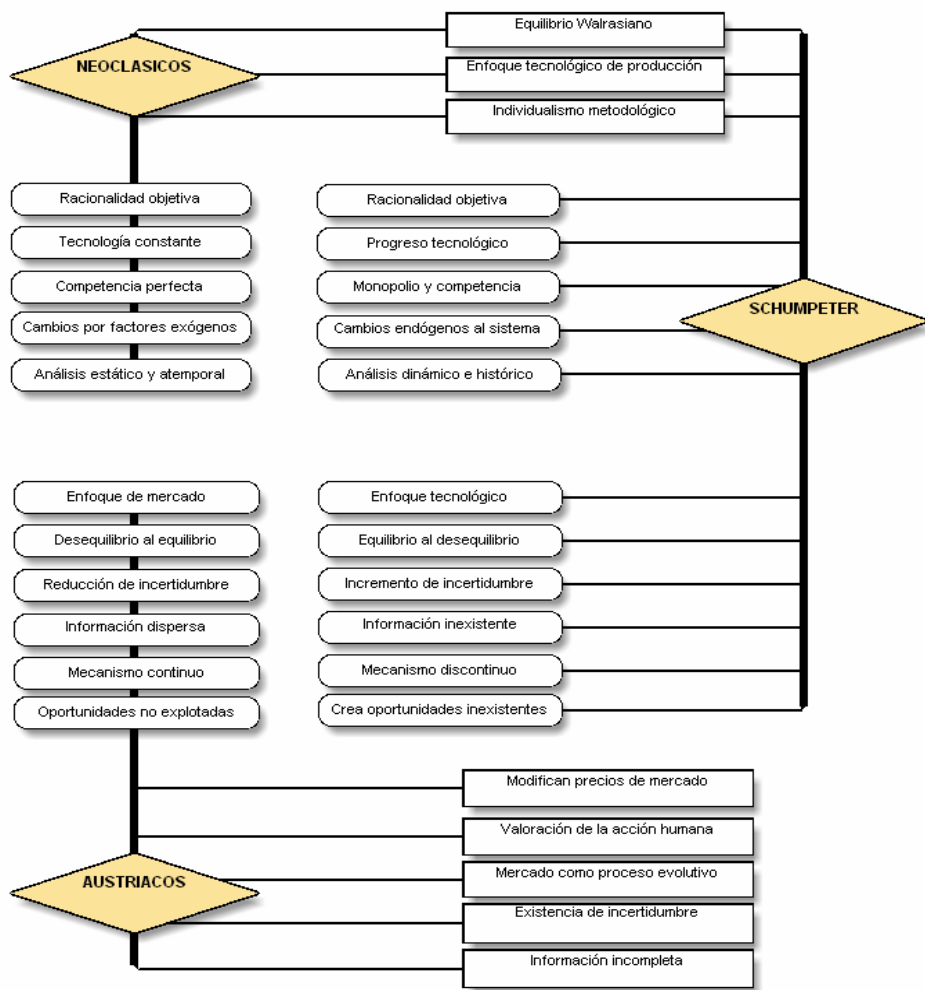
métodos de producción y de transporte, nuevos mercados, nuevas formas de organización industrial, etc.).

- b) La competencia no es necesariamente una fuerza equilibradora. Por el contrario, el empresario desempeña un papel desequilibrador en el proceso de mercado al interrumpir el “flujo circular” de la vida económica- el estado de equilibrio- por medio de la innovación, que no es sino un acto de competencia basado en la consecución de ventajas de coste y de calidad. Según Schumpeter, una vez que ha sido destruido el equilibrio por alguna perturbación, el proceso de establecer un equilibrio nuevo no es tan seguro, ni tan rápido, ni tan económico como pretendía la antigua teoría de la competencia perfecta, y existe la posibilidad de que la misma lucha por el ajuste, en vez de aproximar al sistema a un equilibrio nuevo, lo distancie aún más del mismo. Esto ha de suceder en la mayoría de los casos, excepto si la perturbación es pequeña. El beneficio extraordinario que percibe temporalmente el empresario innovador no aparece como una desviación del estado perfectamente competitivo de la economía ni como un despilfarro en la asignación de los recursos, sino como una recompensa para el innovador y una ganancia para la economía capitalista en su conjunto. Es claro observar, entonces, que el concepto de competencia en Schumpeter es mucho más amplio que el análisis de la determinación de los precios competitivos y de la normalización de los beneficios de la industria. La idea de beneficios de Schumpeter, se relaciona con la renta residual que provoca la innovación. Este beneficio es temporal, dado que el proceso de imitación tiende a reducirlos gradualmente hasta restablecer un nuevo equilibrio. Las rentas schumpeterianas son el factor desencadenante del proceso competitivo aún en presencia de mercados concentrados. Un monopolista tendrá elevados incentivos para invertir en el progreso tecnológico si de esta forma puede retener los beneficios que dicha innovación genera por un período prolongado de tiempo. Por ello, la noción de maximización neoclásica en un entorno de competencia perfecta no es la única solución eficiente. El emprendedor justamente compite contra sí mismo, buscando nuevas innovaciones que le permitan extender sus ganancias extraordinarias. Aún cuando una de las críticas que se le ha hecho a su noción de competencia, entendida como rivalidad, está asociada a calificarlo como pro-monopolista, “no es realmente una defensa del poder monopolístico, sino una defensa de ciertas actividades innovadoras, caracterizadas de monopolistas por los neoclásicos por la única razón de que no encuentran cabida en su modelo de competencia perfecta” (Guerrero, 1994:4).

La perspectiva schumpeteriana ha constituido, en síntesis, un notable aporte al entendimiento del funcionamiento de los mercados, de las empresas y de las acciones humanas, representadas

en la figura del emprendedor. En cuanto al análisis de los mercados y de las empresas, su argumentación se basa en el pilar neoclásico, tanto en lo que a sus semejanzas se refiere como a sus diferencias. En cambio, en el análisis de las acciones humanas en su visión se observa una clara influencia del pensamiento austríaco, aún cuando en los aspectos esenciales que caracterizan al emprendedor se distancia. Segura (2006) sostiene que a diferencia de muchos de sus contemporáneos vieneses de otros campos del conocimiento, Schumpeter no rompe radicalmente con lo que él denomina la “teoría tradicional”. Pese a las imposibilidades identificadas, su propuesta consiste en mejorar la teoría económica para sus propios propósitos, construyendo sobre ella. Así, en la explicación acerca de los factores que conllevan a la economía a su desarrollo, Schumpeter ha podido enlazar y adaptar algunos fundamentos microeconómicos neoclásicos, sostenidos en el individualismo metodológico, con principios macroeconómicos descritos por la escuela austríaca basados en la información existente en las sociedades, en un momento y espacio determinado. Ese enlace, como sostiene Dopfer (2006: 21), se realiza mediante la introducción de una nueva dimensión de análisis: la mesoeconomía. El proceso que permite relacionar la estructura *micro-meso-macro* económica es liderado por el emprendedor. Éste inicia el proceso “introduciendo una innovación (micro), que desarrolla en un mercado donde otros agentes intentan imitar (meso) para de esta forma destruir la estructura existente en la economía (macro)”

**Figura 2: Relaciones entre la teoría schumpeteriana y el pensamiento neoclásico y austríaco**



Fuente: Elaboración propia.

La propuesta de Schumpeter no invalida, por tanto, las propuestas neoclásicas y, en muchos casos, se apoya en algunos de los principios básicos que constituyen su andamiaje teórico. En este sentido, Dopfner (2006: 21) sostiene que “Schumpeter pensó que un programa teórico de la economía estaría completo si se adiciona la perspectiva dinámica.” Pero incorporar la noción de proceso implica adaptar algunas consideraciones previas y modificar el tratamiento de algunos de sus supuestos; aquí surgen las principales diferencias con la escuela neoclásica. Si bien Schumpeter considera la adopción del individualismo metodológico como método para estudiar los comportamientos económicos no basa su análisis en la figura del *homo oeconomicus*, que representa un concepto estático, abstracto, atemporal y pasivo. Al respecto, Dopfner (2006: 11) sostiene que “el *homo oeconomicus* sólo reacciona a las oportunidades, pero de ningún modo las

cambia. El *homo oeconomicus* fue diseñado para solucionar problemas del análisis estático, y aunque fue exitoso al hacerlo, no es apropiado para solucionar problemas dinámicos.”

Ese carácter abstracto y estático se traduce en la visión neoclásica, para explicar los cambios que se producen en el sistema económico, especialmente en el tratamiento de los mercados y de la tecnología. Los modelos neoclásicos que analizan los cambios en los mercados suponen que los mismos se originan en causas externas (regulaciones gubernamentales, factores no controlables, crecimientos de población, etc.), sin tener en cuenta las innovaciones como factor desencadenante de dicho proceso, que en esencia, es endógeno. De ahí que las estructuras de mercado no son evaluadas en función al grado de competencia que prevalece en la industria sino en relación al patrón innovativo que rigen en cada una de ellas. Asimismo, el progreso técnico, desde la visión neoclásica, es comprendido como un cambio cuantitativo cuyo origen se asocian a los incrementos de productividad, sin considerar los cambios cualitativos que representan dichas innovaciones. Es por ello que la propuesta schumpeteriana, frente a la visión neoclásica, será la de desplazar la atención de la cuestión de cómo se asignan los recursos eficientemente a cómo se crean y se destruyen los mismos, siendo la principal consecuencia, la aparición de la figura del emprendedor. Figura que como agente innovador ha estado ausente en el enfoque neoclásico (Guerrero, 1994; Díaz, 2002). Es decir, la escuela neoclásica es incapaz de comprender los procesos de cambio, ya que no están incorporados al análisis del flujo circular. En este último aspecto, la posición de Schumpeter se alinea a los principios que rigen el pensamiento austríaco, ya que para éste el sistema económico es un proceso continuo que se opone al mecanismo explicativo del equilibrio neoclásico. Guerrero (1994) afirma que la competencia perfecta describe una situación de equilibrio pero no dice nada sobre el proceso competitivo que conduce a ese equilibrio. De ahí surge el principal aporte de los austríacos a la teoría schumperiana que es entender al sistema económico como un proceso basado en la interacción y coordinación de acciones humanas que actúan en los mercados, destacándose como agente relevante el emprendedor. Siendo el análisis del emprendedor el punto de coincidencia más importante, cabe destacar que en él se encuentran también las principales diferencias.

De las características diferenciales mencionadas previamente, posiblemente la que más destaca sea la que refiere a la relación entre el rol emprendedor como agente equilibrador/desequilibrador del sistema económico. Kirzner (1999) en su artículo *Creativity and/or alertness: A reconsideration of the Schumpeterian Entrepreneur*, analiza su interpretación de las características del emprendedor observadas en 1973 y cómo es posible una reconciliación de

ambas posturas en el presente. Inicialmente para Kirzner (1999: 7) “la esencia del emprendedor schumpeteriano es la habilidad para romper las rutinas, destruir estructuras existentes y mover al sistema fuera del equilibrio. El emprendedor es un líder, contrariamente a lo que caracteriza a los imitadores que siguen al pionero”. Loasby (1982) interpreta que mientras el emprendedor kirzneriano responde a las señales cambiantes del entorno, el de Schumpeter es quien origina que la información cambie. Si existen tales diferencias cabría preguntarse dónde se encuentran las similitudes entre ambas posturas. El mismo Kirzner (1999: 12) destaca “la relevancia de las características del emprendedor schumpeteriano: su agresividad y su rol activo. Pero aún en las cualidades de perspicacia y alerta del empresario kirzneriano, es inevitable expresar éstas condiciones en términos de autoconfianza, audacia, creatividad y habilidades para innovar. Lo que es importante para los objetivos analíticos no son estas cualidades en sí mismas, sino la capacidad de alerta de estos individuos, ya que esta es la manera en la que dichas características se explicitan y se sostienen.” Por lo tanto, Kirzner considera que para entender el perfil psicológico de los emprendedores, el marco de análisis schumpeteriano es el adecuado, al igual que para explicar el proceso de destrucción creativa y como orientar las políticas para que dicho mecanismo se incentive. Ahora bien, para entender la tendencia de los mercados, la idea del empresario como agente capaz de detectar oportunidades es válida y significativa. Por ello, los austríacos, concluye Dopfer (2006), centran el análisis en la construcción de un modelo económico cuyo alcance es el nivel operativo de la economía. De esta forma, lo que determina el comportamiento de los individuos son sus acciones para la búsqueda y descubrimiento de información operativa que le facilita el reconocimiento de una oportunidad de mercado. Schumpeter va más allá, entendiendo que este agente no sólo tiene la capacidad de coordinar dicha información, sino que con su accionar, es capaz de generar nuevo conocimiento genérico dentro del sistema, ya que crea oportunidades inexistentes.

**Cuadro 3: Caracterización de la figura empresaria en Kirzner y Schumpeter**

	Visión schumpeteriana	Visión Kirzneriana
<b>Función Económica</b>	Innovación desequilibrante	Coordinación equilibrante
<b>Contexto de análisis</b>	Ciclos Económicos y Desarrollo	Precios de mercado y competencia
<b>Contenido analítico</b>	Especificidad histórica en la evolución económica	Función universal en el proceso de mercado
<b>Actividad esencial</b>	Creación de una novedad	Descubrimiento de oportunidades
<b>Atributos esenciales</b>	Capacidades de liderazgo	Conocimiento del mercado, alerta, perspicacia
<b>Área de influencia</b>	Producción industrial	Intercambio de mercado
<b>Objeto de la actividad</b>	Innovación tecnológica y organizacional	Oportunidades de nuevos negocios
<b>Fuente de ingresos</b>	Renta de innovación	Arbitraje de precios
<b>Tipo de cambio provocado</b>	Discontinuo y radical	Gradual e incremental
<b>Impacto en los agentes y las estructuras</b>	Incremento de incertidumbre vía la destrucción creativa	Reducción de incertidumbre por equilibrio del mercado

Fuente: Ebner (2004).

## CAPÍTULO III

---

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

FACTOR EMPRESARIAL Y FLUJOS MIGRATORIOS ARGENTINOS A ESPAÑA. UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA

Fabiola Baltar

ISBN:978-84-694-2173-4/DL:T. 1031-2011

## **CAPÍTULO III. LA NUEVA ECONOMÍA INSTITUCIONAL**

### **3.1. El enfoque contractual**

En el marco del neoinstitucionalismo económico, la eficiencia se logra si no se ignora que los agentes económicos no son unos autómatas maximizadores que reaccionan mecánicamente en un vacío “institucional”, sino que están ligados a un entorno institucional, por ello se considera que el mercado es parte de un todo al que se denomina economía de mercado, precisando, según Coase (1994), de un ordenamiento institucional, de naturaleza jurídica, regulado por los siguientes principios: a) los derechos individuales de propiedad según el principio de la propiedad privada, b) la transmisión de estos derechos con el consentimiento recíproco sobre la base del principio de libertad de contratación y, finalmente, c) la garantía del cumplimiento de los acuerdos. Acuerdos de difícil cumplimiento en tanto que en las transacciones reales el nivel de los costes de transacción depende de los rasgos característicos de cada transacción concreta, pero también de las características del entorno institucional en que esa transacción se lleva a cabo.

Las transacciones económicas dependen de un “paraguas” de reglas jurídicas explícitas (constituciones, leyes, regulaciones, contratos...) y de los contactos personales (las reglas informales) entre los sujetos económicos (Eggertsson, 1995; Ayala, 1999). Estos contactos juegan un papel determinante al permitir reducir el oportunismo y la incertidumbre; en otros términos, economizar coste de transacción, aunque no eliminarlos. Así, las reglas formales e informales proporcionan, para North (1993), la estructura de incentivos de una economía, reducen la incertidumbre al definir y limitar el conjunto de elecciones de los sujetos, y determinan las oportunidades que hay en una sociedad. North (1990) subraya, además, que hay que diferenciar entre las reglas de juego que son las instituciones, y las decisiones y estrategias que los agentes participantes en las transacciones adoptan dentro de un marco institucional dado (Calander y Landreth, 2006; Galan, 2006). Esto explica que la nueva economía institucional se la reconozca como institucionalismo centrado en los agentes. En este sentido, Buchanan (1963: 7) analizando la teoría del equilibrio general neoclásico, argumenta que “al imponer la condición de que ningún participante del proceso económico puede influir independientemente en el resultado de este proceso, se extrae todo contenido social del comportamiento individual en la organización del mercado.” El individuo responde a un conjunto de variables exógenas, “externamente determinadas y su problema de la elección se torna puramente mecánico. Una solución a un conjunto de equilibrio general de ecuaciones no se ve predeterminada por reglas



establecidas en forma exógena. Una solución, si la hay, surge como resultado de una red evolutiva de intercambios, negocios, operaciones, pagos, acuerdos y contratos. De ahí que habría que centrar el análisis en el intercambio y no en la elección”. Los fundamentos que justifican este argumento han sido postulados inicialmente, por Coase (1937), sentando las bases para el desarrollo de teorías (teoría de los costes de transacción, teoría de la agencia, teoría de los derechos de propiedad...) que conciben a la economía como un sistema de contratos.

El enfoque contractual deriva, entonces, de Coase, para quien en el mundo real, existen muchas áreas donde el sistema de precios, como mecanismo de coordinación no se aplica; de hecho, sin la empresa, la actividad económica es coordinada mediante transacciones realizadas en el mercado. Pero con la empresa, estas transacciones de mercado son reemplazadas por un coordinador que dirige la producción mediante el ejercicio de la autoridad. Así, Coase observando el funcionamiento de las grandes corporaciones, analizó que el sistema económico puede ser coordinado a través del mercado o a través del ejercicio de la autoridad en la toma de decisiones. Siendo esto así, el objeto de estudio para la economía deben ser las transacciones económicas (Eggertsson, 1995; Rutherford, 1994). Éstas, en la perspectiva neoclásica, están determinadas por la tecnología, y son analizadas a través de la función de producción sin considerar cuáles son las características que las definen y su relación con las formas de organizar la producción. De esta forma, el tamaño de una empresa queda determinado por los rendimientos a escala y el precio de los factores productivos. Sin embargo, las transacciones no sólo se definen de acuerdo a sus características tecnológicas, sino que, por ejemplo, para la teoría de los costes de transacción, las empresas deben incurrir en costes asociados a su realización, denominados costes de transacción. Éstos pueden ser externos a la empresa e internos. Los primeros se asocian al uso del mecanismo de precios, mientras que los segundos se asocian a las deseconomías de escala, a consecuencia del incremento en los costes de burocratización.

El planteo inicial de la teoría de costes de transacción, si bien basa el análisis en los conceptos neoclásicos de optimización y eficiencia, ha permitido ampliar los conceptos que definen a la empresa y su rol en el sistema económico. La diferencia de esta visión respecto a la tradición ortodoxa neoclásica, es que intenta indagar en la estructura de la empresa y sus orígenes, en el sentido de que considerar la relevancia de porqué en ciertas circunstancias la actividad empresarial se plasma en una estructura interna particular o toma una forma organizativa particular y en otras circunstancias una estructura interna diferente, implica reconocer la necesidad de indagar en la naturaleza de la empresa en sí: implica abrir la caja negra. De ahí que tanto la teoría de costes de transacción, como la teoría de los derechos de propiedad y la teoría

de la agencia, coinciden en la adopción de una perspectiva contractual para analizar las decisiones en torno a las formas de organización de la producción. Así, a diferencia del análisis neoclásico, estas teorías consideran los mecanismos internos de asignación de recursos, las relaciones al interior de la empresa y su complementariedad con el mercado. Coincidentemente con la literatura neoclásica, el objetivo de eficiencia es el punto de partida del análisis de la empresa y de su función dentro del sistema económico. Sin embargo, estas teorías se diferencian en los supuestos conductistas respecto a las acciones de los agentes económicos. A partir del supuesto de racionalidad limitada, el concepto de maximización neoclásico queda acotado a la noción de máxima satisfacción en función a la información y nivel de incertidumbre existente. Éste es un aspecto relevante que acerca a los neoinstitucionalistas a la postura austríaca, que consideran la existencia de costes de búsqueda de información en un entorno cambiante e incierto. Si bien la empresa se define como una estructura de contratos cuyos límites quedan determinados por la comparación entre los costes de utilización del mercado y de coordinación interna, los factores que determinan, en cada teoría la estructura productiva difiere.

Todas estas teorías parten de la consideración de la presencia de información imperfecta, racionalidad limitada e incertidumbre. La diferencia radica en que la teoría de la agencia y de los derechos de propiedad se centran en los problemas de información *ex ante*, mientras que los costes de transacción analiza las consecuencias *ex post* de los arreglos contractuales frente a la presencia de conductas oportunistas. Por lo demás, ésta última focaliza en las transacciones como unidad de análisis dando importancia a sus características, especialmente el grado de especificidad del activo involucrado en la transacción (Samuels, 1988). En cambio, las otras dos teorías analizan, desde una perspectiva institucional, cómo se distribuyen los derechos de propiedad y se formula una estructura de incentivos eficientes para alinear los objetivos de los miembros de una organización cuando existe disociación entre la propiedad y el control. Cabe destacar también que las tres teorías plantean un problema de coordinación, llevando su argumentación al plano contractual, en vez de basar su análisis en la formulación de una teoría de la elección racional o de equilibrio competitivo. Si bien los tres enfoques comparten los supuestos conductistas y reconocen los problemas de información que existen en la economía, su modo de abordar y relacionar estas características es distinta. Por ejemplo, la teoría de la agencia da prioridad a los problemas de coordinación que surgen de la separación entre el principal y el agente (propiedad y control). Su análisis, en consecuencia, se centra en la formulación de contratos eficientes frente a la existencia de información asimétrica.

En el caso de la teoría de los derechos de propiedad, se pone énfasis en la asignación de derechos de propiedad frente a la existencia de externalidades, siendo los problemas de información sólo un caso particular dentro de los fallos de mercado, otorgando un rol central al papel que juegan las instituciones en la asignación de los derechos de propiedad no especificados mediante los mecanismos de asignación privada del mercado. Se denomina externalidades a los efectos externos que generan las actividades productivas sobre individuos y empresas ajenas a dicha actividad. Dentro del paradigma neoclásico, Pigou en 1920, precursor de la teoría del bienestar, fue el primero en plantear la existencia de externalidades en donde una empresa privada, no recibe los beneficios de su actividad en su totalidad (efectos externos positivos) o bien, incurre en costes (privados) menores a los socialmente óptimos (efectos externos negativos) En la argumentación neoclásica, la solución a dichas externalidades es el establecimiento de impuestos y subsidios que corrijan estas desviaciones entre la valoración privada y social. De esta forma, mediante la regulación, se reestablece la eficiencia de los mercados.

Criticando esta postura, Coase (1994) establece que no es a través de impuestos que se corrigen los efectos externos sino mediante la reasignación de derechos de propiedad. De esto se deriva el “teorema de Coase”, que formula que si los costes de transacción son positivos, independientemente de quien posea los derechos de propiedad, si éstos están debidamente especificados, se origina un mercado para dichos efectos (antes inexistente) que se autorregula, promoviendo la eficiencia sin la necesidad de aplicar dichos impuestos. En el caso de la teoría de costes de transacción, ésta analiza los mecanismos de coordinación desde una perspectiva organizacional. Perspectiva que se basa en la determinación de los límites de la empresa y en los problemas *ex post* derivados de la firma de contratos incompletos, donde la especificidad de los activos involucrados en las transacciones es elevada, incrementando los costes de mercado para la realización de las mismas mediante contratos con terceros. La teoría se centra, así, en explicar las estrategias de integración de las actividades productivas cuando existe incertidumbre en la firma de contratos.

Por último, el enfoque contractual asume los principios expuestos por Simon (1957); principios que presuponen que el individuo toma decisiones en función a su capacidad de procesamiento de la información y en la búsqueda de su interés propio. En el primer caso, considera que los individuos actúan con racionalidad limitada, es decir, no pueden conocer todas las alternativas existentes y menos aún anticipar las posibles consecuencias de sus decisiones. Esto lleva a reemplazar el concepto de maximización neoclásico por el de satisfacción sujeta a restricciones

que surgen de las limitaciones cognitivas. Simon, entonces, define la racionalidad limitada como un comportamiento intencionalmente racional pero limitado. Limitación que puede minimizarse en la medida en que las reglas formales, establecidas en las organizaciones, favorezcan la reducción de la complejidad e incertidumbre involucrada en la toma de decisiones. En el segundo caso, la búsqueda del propio interés deriva en la existencia de oportunismo. La definición más reconocida es la que propone Williamson (1985: 47) que lo describe como “la búsqueda del propio interés con astucia. El oportunismo a menudo implica formas sutiles de engaño. Más generalmente, el oportunismo se refiere al descubrimiento incompleto o deformado de información, a esfuerzos deliberados para engañar, deformar, disfrazar, o confundir. Es responsable de las asimetrías de la información, que complican los problemas de la organización económica.”

La historia empresarial como, más ampliamente, la historia económica están haciendo un uso cada vez mayor del nuevo institucionalismo o enfoque contractual. En este enfoque, la empresa es definida como una forma organizativa que debe tener una naturaleza cooperativa, pero para que la empresa, como solución organizativa, sea más eficiente que el mercado debe de diseñar estructuras de gobierno o estructuras de contratos que favorezcan la cooperación, coordinación y negociación entre los grupos de interés que la integran y que, además, reduzcan las ineficiencias que acarrea la mala ejecución de contratos incompletos. Para Williamson (1998), los contratos que gobiernan la relación de la empresa con sus empleados, proveedores, clientes, accionistas y prestamistas, tienen un rasgo en común, el de ser contratos incompletos; incompletitud que justifica la existencia de una relación de autoridad, de una estructura de gobierno, cuyo origen está en la frecuencia de las transacciones, ya que su repetición justifica incurrir en el coste que supone el establecimiento de formas de gobierno, es decir, de estructuras organizativas basadas en contratos multilaterales.

Por ello, el análisis del enfoque contractual está dirigido a contrastar la eficiencia económica de diferentes formas organizativas, apoyándose en el supuesto de que la mejor estrategia consiste en organizarse y operar de forma eficiente a través de la competencia interorganizativa y la disciplina de mercado. Concretamente, se trata de estudiar la conducta de organizaciones que buscan racionalmente su propio interés y que deben competir por recursos escasos, en un entorno que se caracteriza por la incertidumbre (que se genera a causa de que las decisiones económicas pueden tener más de una consecuencia) y la asimetría de la información (que se genera a causa de que la información está desigualmente distribuida, lo que provoca situaciones de riesgo al utilizar algunos agentes económicos la ventaja informativa que poseen para

conseguir una ventaja económica en la realización de las transacciones). Así, en la medida en que la información es asimétrica, se distribuye desigualmente y los agentes no tienen conocimiento absoluto sobre las tecnologías ni disponen de capacidades perfectas para su implementación, el problema económico deja de ser un problema de elección entre un conjunto de planes de producción tecnológicamente factibles para pasar a ser un problema de toma de decisiones que afecta a la construcción de los planes de producción (Putterman, 1994; Cowen y Parker, 1998; San Emeterio, 2006).

De esta manera, los intercambios dejan de ser efectuados por agentes anónimos que operan en mercados impersonales y que tienen un comportamiento mecánico de simple ajuste hasta alcanzar situaciones de equilibrio, adoptándose, en cambio, una visión más realista de la racionalidad paramétrica, al incorporar las nociones austríacas de racionalidad limitada y de racionalidad estratégica; según ésta el entorno del agente está poblado de otros agentes racionales, capaces de interferir el curso esperado de la acción (Samuels, 1988; Ayala, 1999). Por ello, las primeras demostraciones de la existencia de equilibrio competitivo se referían a soluciones no cooperativas, esto es, entre los agentes no existía ningún tipo de cooperación, únicamente competencia. Esta forma de concebir las relaciones económicas, fue considerada demasiado restrictiva, dado que es posible que agentes aislados se reúnan en grupos porque esperan obtener un mejor resultado mediante la cooperación, desapareciendo, así, la autosuficiencia económica, y entrando en escena las economías de especialización, por imperativos de la división del trabajo y la cooperación; ambos conllevan la interacción coordinada. Este hecho hace necesario la existencia de una organización, y de ahí caracterizar la empresa como una organización; particularmente, como un ente contractual centralizado en un proceso productivo en equipo (Alchian y Demsetz, 1972) o como un conjunto de contratos entre los factores de producción, cada uno motivado por su propio interés (Fama, 1980).

De este modo, en la nueva economía institucional, el problema económico de decisión racional se transforma en un problema de organización económica en el marco de la optimización, dado que al estar constituidas las organizaciones por agentes con intereses propios, la pregunta que surge es ¿cómo alcanzar la eficiencia en una organización en la que los agentes tienen intereses propios y que pueden optar por comportamientos oportunistas y apropiarse de los frutos del esfuerzo ajeno? Pues bien, en torno a esta pregunta la nueva economía institucional, estudia los costes relativos a la estructura de las relaciones existentes entre los agentes involucrados en una empresa. Preocupación que explica el reajuste del modelo ortodoxo neoclásico por considerarlo excesivamente abstracto, y con el objetivo de adaptarlo al modelo de empresa gerencial, en el

que el control efectivo de la empresa ya no es ejercido por los titulares legales –o sea los accionistas-, sino por gerentes profesionales contratados.

### **3.2. Derechos de propiedad y relación de agencia**

Los análisis de la organización óptima derivados de la teoría de los derechos de propiedad (Alchian y Demsetz, 1972; Fama, 1980; Fama y Jensen, 1983; Demsetz, 1986, 1991), establecen que la propiedad privada es un prerequisite de la actividad económica y de la aparición de los mercados, por lo que su interés analítico se centrara en las relaciones que se establecen en la empresa entre los distintos propietarios de los *inputs*. Por tanto, el estudio de la empresa se aborda mediante lógicas de propiedad. De hecho, cuando en el mercado tiene lugar una transacción se produce un intercambio de dos conjuntos de derechos de propiedad, esto es, intercambio de bloques de derechos de propiedad del que se derivan arreglos contractuales respecto a la transferencia de los derechos, y del que se desprenden, además, costes de definición, intercambio y exigencia del cumplimiento y vigilancia de los derechos de propiedad. Se resalta también que las economías de especialización posibilitan que las organizaciones económicas, al hacer uso de la división del trabajo, sean más productivas y eficientes, pero producen costes (de motivación y coordinación). Costes asociados a que la empresa es una organización de propietarios que detentan la propiedad de los factores de producción; más específicamente, un proceso productivo en equipo en virtud de la copropiedad de los *inputs*.

La empresa es, entonces, una organización de individuos que detentan la propiedad de los factores de producción, por lo que aquélla depende del sistema de contratos y de derechos de propiedad bajo el que opera (Demsetz, 1986). Concretamente, la empresa es un mecanismo para conseguir el mejor aprovechamiento de los derechos de propiedad, y dado que toda transacción no es sino un intercambio de derechos de propiedad, se considera que la relación de autoridad no es el resorte de la empresa, sino que más bien la empresa se conceptualiza como un conjunto de integrantes en cooperación productiva que se encuentran en una situación caracterizada por la existencia de un agente que ocupa una posición central al participar en los contratos de los demás *inputs*. Más específicamente, la empresa aparece cuando los propietarios de los factores de producción o activos de la empresa en virtud de un arreglo contractual se los ceden a un agente central cuya función es dirigir y controlar el proceso de producción, sustituyendo, así, la “mano invisible” del mercado por la “mano visible” del empresario. La empresa es, pues, un ente contractual centralizado en un proceso productivo de equipo, por lo que resulta ser un conjunto de contratos entre los diversos factores de producción, cada uno motivados por su

propio interés y la naturaleza de los contratos condiciona la conducta de los agentes económicos.

En suma, desde la teoría de los derechos de propiedad y en base a la hipótesis de que la utilización de los recursos escasos depende de la estructura de los derechos de propiedad vigentes en una sociedad y en la que dichos recursos son siempre propiedad de los individuos, se puede derivar un intercambio de los derechos de propiedad que determina diversas estructuras contractuales, y en base a las estructuras de los derechos de propiedad, sancionados socialmente, surge la empresa como institución alternativa al mercado. Así, más que hablar de propiedad de la empresa, resulta más pertinente afirmar que cada factor de producción es propiedad de alguien, como factor clave para el establecimiento de los derechos establecidos en los contratos entre el agente central y cada uno de los propietarios de los *inputs*. Sin embargo, en toda producción en equipo emergen problemas de medición y control individual, así como de incentivos, al resultar costoso determinar la contribución de cada participante o propietario de un *input* al producto final. Sobre esta base, el contenido de los derechos afecta a la asignación y uso de los recursos, por lo que se puede determinar los efectos derivados de las posibles asignaciones de los derechos de propiedad sobre la actividad económica. Estas posibilidades conducen a distintas estructuras de recompensas y sanciones determinando la conducta de los participantes o agentes económicos (Galán, 2006). De ahí que, desde esta perspectiva teórica, el mercado no es una forma eficiente de gobierno de la producción en equipo al no introducir ninguna modificación en los incentivos de los participantes; además, la empresa logra organizar eficientemente la producción en equipo, al establecer un agente, el empresario/directivo, encargado de medir la productividad del resto de participantes, y de remunerarlos y/o sancionarlos de acuerdo con ella. Ello le permite al directivo revisar y rescindir los contratos, de forma que puede seleccionar a los mejores y retribuir a cada participante de acuerdo con su productividad. Esto ha supuesto clasificar los problemas de organización interna como problemas de coordinación y de motivación en torno a dos variables: 1) grado de coincidencia en los objetivos entre los distintos copropietarios de *inputs*, y 2) situación de información en la que se encuentran dichos copropietarios. Problemas que generan costes de transacción dentro de la empresa, y que se deducen sistemáticamente de los análisis coste-beneficio que realizan los agentes racionales, es decir, los distintos copropietarios de los *inputs*.

Dado el supuesto de que la información no es un bien libre, sino que tiene un coste (Ayala, 1999; Barzel, 1989), la teoría de la agencia, apoyándose en que el grado de acceso de los individuos a la información no es igual (información imperfecta y asimétrica), y sobre la

propensión al oportunismo de los agentes económicos, considera que si la empresa está presente en los mercados de capitales con negociación secundaria, como la Bolsa, la evolución de la valoración de las acciones de la empresa ofrecerá información a los propietarios sobre la valoración por parte del mercado de la gestión del agente central. Así, en la necesaria tarea de conseguir “buenos” resultados financieros, el agente central ha de elegir mecanismos eficientes de organización económica, con la meta de crear valor para el accionista. Ante esta meta, no hay ninguna alternativa disponible que sea universalmente preferida en términos de eficiencia. Ésta no puede aplicarse a resolver problemas éticos, se aplica únicamente a un conjunto específico de opciones disponibles. La eficiencia global depende del conjunto de relaciones contractuales derivadas de la cooperación productiva, y en la que sus directivos y gerentes han de hallarse bajo control y subordinado al agente económico principal: los accionistas o los gestores de sus carteras (Demsetz, 1980; Fama, 1980).

Bajo este planteamiento, la teoría de la agencia considera la empresa como una ficción legal en tanto que sirve de nexo para un conjunto de contratos bilaterales que suplantán la contratación multilateral existente en el mercado, centrando, entonces, su atención sobre el conflicto de intereses y problemas inherentes en toda relación de agencia derivados de la presencia en una misma organización de agentes maximizadores de sus funciones individuales de utilidad (Jensen y Meckling, 1976). La relación de agencia sitúa, además, la coordinación y motivación como el problema básico de la organización interna de las empresas, ya que las economías de especialización posibilitan que las empresas, al hacer uso de la división del trabajo, sean más productivas y eficientes, pero producen costes (de motivación y de coordinación), asociados a la existencia en el interior de la empresa de grupos específicos en conflicto.

Una relación de agencia se define como un contrato en el que uno o más individuos (a quien se denomina principal) recurren al servicio de otro u otros (denominados agentes) para que cumplan una tarea en su nombre y provecho, lo que implica que el principal delegue en el agente parte de su actividad. Los problemas de agencia derivan de que se de una divergencia o conflicto de intereses entre el principal o el agente en tanto que ambos son maximizadores de sus respectivas funciones de utilidad; divergencia justificada por la posibilidad de que la relación de agencia se desenvuelva en un ambiente de incertidumbre, en donde el principal es incapaz de observar sin costes las decisiones del agente (azar moral) o no puede verificar los conocimientos del agente (situación adversa) al existir información asimétrica. Para evitar el componente oportunista -la orientación por el interés propio-, y que corresponde a un comportamiento estratégico de manipulación de la información a su favor por parte del agente,



el principal ha de ofrecer incentivos asociados a los beneficios, lo que supone costes de control o de agencia y una reducción de las rentas de la propiedad. La importancia de los costes de agencia está en que plantea el problema de organización y gestión interna como un problema de costes de agencia, pero no se considera necesaria la existencia ni de jerarquía ni de autoridad. Únicamente se asume la existencia de relaciones de agencia o contractuales entre sujetos o agentes económicos, y para su análisis se parte de dos hipótesis (Putterman, 1994; Barzel, 1989): 1) los agentes buscan maximizar su propia función de utilidad en las relaciones contractuales, y 2) los agentes son capaces de anticipar racionalmente la incidencia de las relaciones de agencia sobre el valor futuro de su riqueza o patrimonio.

Sobre las dos anteriores hipótesis, se desarrollan los problemas precontractuales -selección adversa- y postcontractuales -azar moral-, y que se plantean en términos de información oculta, y se resuelven en términos de información (Arrow, 1974). Se explica, entonces, que la teoría de la agencia se centre en el análisis de los contratos entre agentes económicos individuales y con el objetivo de minimizar los costes de agencia que se derivan de toda forma de cooperación entre dos o más individuos, concibiendo la empresa como un conjunto de grupos heterogéneos (accionistas, directivos, empleados, acreedores, proveedores, clientes...) que establecen contratos. Los denominados costes de agencia (costes de formalización, seguimiento y cumplimiento del contrato) brotan en la empresa a consecuencia de los conflictos que aparecen entre estos grupos con intereses contrapuestos, y la empresa se organiza como un conjunto de relaciones bilaterales entre los diferentes principal y agente.

### **3.3. Derechos y función empresarial**

Tanto la teoría de los derechos de propiedad como la teoría de la agencia, basan su análisis en los principios básicos que sostienen la economía de contratos o enfoque contractual. Demsetz (1973:16) considera que “un mismo recurso no puede ser utilizado simultáneamente para satisfacer demandas competitivas, de ahí que los conflictos de intereses deben resolverse mediante algún mecanismo. El capitalismo descansa en el mercado y en la asignación de derechos de propiedad privada para resolverlos.” Según esta teoría, la propiedad de un recurso no se define como la tenencia del mismo, sino como el derecho a su utilización, siendo un derecho socialmente reconocido. De ahí que sobre un mismo recurso muchos grupos reclamen derechos de propiedad y sea necesario establecer mecanismos de asignación que definan su uso. De hecho, en la economía privada, el propietario de un factor productivo puede: 1) producir él

mismo el bien final con sus recursos; 2) venderlos para que los utilice un tercero, o 3) establecer arreglos contractuales que definan su uso y los ingresos que percibirá por la cesión de propiedad.

Según Cheung (1983: 3-6), “la firma emerge cuando se da la tercera opción. El emprendedor que dispone de un número limitado de derechos establecidos por contrato dirige las actividades productivas sin establecer precios a cada una de ellas, y los bienes que produce son vendidos en el mercado.” Además, Cheung profundiza la noción de costes de transacción sosteniendo que si en el mercado éstos fueran nulos, no tendría sentido hablar del mercado de producto y de factores por separado, ya que el consumidor pagaría simultáneamente el producto y la contribución que cada factor realiza a la producción del mismo. En cambio, si los costes de transacción son positivos separar ambos mercados adquiere relevancia. Por lo demás, “el derecho al intercambio implica el derecho a contratar, y que los derechos de propiedad pueden ser transados bajo una amplia variedad de arreglos contractuales que están determinados por los costes de transacción.” La existencia de la firma bajo este contexto queda justificada teniendo en cuenta que si el consumidor debiera pagar por la contribución marginal de cada uno de los componentes del producto, el precio del bien final sería prohibitivo. De ahí que “una alternativa es que todos los factores cooperen y establezcan contratos con otro agente donde se establezca el precio a pagar por sus servicios y todos los precios intermedios se agreguen al valor del producto final. De esta forma se sustituyen los contratos intermedios y un agente central contrata cada factor pagando por el uso de los mismos y vende el bien final a otro precio”.

Las ventajas adicionales que tiene la centralización de los derechos de propiedad son que permite medir el valor en algunas contribuciones donde sería muy costoso determinar su precio, ya sea porque no es directamente reconocida su utilidad y uso, o bien adquiere valor cuando es vinculado a otros componentes. De esta forma, delimitar los derechos de propiedad no sólo permite asignar eficientemente las condiciones de utilización de los recursos y apropiación de externalidades de los mismos, sino que minimiza los costes de transacción. La presencia de externalidades impide que el mercado funcione eficientemente y en función de cómo es el grado de dificultad para delinear los derechos de propiedad privado diferentes serán los arreglos contractuales relacionados. Según Kim y Mahoney (2005: 226), “la teoría de los derechos de propiedad provee de una perspectiva evolutiva del proceso por el cual las elecciones institucionales son realizadas, donde los conflictos de intereses de las partes contratantes son tenidos en cuenta.” De esta forma, la asignación de los derechos permite identificar cuáles son los agentes claves en el desempeño del sistema económico. Al respecto, Libecap (1986)

considera que en un sistema donde la estructura de propiedad no está bien definida, los individuos en sus decisiones de producción no tienen en cuenta el coste social de sus elecciones que obligan a la planificación a corto plazo de la producción, limitando la eficiencia conjunta. Asimismo, se genera un desincentivo a la inversión, en cuanto a que se acrecienta la incertidumbre respecto a las condiciones futuras a las que se verán afectadas.

Eggertsson (1995) argumenta que la estructura de los contratos depende del sistema legal, las costumbres sociales y los atributos técnicos de los recursos que están involucrados en el intercambio. El Estado, a través de sus políticas, asiste a la economía privada dándole legitimidad a los contratos y forzando su cumplimiento, reduciendo de esta forma el coste de negociación de los mismos, y siendo un factor crítico para el desarrollo económico. Según este autor, a lo largo de la historia existe evidencia de que los Estados no siempre respaldan adecuadamente estas estructuras, situando a la economía en niveles que no se aproximan a la frontera tecnológica (Mahoney, 2005). Por lo demás, los Estados determinan la capacidad y dinamismo de los mercados y de la incorporación de nuevas empresas. Foss et al. (2006: 5) sostienen que “el descubrimiento de muchos atributos de los recursos no es una cuestión de suerte, sino que forma parte del proceso de descubrimiento emprendedor y dicho proceso esta influenciado por los derechos de propiedad porque determinan cuáles son dichos atributos, como son juzgados por los emprendedores y qué acciones llevarán a cabo. Si el emprendedor no puede resguardar sus derechos de propiedad no los explorará, y ciertos recursos nunca serán descubiertos y explotados.”

De aquí se desprende una conclusión importante respecto a la influencia de los costes de transacción y los derechos de propiedad en la función emprendedora. La idea subyacente es que en la medida en que el coste de protección de determinado recurso sea bajo, más atractivo será para el emprendedor su utilización. Si el objetivo del empresario es la obtención de rentas mediante la combinación de factores productivos, la habilidad de generar la misma esta estrechamente relacionada con la creación y resguardo de los derechos de propiedad sobre dichos recursos. De esta forma, el valor de los atributos no sólo depende de su productividad en relación con el bien final, sino que esta determinado en parte por la minimización de los costes de transacción en los que el empresario incurre en la búsqueda y explotación del mismo. Según estas teorías, entonces, una reducción de los costes de transacción es también una reducción del coste de combinar y recombinar recursos. Esto hace que el coste de innovar sea menor y que, por ende, los cambios en los costes de transacción impliquen cambios en los costes de imitación (Foss et al. 2006; Rutherford, 1994).

En síntesis, bajo la idea central de la importancia de los derechos de propiedad como mecanismo de alineación de incentivos y eficiencia, surgen dos niveles de análisis claramente definidos. Por un lado, a nivel microanalítico, el modelo propuesto por Demsetz (1966) de internalización de externalidades y, por otro lado, a nivel macro, la noción de estructuras de soporte que resguardan la protección de la propiedad garantizando la asignación eficiente en presencia de costes de transacción. Una extensión del primer modelo será el desarrollo de la teoría de la agencia de Grossman y Hart (1986), que basa su explicación en los mecanismos de asignación eficiente en presencia de contratos incompletos y enfatiza en la relevancia de la propiedad de los activos. Y una segunda perspectiva que se centra en el contexto y en los cambios institucionales y en cómo éstos afecta la estructura de incentivos, que combina la teoría de derechos de propiedad y costes de transacción desarrolladas por North (1990). Por otra parte, los trabajos que analizan los problemas de agencia, centran su perspectiva en las características de los contratos establecidos entre las partes. La idea que subyace en su análisis es que la empresa surge en situaciones en la que los agentes no pueden firmar contratos completos y la asignación del control es importante. La literatura en torno a los derechos de propiedad presupone la existencia del emprendedor propietario de los derechos a la utilización de factores productivos y, a su vez, es el agente administrador de las decisiones en torno a la asignación de los recursos.

En este sentido, Fama (1980) considera que la principal crítica de este enfoque es que no permite explicar el comportamiento de grandes corporaciones, donde quien toma las decisiones no es quien posee los derechos de explotación de los recursos. Según este autor, la separación entre propiedad y control puede ser interpretada como una forma eficiente de organización de la producción cuyo mecanismo se basa en la estructura de contratos pero difiere en la interpretación de los incentivos que llevan a su conformación y dinámica. El punto de partida de los modelos de agencia es separar las funciones atribuidas al emprendedor como administrador y tomador de riesgos y analizarlas como dos factores que se presentan separadamente. En este sentido, Fama (1980:290) define a la función administrativa como “un tipo de trabajo con un rol especial, coordinar las actividades de los insumos y llevar a cabo contratos acordados entre los mismos. En cambio los tomadores de riesgo contratan aceptando la incertidumbre y la posibilidad de que exista una diferencia negativa entre los ingresos y costes al final del período productivo.” Bajo estas consideraciones, la propiedad del capital no se asocia a la propiedad de la empresa, ya que “cada factor en la empresa es propiedad de alguien. Por lo tanto la firma es una estructura de contratos que cubren la forma en la que los recursos se unen para crear productos y la forma en que los ingresos que reciben de los mismos son distribuidos entre

dichos factores. De esta forma, considerando la empresa como un nexo de contratos, el concepto de propiedad es un concepto irrelevante”.

Los problemas de agencia surgen, pues, de la separación entre propiedad y control. Las grandes corporaciones se caracterizan por estar constituidas por un grupo de propietarios que invierten en una cartera diversificada de acciones, y que no centran especial interés en una firma en particular, que queda controlada por el gerente, que es quien ejecuta las acciones para asegurar la viabilidad de la empresa. Dadas estas circunstancias, los administradores decidirán cooperar entre ellos, en vez de competir, a fin de apropiarse del excedente de los tenedores de acciones. De esta forma, los propietarios deberán disciplinar, a través de un mecanismo de incentivos, las conductas de los administradores de tal manera que se puedan alinear los intereses particulares a los de la empresa. Los costes de agencia asumen la presencia de racionalidad limitada e incertidumbre que derivan en el surgimiento de dos problemas de relación entre principal y agente. Por un lado, la existencia de selección adversa que se origina en la imposibilidad que enfrenta el principal de conocer ciertamente si las habilidades laborales condicen con el ingreso percibido por las mismas. Por otro lado, la presencia de riesgo moral que impide al propietario asegurar que el agente desempeña su labor con el máximo esfuerzo.

La consecuencia del origen de los problemas de agencia es que un contrato de asignación de un salario fijo entre principal-agente no es óptimo, en cuanto a que estos últimos tendrán incentivos para engañar al propietario. La propuesta es entonces generar mecanismos de alineación de incentivos que consiste en otorgar al agente los ingresos residuales que la actividad genere. De esta forma, los administradores tomarán decisiones tendientes a realizar acciones que mejoren el desempeño de la empresa, ya que su rendimiento está estrechamente relacionado a su remuneración. Así, éstos pueden ser guiados a través de incentivos a actuar de forma tal que sus acciones maximicen los intereses de los propietarios. Los costes asociados a dichos mecanismos de alineación de intereses se denominan costes de agencia (Hart, 2007). Dentro de este grupo, se distinguen los gastos relacionados al control de las actividades gerenciales, los gastos de reestructuración de la organización con el objetivo de minimizar el riesgo de azar moral y el coste de oportunidad de los propietarios de imponer restricciones para limitar el accionar de los gerentes.

### **3.4. El enfoque gerencial de la empresa**

Los problemas de coordinación y motivación fueron puestos de manifiesto con la constitución de la empresa gerencial, y que Chandler (1977) expuso cuando planteó que para competir globalmente es necesario ser grande, y la historia corporativa explica por qué. Analizando esta historia, Chandler observó que la lógica de la empresa gerencial comienza con las ventajas en los costes que derivan de las innovaciones tecnológicas vinculadas a la Segunda Revolución Industrial, que consolidó un nuevo modelo de crecimiento económico que afectó tanto a las principales economías nacionales como a las relaciones económicas internacionales. En particular, la emergencia de la empresa gerencial tuvo que ver con los enormes volúmenes de capital exigidos por las masivas inversiones en los nuevos sectores industriales y de servicios, que abocaron a la concentración financiera e industrial. Esta concentración, en un contexto internacional de crecientes intercambios comerciales y de amplios flujos humanos y financieros, definió la primera globalización (de 1870 a 1914).

Tras el periodo 1914-1945, se llevó a cabo la reestructuración del sistema productivo mediante una fuerte reordenación tecnológica, en tanto que las consecuencias destructivas e innovadoras de la Segunda Guerra produjeron una oleada de transformaciones técnicas que serían integradas en los procesos concretos de trabajo y en el diseño de objetos de consumo de lo que se conoce como fordismo. En éste, la eficiencia quedó asociada con la dimensión de la empresa, y que demostró taxativamente la tesis de Schumpeter (1971) que asociaba el potencial de crecimiento del capitalismo con la gran empresa, y en la que se producía una estricta división y jerarquización de tareas según los departamentos y funciones. La departamentización funcional mostraba cómo la coordinación del mercado es sustituida por la organización administrativa, como mecanismo de asignación de recursos.

Por ello, desde la nueva economía institucional se argumentó que para algunas tipologías simples de contrato, el mercado es el único instrumento de gobernabilidad eficiente (si está apoyado por instituciones eficientes y, concretamente, por la institución de los derechos de propiedad); para otros, que se sitúan en el extremo opuesto, los más complejos, el mejor instrumento de gobernabilidad de la actividad económica es la empresa misma, la coordinación administrativa -la jerarquía, la autoridad-; para la mayor parte de los casos intermedios, se requiere una gobernabilidad de carácter cooperativo y relacionada con la eficiencia colectiva. Eficiencia definida como las ventajas competitivas que se obtienen de las acciones conjuntas y

las economías externas (Schmitz, 1997), y que ha dado origen a la literatura sobre “clusters”, “distritos”, “medios innovadores”, “redes empresariales”, “sistemas productivos locales”, etc.

Por consiguiente, la teoría de los costes de transacción hace hincapié en que los determinantes de la eficiencia de las organizaciones industriales ha seguido una secuencia, en la que en un extremo se relacionó la eficiencia con la dimensión de la empresa, y que favoreció la aparición de la gran fábrica moderna con un elevado grado de integración vertical, y que fue la solución que se dio a los problemas organizativos creados por el surgimiento de la tecnología de producción en serie (Piore y Sabel, 1990; Bellandi, 2006). El fundamento de esta tecnología productiva estaba en lograr un régimen productivo intensivo en capital bajo regulación monopolista (Lipietz, 1979), lo que generó niveles de concentración y la aparición de grandes empresas integradas tanto vertical como horizontalmente, con la consiguiente formación de complejos industriales y la creación de grandes organizaciones tipo holding, trust, cartel. Grandes empresas que, siguiendo el modelo de Ford, integraban gran parte, y en algunos casos la totalidad de la cadena de valor, dentro de cada una, generando una estructura interna relativamente compleja y variable según el sector en que operaban, su tamaño y su propia evolución, pero en donde se producía una estricta división y jerarquización de tareas según los departamentos y funciones, que presentan localizaciones específicas y diferenciadas.

En el otro extremo, la eficiencia se la relaciona con un nuevo tipo de organización industrial en que la unidad básica de funcionamiento es la red. El operar en red ha modificado las formas de cooperación y comunicación en el interior de cada área productiva y entre distintas áreas productivas, impulsando la competitividad y el crecimiento económico. Modificación que ha permitido descentralizar las tareas y, a la vez, coordinarlas en una red interactiva de comunicación en tiempo real, ya sea entre continentes o entre las plantas de un mismo edificio. La realidad es que la gran empresa deja de concebirse como un conjunto de actividades integradas para pasar a constituirse como un complejo entramado de unidades empresariales con diferentes nexos de conexión entre sí, en la que una empresa actúa como elemento central de la red. La viabilidad del operar en red se ha basado en las transformaciones tecnoproductivas de la revolución tecnológica asociada a la introducción del microchip, y que constituye el paradigma tecnológico dominante del último cuarto del siglo XX.

Bajo este nuevo paradigma, se ha alterado de forma significativa el modo de funcionamiento de determinadas empresas y sectores, no sólo reduciendo de forma significativa el tiempo y coste de procesamiento de todo tipo de información sino modificando el modo en que empresas y

mercados gestionan el flujo de bienes y servicios a través de sus cadenas de valor. Esto, unido a la madurez de la tecnología y a su mayor difusión, ha provocado, por un lado, el paso de la “gran empresa integrada verticalmente” a la “empresa-red” (Brunet y Cincunegui, 2010), que hace un recurso masivo a la externalización de trabajos y operaciones, y a la desintegración de actividades. Por otro lado, el surgimiento de redes empresariales que crean condiciones favorables para inducir y orientar a las empresas a superar los límites al crecimiento en aislamiento, incorporar tecnologías e innovaciones y ampliar sus áreas y horizontes de mercado.

Redes que pueden ser contempladas como procesos, en el sentido que constituyen una forma de entender cómo la economía funciona y organiza sus estrategias, así como resultados, observándose a las redes como una masa crítica de empresas interdependientes, mediante: a) la obtención de información, a través de contactos personales, sobre proveedores, distribuidores, clientes, etc.; b) la formación de una red de subcontratación productiva o de aprovisionamiento de servicios comunes; c) el establecimiento de relaciones proveedor/cliente como alternativa a la integración vertical, en la medida que se establecen relaciones no jerárquicas de colaboración; d) la transferencia de información y de resultados de investigación, etc.

Redes empresariales que constituyen una alianza estratégica permanente entre un grupo limitado y claramente definido de empresas independientes que colaboran y cooperan para alcanzar unos objetivos comunes orientados hacia el desarrollo competitivo de sus integrantes, obteniendo unos beneficios individuales mediante la acción conjunta y una constante evolución. De esta manera, las redes de empresas, como nueva forma organizativa, se constituyen como el sistema fundamental para llevar a cabo los procesos de producción flexible, con el objetivo de adaptación a los constantes cambios de la demanda, y que pueden incluir las relaciones e interconexiones tanto entre grandes empresas como entre grandes y pequeñas y pequeñas entre sí, así como la descentralización de actividades y la reducción de la estructura interna.

Para Williamson (1975), el análisis de la eficiencia de las organizaciones industriales permite la siguiente conclusión: la empresa gerencial ha tenido dos formas alternativas de organización: la estructura multifuncional centralizada y la estructura multidivisional descentralizada (con divisiones operativas semiautónomas, organizadas por líneas de producto, marca, zona geográfica, etc.). Formas percibidas como el resultado de un proceso evolutivo (de selección) que favoreció la forma multidivisional por su eficiencia interna. Sin embargo, ambas formas de organización, de tipo jerárquico, entraron, desde esta perspectiva, en crisis en la década de 1970, cuando se vinculó la eficiencia con las formas en red -eficiencia colectiva-, al permitir éstas una



mayor flexibilidad en las fases de producción, distribución y gestión. Las formas en red son el resultado de las siguientes cuatro tendencias (Castells, 2000; Köhler y Martín Artiles, 2005): 1) descentralización interna de las multinacionales: las empresas multinacionales crean filiales autónomas, líneas de producción con iniciativas propias, jerarquías planas y organizan en su interior una competencia interna simulando relaciones de mercado; 2) redes de colaboración de las pequeñas empresas: manteniendo sus ventajas en la flexibilidad, las pequeñas y medianas empresas concentran recursos en común para ganar las ventajas de economías de escala y la capacidad de acceder a mercados internacionales; 3) la interconexión de las redes de pequeñas y medianas empresas con las multinacionales flexibiliza y agiliza aún más la reorganización de la economía global en forma de red; 4) alianzas estratégicas entre grandes empresas: grandes multinacionales, competidoras en el mercado, ponen en común recursos e ideas de varias empresas en una tarea determinada para un producto, el desarrollo de una tecnología en un mercado y en un momento concreto y, finalmente, 5) tecnologías de información y comunicación, que permiten el funcionamiento flexible en red, la coordinación de actividades dispersas en distintas empresas y localidades.

### **3.5. Costes de transacción y la figura del emprendedor**

Las formas en red tienen su fundamento en la propia “economía de los costes de transacción”, elaborada a partir de la siguiente pregunta de Arrow (1974): ¿para qué integrar / coordinar actividades si el coste de recurrir al mercado es nulo? La respuesta está en que en una economía de mercado existen unos costes derivados del uso del sistema de precios, dado que los agentes maximizan su utilidad bajo la restricción de elevados costes de información. Ante estos costes, es posible que si éstos llegan a ser lo suficientemente elevados, resulte más rentable utilizar otros mecanismos cuyos costes asociados sean inferiores (Cuervo, 1994). Por lo tanto, ¿qué es lo que determina qué transacciones serán llevadas a cabo por el mercado y cuáles serán internalizadas en una organización formal y realizadas bajo una dirección centralizada? Más en concreto, ¿cómo organizar óptimamente las relaciones contractuales, las transferencias de derechos de propiedad sobre las posesiones de  $n$  agentes? La respuesta de la “economía de los costes de transacción” es mediante la confrontación dinámica de costes alternativos, asociados a distintas estructuras de gobierno (la dirección centralizada o el sistema de precios), y que dependen de la naturaleza de la transacción (número de partes, especificidad de los activos, incertidumbre, comportamiento de las partes, frecuencia...) y de la forma cómo se organice.

Así, una empresa internalizará transacciones sucesivas, ampliando su ámbito vertical (integración vertical de operaciones) y horizontal (diversificación) hasta que el coste de transacción interno se iguale con el externo (el que se produce en el mercado). Bajo esta explicación, las empresas son estructuras de gobierno centralizadas que dan solución al problema de los costes de transacción dentro de la empresa y con el mercado, y es que las empresas desarrollan estrategias oportunistas con tendencias hacia la eficacia organizativa para reducir los costes de transacción. Incertidumbre de situaciones, asimetrías en la información y contratos incompletos abocan al hecho de que la conducta de las empresas expresa una forma de racionalidad limitada, de aquí que la empresa pierda su carácter pasivo para convertirse en agente con comportamientos diferenciados en sus relaciones con el mercado y con otras empresas.

La explicación de la existencia de la empresa se efectúa, entonces, a partir de asumir los supuestos de racionalidad limitada de los agentes económicos (a causa de la existencia de incertidumbre e información asimétrica) y de su propensión al oportunismo, derivado de la condición anterior y de la búsqueda del propio interés. Y aquella organización económica que disminuya la limitación del primero y reduzca los riesgos asociados al segundo es, precisamente, la más eficiente. Sobre esta base, se considera que los contratos económicos emergen para minimizar los costes de transacción entre los factores productivos, considerando que los costes mínimos de transacción, al constituir el principio al que obedece la asignación de acuerdos contractuales a un tipo u otro de transacciones, es condición de eficiencia que viene impuesto por los principios de selección natural que actúan sobre las estructuras contractuales de igual modo que sobre las unidades productivas: las más eficientes desplazan a las menos eficientes. De este modo, la posibilidad de aprovechar las ventajas de las economías de escala, que suponen mayor eficiencia en los factores productivos, sin necesidad de integrar jerárquicamente factores productivos en una empresa mediante el establecimiento de un entramado de relaciones contractuales a largo plazo entre los distintos agentes mediante una asignación más eficiente, más flexible, explica por qué la eficiencia se relaciona actualmente con el funcionamiento en red, y que implica un proceso de asignación que se denomina diseño interorganizativo vía mercados o diseño en red (Eggertsson, 1995).

Este diseño no es fruto de la casualidad, sino consecuencia del criterio de minimización de los costes totales de transacción y, también, del nuevo paradigma tecnoeconómico de la información que, tal y como hemos expuesto, ha establecido una nueva normalidad en la actividad económica. Paradigma que ha reducido de forma drástica los costes de coordinación

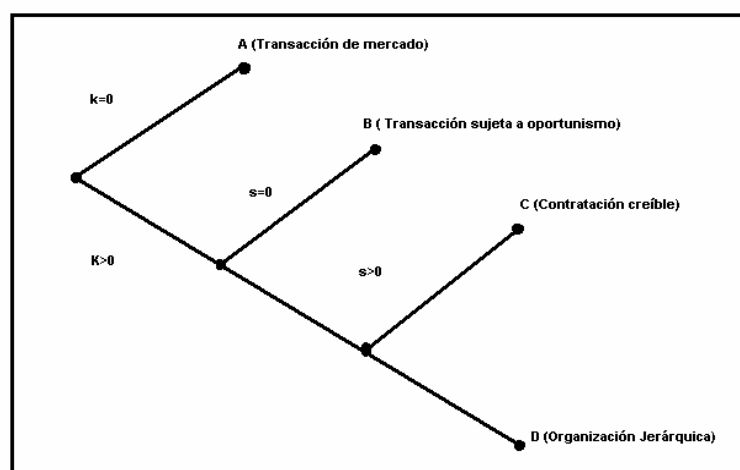
entre los diferentes centros de trabajo de un grupo multinacional, permitiéndole operar de forma integrada pese a la distancia, al tiempo que la automatización de numerosas tareas facilita su normalización y estandarización. Todo ello ha provocado que las empresas segmenten en fases los procesos de fabricación que pueden realizarse en establecimientos separados de la misma empresa o en empresas diversas, lo que al reducir el tamaño de las industrias, contribuye a aumentar su eficiencia. Este proceso de división del trabajo entre empresas ha propiciado la descentralización productiva o subcontratación y la demanda de servicios producidos por otras empresas. Proceso que ha dado lugar a una progresiva diversificación de los flujos entre establecimientos de una misma empresa, empresas diversas y espacios que afectan tanto a los productos como al capital, la información y la tecnología, propiciando la formación de empresas-red y redes de empresas. De esta forma, partiendo de las premisas conductistas respecto a la existencia de racionalidad limitada y oportunismo en los agentes económicos y a la relevancia del contexto institucional, Williamson (1998) reconceptualiza a la empresa como una estructura de gobierno guiada por relaciones contractuales. La existencia de racionalidad limitada, implica que inevitablemente todos los contratos sean incompletos y que la solución que satisface la elección se asocie a la estrategia de gobernación que da origen a la empresa. De esta forma, tomando como unidad de análisis las transacciones, considerar sus características permiten discernir la forma de coordinación de las mismas, sea mediante el mercado o a través de jerarquías (Ayala, 1999).

Una cualidad determinante en la forma de coordinación de una transacción es su grado de especificidad, es decir, la inversión en activos físicos, humanos o de localización cuyo valor en una aplicación alternativa es nulo. Cuando existe un elevado nivel de especificidad en los activos, una de las partes involucrada en la transacción es vulnerable frente a las acciones de la otra. Se genera, así, un alto grado de dependencia entre las mismas, facilitando la aparición de conductas oportunistas y elevando así los costes de transacción. La empresa ante esta posibilidad, amplía sus límites integrando la misma y eliminando el riesgo de que dicho evento ocurra. Ahora bien, si esto sucede, ¿cómo se definen entonces los límites de la empresa? La explicación de Williamson (2002), al igual que los neoclásicos, son las deseconomías de escala. Las deseconomías de escala se definen como un incremento de los costes unitarios de largo plazo cuando la empresa aumenta su producción. La aparición de las deseconomías se asocia a un crecimiento desmesurado de una empresa. Algunas de las causas relacionadas con el incremento de los costes promedio son: problemas en el control y la supervisión dada la excesiva departamentalización, toma de decisiones lenta debido al tamaño excesivo de la

administración que conforman los costes de burocratización y la falta de políticas de incentivo y de motivación de los empleados.

Sin embargo, a diferencia de estos últimos, la causa de la aparición de dichas deseconomías no es tecnológica, por la existencia de rendimientos decrecientes a escala sino a través de la organización y su funcionamiento, regido por el sistema de contratos. Williamson (2002:180) argumenta que “los atributos que definen la estructura de gobierno incluyen la intensidad de incentivos, los controles administrativos y el régimen legal de contratación. Bajo un sistema jerárquico la intensidad de incentivos es menor, el control administrativo mayor y el sistema legal de contratación se basa en una disputa interna que sustituye el mecanismo legal para la resolución de litigios.” De esta forma, una empresa decidirá internalizar la transacción cuando el coste incremental de organización y coordinación que la misma origina sea inferior a los beneficios de evitar los costes de intercambiar la misma en el mercado. Las formas de organización de la producción queda resumido en un esquema de contratos que dependen de las características de las transacciones: la frecuencia, el nivel de incertidumbre y la especificidad de los activos.

**Figura 3: Esquema de contratación de Williamson**



Fuente: Williamson (2002).

El esquema anterior parte de la consideración de que una empresa puede decidir comprar o producir determinado componente, teniendo en cuenta que el mismo puede ser fabricado con una tecnología estándar o específica. Para las transacciones que utilizan una tecnología estandarizada, el grado de especificidad de los activos es nulo, no existe la necesidad de

proteger dichas inversiones de comportamientos oportunistas mediante salvaguardias, y la misma pueden coordinarse a través del sistema de precios del mercado. A medida que aumenta el nivel de especificidad, se incrementan los riesgos asociados a la transacción. Los proveedores, en el caso de no establecer salvaguardias, elevaran el precio de intercambio incluyendo el coste de incumplimiento de las condiciones pactadas con la contraparte. Si se incrementa el grado de especificidad, las partes verán la posibilidad de minimizar el comportamiento oportunista a través de la firma de contratos con garantías de ejecución. Una forma es entonces firmar contratos de largo plazo, mientras el coste de establecer las mismas no requiera de un esfuerzo bilateral considerable. De ser así, la empresa abandona el mercado para internalizar dicha transacción bajo la forma de organización jerárquica de la producción. La maximización de beneficios para el empresario contempla no sólo los costes de producción sino también los de transacción.

Teniendo en cuenta esta última conclusión, Herrmann-Pillath (2007: 5) cuestiona la verdadera existencia de los costes de transacción al considerar que no sólo es un concepto para el que no existe un método de medición apropiado, sino que además el alcance de su definición es ambiguo. Desde el punto de vista metodológico, no es posible distinguir entre los costes de transacción y de producción. Este autor, analiza que “ciertas características de la transacción pueden ser observadas directamente por un observador y por el agente involucrado, por ejemplo, la especificidad de los activos o el nivel de incertidumbre legal que impide el intercambio. Sin embargo, los determinantes del entorno pueden ser reconocidos por un observador pero no necesariamente ser percibidos por los agentes de la misma forma. De ahí que los costes de transacción sean específicos en relación con las capacidades individuales. La misma relación productor-proveedor puede implicar altos costes para algunos agentes y no serlo para otros y llevar adelante distintos comportamientos frente a las mismas.” Por lo tanto, los costes de transacción conformarían una dimensión subjetiva e individual por lo cual no es susceptible de generalización.

Herrmann-Pillath (2007: 10) propone centrar la unidad de análisis no en las transacciones sino en la figura del emprendedor, ya que su conocimiento es no transable y es el que da origen al establecimiento de la empresa. En su argumento, este autor sostiene que “el origen y límite de la firma radica en el emprendedor, que posee un recurso que no puede ser intercambiado en el mercado. Dado que el servicio generado por el uso del recurso no puede ser separado del valor del bien que produce, la solución viable es el establecimiento de la firma.” Bajo este enfoque, la atención no debe centrarse en los determinantes del entorno y en las características de las

transacciones, sino en el sujeto que lleva a cabo las mismas y sus capacidades. Éstas se relacionan con su creatividad e imaginación, su habilidad para manipular el entorno y el capital social y la red de relaciones que sostienen las relaciones económicas. Otra crítica importante que ha sido formulada de la postura de Williamson, es la elaborada por Englander (1987: 352) considerando que su argumento reemplaza el determinismo tecnológico neoclásico con el determinismo de los costes de transacción. Según este autor, el análisis ignora la relación estrecha entre los costes de transacción, la tecnología y los arreglos institucionales como determinantes de la forma de organización empresarial. De esta forma, en el afán de distanciar su postura de la visión neoclásica, su explicación “no resulta conveniente para entender el funcionamiento de los sistemas tecnológicos y clusters. Son estos grupos los que crean nuevas tecnologías y arreglos institucionales que inducen a la presencia de innovaciones complementarias y permiten explotar mayores beneficios de las mismas. El trabajo de Williamson tendría mayor fuerza si reconociera la importancia que tiene la tecnología y su interdependencia con los costes de transacción.”

Los modelos que emplean la teoría de costes de transacción para el análisis de la creación de empresas parten de plantear cuál es el marco institucional que facilita u obstaculiza el desarrollo de las capacidades emprendedoras inherentes en todos los miembros de una sociedad. Sobre esta base, se elabora una teoría de la empresa en donde el emprendedor y los cambios en los costes de transacción juegan un rol central. Así, Otuteye y Sharma (2004: 159) proponen un modelo en donde el entorno político y económico determina el surgimiento de nuevas empresas y su éxito. Desde este punto de vista, los costes de transacción son el elemento clave para entender las variaciones en la capacidad emprendedoras entre regiones e industrias. Según estos autores, “el entorno político local, regional, nacional e internacional, reflejados en factores como la inmigración, el crédito, la política impositiva y la estructura de incentivos determinan el comportamiento emprendedor de cierto grupo en un momento dado”.

La capacidad emprendedora no es una cuestión de habilidades personales sino que es a través de la existencia de costes de transacción y sus cambios que se generan señales en los mercados que lleva a los emprendedores a reconfigurar formas de organización rentables a fin de explotar las oportunidades y reducir costes de transacción. En palabras de los autores, “en el contexto de costes de transacción, la función empresarial en el modelo es principalmente identificar oportunidades de negocios rentables, coordinar los recursos y configurar actividades tecnológicamente separables de las que se derivan sus beneficios” (Otuteye y Sharma, 2004:160). Bajo este modelo, las oportunidades de negocio se generan a través del proceso de

cambio de información y costes de transacción. Los posibles emprendedores decidirán crear una empresa cuando visualicen una reducción de dichos costes. Una región es más emprendedora cuanto mayor sea el número de individuos que reconocen los cambios del entorno y aprovechan las oportunidades que el mismo crea. De esta forma, sociedades más emprendedoras son las que realizan más transacciones en el mercado, favoreciendo la innovación tecnológica y dando lugar a estrategias de externalización que permite que un mayor número de empresas operen en dichos mercados.

### **3.6. Las instituciones en el sistema económico. El análisis de North**

Si un aspecto es de destacar en el desarrollo analítico de North (1993,2003), que lo diferencia de los aportes realizados por otros neoinstitucionalistas, es su capacidad para enlazar aspectos de las condiciones del entorno en la toma de decisiones individuales de los agentes. Esta dimensión, ignorada por la teoría neoclásica, abre un debate en torno a los objetivos de la economía como ciencia y la necesidad de incorporar en su discurso elementos aportados por otras disciplinas, si se quiere tener un amplio panorama de los principios que rigen las conductas humanas. North considera que la economía neoclásica ha fallado al no tener en cuenta la subjetividad que está implícita en las conductas económicas. La economía neoclásica asume un comportamiento racional de los agentes económicos, es decir, que en presencia de información perfecta, los agentes conocen las alternativas de elección, y calculan el coste y beneficio de cada una de ellas a fin de maximizar su decisión. Si a estos aspectos se agrega su concepción estática y no dinámica, la ausencia de fallos en el mecanismo de precios y la no existencia de incertidumbre, carece de sentido plantear la incidencia de los costes de transacción en las acciones humanas y, por ende, el rol de las instituciones en el sistema económico. Sin embargo, las decisiones involucran información incompleta y una retroalimentación imperfecta de los resultados de las decisiones tomadas previamente. De hecho, las instituciones no existirían en un mundo sin incertidumbre, porque aquéllas surgen para minimizarla.

Por ello, las instituciones son el sistema de incentivos que dirigen las interrelaciones entre los individuos, es decir, proveen normas para orientar las conductas humanas. Estas conductas involucran actividades económicas, políticas y sociales (Gandigruher, 2010). Ahora bien, estas consideraciones no invalidan la teoría neoclásica, pues, como expresa North (2003:1), esto implica que no sólo es necesario integrar en el análisis las instituciones sino también “integrar aquellas partes del análisis neoclásico que son útiles y ayudan a resolver determinados

problemas, especialmente la teoría microeconómica del mecanismo de precios que es un perfecto complemento de muchos elementos que la economía institucional pretende analizar.” A diferencia de los primeros institucionalistas que abogaban el reemplazo de la teoría neoclásica, la teoría institucional de North (1992:1) se construye sobre los andamiajes neoclásicos, modificando y expandiendo la teoría para analizar baches que no puede explicar. Baches que surgen al tener en cuenta que “si el mundo fuera perfectamente racional, las instituciones serían innecesarias, ideas e ideologías no importarían y la economía se caracterizaría por la existencia de mercados eficientes.”

La reformulación de este supuesto es lo que permite el desarrollo de una teoría sobre las instituciones, y que North define como el marco en el que los agentes realizan sus elecciones sujetas a restricciones. De esta forma, las instituciones dan estructura y establecen los incentivos que guían las elecciones individuales, y determinan el desempeño de las sociedades a lo largo del tiempo. Si bien, de esta forma, se incorporan nuevas dimensiones para el estudio de la economía, su evolución aún es incipiente, a pesar de que la influencia de las instituciones en el sistema económico y su desempeño sea un concepto consolidado. El mismo North (1990:2) considera que “muchos baches todavía quedan como para llamarla teoría. Sólo se pueden dar una serie de definiciones, principios y una estructura que provee de los elementos necesarios para continuar en el desarrollo una teoría del cambio institucional.” En el cuadro siguiente se observa las principales diferencias propuestas por la teoría de cambio institucional.

**Cuadro 4: Diferencias entre los neoclásicos y el institucionalismo en North**

Economía Neoclásica	Institucionalismo de North
Economía como ciencia de la elección	Economía como ciencia de la transacción
Racionalidad sustantiva	Racionalidad limitada
Mercados perfectamente competitivos	Mercados imperfectos, con fricciones
Costes de transacción nulos	Costes de transacción positivos
Ausencia de instituciones	Instituciones como reglas de juego
Empresa, ley y política como cajas negras	Existen empresas, leyes y políticas
Un mundo ideal de eficiencia paretiana	Mayor realismo: ausencia del óptimo social
Teorías universales, intertemporales	El tiempo y la historia importan

Fuente: Arias y Caballero (2003).



Por otra parte, North (1993) es considerado uno de los economistas pioneros en tratar de abordar conjuntamente la historia económica y la teoría neoclásica. La primera barrera para lograrlo se relaciona con los instrumentos del análisis neoclásico y los supuestos de comportamiento que asumen que son inapropiados para entender el cambio económico, ya que ignora el papel que juegan las instituciones y el tiempo. Su propuesta teórica se orienta a salvar estas omisiones. Una de ellas es tener en cuenta que en el mundo real existen costes de transacción que afectan el desempeño económico; costes inherentes a la presencia de mercados imperfectos e información limitada y asimétrica. Al respecto, Prado y Robles (1998: 11), argumentan que “el marco analítico de North es una modificación de la teoría neoclásica. Acepta la hipótesis fundamental de la escasez y, por consiguiente, de la competencia, al igual que las herramientas analíticas de la teoría microeconómica neoclásica, pero modifica sus hipótesis de racionalidad al asumir información incompleta y modelos subjetivos de la realidad, que son característicos de las instituciones, agregando la dimensión del tiempo, que no es tomada en cuenta en el análisis neoclásico.” En la misma línea argumental, Arias y Caballero (2003:121), plantean que “estamos ante un nuevo programa de investigación en economía, cuyo núcleo contiene elementos que ya figuraban en el programa neoclásico y otros temas nuevos. Entre los que conserva se destacan el individualismo metodológico, los supuestos de escasez y competencia y el rigor lógico. Entre las novedades, además de la internalización de los factores institucionales, hay dos consideraciones epistemológicas cruciales: la noción de racionalidad acotada y de la dimensión histórica, que frente a la pretensión neoclásica de universalidad obliga a relativizar las propuestas teóricas.”

La teoría del cambio institucional y de la conformación de las organizaciones de North basa su análisis en la teoría de los costes de transacción y de los derechos de propiedad. Sin embargo, en la literatura de los derechos de propiedad, las instituciones son tenidas en cuenta pero como un factor exógeno. También Williamson (1985) trata al marco institucional como exógeno, explorando los costes de transacción y de transformación de varias formas de organización. En contra, en la teoría del cambio institucional, North intenta dar una explicación del cambio endógeno que se produce en el sistema y su interrelación con la evolución de las instituciones. Para ello, North plantea que los mecanismos utilizados no son nunca perfectos porque en el margen un recurso adicional abocado al control de las acciones y cumplimiento de las reglas puede superar al beneficio obtenido por el incremento en los niveles de control. Por ello, debe hacerse un *trade-off* entre la alineación de conductas y el cumplimiento imperfecto de las normas. El cumplimiento de las normas puede ser llevado a cabo por una parte (auto imposición de códigos de conducta), entre los partes (negociación) o por una tercera parte (sanciones sociales o cumplimiento coercitivo por parte del Estado).

De esta forma, las instituciones afectan el desempeño económico determinando los costes de transacción y transformación. Así, un aspecto que destaca North (1990: 3) es la diferencia entre institución y organización, en el sentido de que si las instituciones son las reglas de juego, “las organizaciones son los jugadores. Las restricciones impuestas por las instituciones definen las oportunidades y la clase de organizaciones que puede crearse bajo esas condiciones. Dado el objetivo de maximización de beneficios, una organización adquirirá habilidades y conocimiento que le dé posibilidades de sobrevivir frente a la escasez y la competencia. Las habilidades y conocimientos están en función de la estructura de incentivos inherente en la matriz institucional. Si las organizaciones consideran que la mayor tasa de rendimiento se logra con incrementos de productividad invertirán en habilidades que logren esos objetivos. A su vez, indirectamente, inducen a la inversión pública a orientarse a aquellas habilidades que crean que ayudan a la supervivencia de las mismas.”

De la interrelación entre las instituciones y las organizaciones a lo largo del tiempo, se deriva el rol del cambio tecnológico en la trayectoria del cambio institucional. North (1992) afirma, explícitamente, que existen numerosos problemas organizacionales que emergen de los cambios tecnológicos. Fundamentalmente, si se tiene en cuenta que las tecnologías son diseñadas para reducir costes de transacción que lleva a las empresas a invertir en capital fijo y a firmar contratos que tienden a extenderse a lo largo de muchos períodos. La incertidumbre en torno a los precios y los costes y la posibilidad de conductas oportunistas de una de las partes están presentes. Además, la multiplicación de reglas y regulaciones dentro de las grandes organizaciones incrementan los costes de agencia y la pérdida de flexibilidad esencial para alcanzar eficiencia adaptativa. De esta forma, las organizaciones tenderán a reestructurarse a fin de reducir el coste de cumplimiento de las normas y alinear sus conductas a los arreglos institucionales vigentes. Pero no sólo factores internos a la empresa determinan su comportamiento, pues existen factores externos que tienen relación con las crisis de entorno (Gandigruher, 2010).

Una conclusión importante a la que llega el análisis de North es que las instituciones económicas están íntimamente relacionadas a las políticas, estas últimas establecen las reglas formales que rigen los mecanismos económicos, es decir, los derechos de propiedad. No sólo la asignación y uso de los mismos sino también los derechos concernientes a la efectividad en el cumplimiento de los contratos y el acuerdo de leyes que lo rigen. Por lo tanto, una estructura existente de creencias que dependen de la trayectoria futura, se mezcla con una serie de experiencias nuevas que modifican el sistema de creencias a lo largo del tiempo. Un mal

desempeño emerge de las instituciones que son heredadas del pasado y restringen las conductas o políticas que no funcionan bien, y son establecidas por personas que están interesadas en mantener reglas de juego ineficientes. Adicionalmente, hay menos costes de información que mejoran el entendimiento acerca del funcionamiento del sistema económico. Siendo éste un problema clave del desenvolvimiento del mundo actual.

North (1990: 23) plantea que lo que define las características del cambio institucional son: 1) la interacción continua entre las instituciones y las organizaciones, en la estructura económica de escasez y competencia, es la clave del cambio institucional; 2) las fuerzas competitivas llevan a las organizaciones a invertir en habilidades y conocimientos para sobrevivir. Esta clase de habilidades individuales y sus organizaciones facilitan la percepción de las oportunidades y elecciones que alteran las instituciones; 3) el marco institucional determina las habilidades y conocimientos percibidos; 4) las percepciones derivan de las construcciones mentales de los agentes, y 5) las economías de alcance, complementariedades y la red de externalidades de una matriz institucional generan el cambio institucional incremental y dependiente del pasado. Por lo demás, las innovaciones institucionales han permitido reducir los costes de transacción y capturar mejor las ganancias provenientes del intercambio que han permitido ampliar los mercados a lo largo del tiempo. Pero, para ello, es necesario observar las políticas específicas establecidas, orientadas a garantizar los derechos de propiedad y que constituye un elemento esencial para entender las imperfecciones de los mercados. Según North (1990: 20), “los modelos políticos y económicos son específicos de una constelación de coacciones institucionales que varían radicalmente en tiempo y a través de diferentes economías en un momento dado. Los modelos son instituciones específicas y en muchos casos muy sensibles a los cambios institucionales. Si las organizaciones inclinan sus esfuerzos a realizar actividades improductivas, las instituciones proveen la estructura de incentivos para esas actividades. En el tercer mundo los países son pobres porque las coacciones institucionales definen una estructura de pagos de la actividad política y económica que no favorecen las actividades productivas. Las ideas e ideologías importan y las instituciones juegan un rol importante en determinar cuánto importan.”

Un aspecto importante que incorpora el análisis de la relación entre las organizaciones y las instituciones es que éstas últimas, con poder de negociación dentro de un marco institucional, son fundamentales para perpetuar el sistema. Las recomendaciones que North (1992: 7) sintetiza sobre la implicancia de dicha relación es la siguiente: a) las instituciones políticas serán estables sólo si son soportadas por las organizaciones con interés de que las mismas perduren.

Una parte esencial de la reforma política y económica es la creación de estas organizaciones; b) es esencial cambiar las instituciones y el sistema de creencias para una reforma exitosa, ya que son los modelos mentales de los actores los que dan forma a las elecciones; c) las normas de conducta que darán soporte y legitimación a las nuevas reglas, constituyen un proceso lento y en ausencia de normas políticas que las afiancen tenderán a ser inestables; d) mientras que el crecimiento económico puede darse en el corto plazo bajo regímenes autocráticos, el crecimiento a largo plazo necesita del desarrollo de reglas y leyes que protejan las libertades civiles y políticas; e) las restricciones informales son condición necesaria pero no suficiente para un buen desempeño económico. Sociedades con normas favorables al crecimiento económico pueden en ocasiones prosperar con normas políticas inestables o adversas. La clave es el grado de existencia de cumplimiento de las reglas, y f) existe una eficiencia adaptativa, más que de asignación, que guía la política. La eficiencia asignativa es un concepto estático para una estructura institucional dada. La clave para un buen desempeño continuo es poseer una matriz institucional flexible que se ajuste al contexto de cambios demográficos y tecnológicos que irrumpen en el sistema.

### **3.7. Las instituciones, la incertidumbre y la inversión en conocimiento**

North (1990), siguiendo el planteamiento de Knight (1933), considera que el procesamiento de información dispersa como consecuencia del alto precio de intercambiar es la base de la formación de instituciones. Si los agentes tienen información incompleta y puede corregir sus modelos de elección con el *feedback* incompleto que reciben de sus acciones pasadas, la racionalidad del proceso es el factor esencial a teorizar (Ayala, 1999; Barzel, 1989). Los costes de transacción surgen porque la información es costosa y asimétrica. North (2003: 6) sostiene que “detrás de la especialización de la fuerza laboral está implícita la especialización del conocimiento, de ahí que la sociedad actual se caracterice por la inversión en conocimiento. Por ello es necesario establecer conexiones, que requieren de instituciones que integren estos conocimientos en la sociedad al menor costo de transacción posible.” Por otra parte, para establecer las diferencias regionales, North basa su argumento en las habilidades para integrar el conocimiento. La desventaja que un país pobre tiene respecto a los desarrollados no es un problema de precios relativos, sino de conexiones válidas que sean capaces de procesar información, tornarla valiosa y lograrlo al menor coste posible. Aún cuando el mercado funciona eficientemente en el presente, puede no hacerlo en el futuro si existen cambios de información o tecnológicos. Así, fallos en la adaptación de la información genera costes directos

en el funcionamiento de las instituciones y en el desempeño global de la economía, elevando los niveles de incertidumbre.

North (2003: 7) ejemplifica estas disfunciones analizando el caso de América Latina porque, “cuando Latinoamérica se independiza en el siglo XIX muchos de estos países adoptaron la estructura de la constitución americana porque constituía una serie de reglas que parecían funcionar adecuadamente en Estados Unidos. Sin embargo no tuvieron el mismo desempeño en estos países. Las normas informales y las características de cumplimiento difieren. Por ello, es necesario conocer el bagaje cultural de una sociedad y como funcionan las reglas formales y normas informales en la misma. La política es fundamental para la mejora del desempeño porque permite aplicar políticas que consideran estos principios para que la economía mejore. Ahora si los hacedores de política no entienden la naturaleza de los problemas y como solucionarlos no iniciarán ningún cambio. Para ello es necesario desarrollar una eficiencia adaptativa que sea el conjunto de instituciones flexibles que provea de las mejores elecciones posibles en un momento dado. Una sociedad que crea estas instituciones tendrá mayores posibilidades de éxito en cuanto a su supervivencia y desempeño posterior.”

North (1990: 2) parte de la idea de que la evolución de la economía sigue el espíritu de Schumpeter (1964) en el sentido de que el aprendizaje humano es el recurso más importante para entender el cambio de la economía en el largo plazo, ya que “el aprendizaje no se refiere a las experiencias individuales que se acumulan a lo largo de la vida, sino a las adquiridas del aprendizaje colectivo implícito en la cultura. Este aprendizaje colectivo consiste en aquellos tipos de conocimiento que pasan el test del tiempo y quedan incorporados en el lenguaje, las instituciones, la tecnología y en las formas de hacer las cosas. Es la cultura la que define la dependencia con el pasado”. Ahora bien, para North, la perspectiva schumpeteriana en su análisis de los ciclos de desarrollo es determinista, en cuanto a que sólo pone énfasis en la innovación como factor de cambio. Los institucionalistas, en cambio, intentan establecer, según este autor, un enlace entre el rol de la innovación y las instituciones sociales y políticas que regulan el sistema económico (O’Hara, 1994). Desde la visión institucional, al igual que Schumpeter (1964), los agentes de cambio son los emprendedores, que son quienes toman decisiones en las organizaciones. Las percepciones subjetivas de los emprendedores determinan las elecciones que realizan y las fuentes de cambio son las oportunidades percibidas por ellos. Ellas surgen de cambios externos en el entorno o de la adquisición de aprendizaje y habilidades que se incorporan en las construcciones mentales de los agentes. North (1990:5) establece que “la adquisición de aprendizaje guía a la construcción de un modelo mental nuevo que los

emprendedores construyen para descifrar el entorno. El cambio institucional deliberado se realiza como resultado de las demandas de los emprendedores en el contexto de los costes percibidos por alterar el marco institucional. Los emprendedores evaluarán las ganancias derivadas de recontractar en el marco institucional existente comparándolo con las ganancias provenientes de asignar recursos para alterar dicho marco.”

Si los emprendedores se perciben a sí mismos o a su organización como perdedores en el intercambio económico, como consecuencia de la estructura de precios existente, puede volver al proceso político para reclamar lo que consideran erróneo y alterar dicha estructura. De cualquier forma, siendo correcta o incorrecta su apreciación son una fuente de acción de cambio. Además, para North, los cambios en las reglas formales pueden originarse como resultado del cambio legislativo. Los cambios en las restricciones informales no cambian de la misma forma y ocurren gradualmente y en muchos casos inconscientemente. El proceso de cambio es incremental. Cuanto mayor es el número de reglas que cambian, *ceteris paribus*, mayor es el número de perdedores y de oposición a los cambios. La dirección del cambio depende de la trayectoria pasada. El actor crítico en ese proceso es el emprendedor político cuyo grado de libertad se incrementa en esas situaciones sobre la base de las percepciones de esos asuntos, que le dan la habilidad para inducir el crecimiento de las organizaciones con diferentes intereses. Por lo demás, los cambios revolucionarios ocurren como resultado de un atasco entre la falta de instituciones intermedias que no permiten enlazar a las partes en conflicto para alcanzar compromisos que capturen las ganancias provenientes del intercambio potencial.

En definitiva, de las anteriores consideraciones puede plantearse la existencia de una correlación directa entre *entrepreneurship* y las instituciones como factores que mejoran el bienestar de la economía, y es que la actividad emprendedora, para North, involucra la acción individual dentro de un sistema coordinado. Estos actúan de acuerdo a las condiciones de mercado y están coaccionados por la dinámica del proceso competitivo. Su éxito o fracaso dependen de la estimación de incertidumbre acerca de la evolución de la configuración del mercado. El volumen, calidad e intensidad de la misma es consecuencia de condiciones económicas y sociales favorables. Para generar estas condiciones favorables tanto las reglas formales como informales deben configurarse en torno a la propiedad privada para que sean estables y predecibles en el tiempo. Dos instituciones son fundamentales para el desarrollo de la actividad emprendedora: los derechos de propiedad y la supremacía de la ley. En ausencia de las instituciones, la incertidumbre que rodea al sistema será tan elevada que frena la inversión de riesgo y la predicción de sus beneficios.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

FACTOR EMPRESARIAL Y FLUJOS MIGRATORIOS ARGENTINOS A ESPAÑA. UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA

Fabiola Baltar

ISBN:978-84-694-2173-4/DL:T. 1031-2011

## CAPÍTULO IV

---



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

FACTOR EMPRESARIAL Y FLUJOS MIGRATORIOS ARGENTINOS A ESPAÑA. UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA

Fabiola Baltar

ISBN:978-84-694-2173-4/DL:T. 1031-2011

## **CAPÍTULO IV. LA ECONOMÍA EVOLUTIVA DEL CAMBIO TECNOLÓGICO**

### **4.1. Rutinas organizativas y conocimiento**

El evolucionismo económico basa su posición teórica en la crítica a dos supuestos de la teoría neoclásica: 1) su concepción estática de los fenómenos económicos, y 2) la noción de agente representativo en la elaboración de sus modelos de decisión. Además, abandona las nociones de equilibrio para considerar la economía como un proceso dinámico, y su objetivo teórico no es sólo explicar cómo se establecen los mecanismos de eficiencia sino por qué existe diversidad entre las empresas y que factores lo explican. Así, la perspectiva adoptada por los evolucionistas tiene en cuenta al conjunto de empresas en vez de considerar al agente representativo, y el conjunto, confirma la heterogeneidad, observable, por otra parte, a lo largo del tiempo en los cambios en la composición de la población de empresas, tecnologías e industrias (Hölzl, 2005). Si bien, al igual que los neoclásicos, adoptan un enfoque tecnológico para explicar el comportamiento empresarial, difieren en la concepción de que existe un conocimiento tecnológico universal disponible. La concepción neoclásica considera que los cambios tecnológicos son exógenos y las actividades de investigación y desarrollo son aisladas del análisis de la producción actual. En cambio, el evolucionismo contrasta esta concepción con su visión de la producción basada en las diferencias en capacidades, definidas como habilidades a escala individual y rutinas en el ámbito organizacional; rutinas que definen las posibilidades de producción de las empresas. Según Hölzl (2005: 6), “la visión de la producción se basa en el conocimiento, que involucra tanto al equipamiento, como el conocimiento tácito y las habilidades como mecanismos que resuelven los problemas. Las rutinas definen el conocimiento tecnológico de la firma.” Así, dado que los agentes se diferencian respecto a su percepción del entorno y la adquisición de información es limitada y conlleva un coste de búsqueda, procesamiento y comunicación, la coordinación sólo es posible si existe un conjunto de reglas y códigos que son entendidos y compartidos por toda la organización. De esta forma, la empresa es una entidad que “procesa, guarda y produce conocimiento y son estos los pilares que rigen la evolución y el comportamiento del sistema económico” (Hölzl, 2005:2).

El conocimiento se traduce, por tanto, en un conjunto de rutinas que son asimiladas por los individuos a través de la práctica. De esta forma, adquieren un carácter idiosincrásico que facilita la adaptación de la empresa al entorno cambiante. Además, el conocimiento tácito, que se transmite mediante canales informales y a través de la experiencia, constituye la memoria organizacional que explica la heterogeneidad en las conductas y desempeño de las empresas.

Nelson y Winter (1982) consideran que “la firma es motivada por la obtención de beneficios y comprometida a buscar nuevas opciones para mejorar sus beneficios, pero que sus acciones no se asumen como maximizadoras de beneficios dados un conjunto de opciones exógenas a elegir.” De esta forma, el aprendizaje, entendido como el proceso de desarrollo de habilidades individuales y capacidades organizacionales es el mecanismo endógeno que permite a la empresa desarrollar estrategias competitivas y maximizar beneficios. Estas estrategias son desarrolladas teniendo en cuenta el entorno, en tanto que el desarrollo interno de la empresa determina su estructura y sus límites, pero tampoco debe ignorarse la influencia del entorno en la creación y adaptación de las rutinas organizativas, ya que existe un proceso de selección que genera una presión competitiva que lleva a las firmas a modificar sus comportamientos y elevar su desempeño para alcanzar su supervivencia. Según Foster y Metcalfe (2001: 22), “el desempeño de las firmas queda determinado por las rutinas que posee y por las que poseen otras empresas y unidades económicas con las que la firma interactúa, incluyendo consumidores, proveedores y competidores. En algunos momentos, muchas de estas rutinas son comunes a otras firmas dentro de la misma línea de negocio, pero otras no y son éstas últimas las que determinan cómo se posiciona la empresa con relación a sus competidores.”

Esta interrelación de factores internos y del proceso de selección, dada la presión competitiva, ha dado lugar al desarrollo de dos perspectivas para analizar las estrategias empresariales. Por un lado, el modelo de posicionamiento de Porter (1980), que analiza las amenazas y oportunidades que ofrece el mercado, observando la influencia de los proveedores, clientes y competidores existentes y potenciales. Y desde otra dimensión, el modelo de recursos y capacidades que se centra en el análisis de las debilidades y fortalezas de la organización interna (Brunet y Suñé, 2008). Esta última, elabora sus principios en línea a la concepción de Nelson y Winter (1982), que considera la empresa como una organización cuyo objetivo es obtener beneficios y ventajas competitivas que generen rentas diferenciales sostenibles a lo largo del tiempo. Esto se logra a través del desarrollo de capacidades que transformen a los recursos de la empresa en activos estratégicos cuyas características son su durabilidad, insustituibilidad, inimitabilidad y movilidad imperfecta.

En el modelo de selección y evolución propuesto por Nelson y Winter (1982), es evidente, entonces, la influencia de Schumpeter, no sólo por la consideración de los aspectos dinámicos que dan cuenta del desarrollo de los sistemas económicos, sino también por la importancia que se le asigna al cambio tecnológico como factor determinante del sendero de crecimiento. Al igual que Schumpeter, los evolucionistas ven más a la economía caracterizada por procesos de

desequilibrio en donde los agentes económicos crean y adaptan lo nuevo, incorporado por aprendizaje que como un sistema en condición de equilibrio estable. Es el proceso de creación y destrucción del conocimiento lo que produce los cambios cualitativos en el sistema. En este sentido, Nelson y Winter (1982) consideran que las innovaciones en productos, procesos y métodos de organización de la producción, generan diversidad, que una vez que es evaluada en el mercado se traslada a diferencias en la rentabilidad de las empresas y en las tasas de crecimiento de las mismas. El diferencial genera que el sistema económico nunca alcance el estado estacionario y se encuentre en permanente desequilibrio (Barzel, 1989; Ayala, 1999).

Bajo este enfoque, el entorno es analizado endógenamente y puede ser transformado por la acción emprendedora. Son estas cualidades las que crean nuevas condiciones de entorno y competencias, y cambios en los mecanismos institucionales que rigen los mercados (Noteboom, 2001). Esto nos lleva a la visión schumpeteriana acerca del rol activo que tienen los emprendedores en los cambios observados en la economía. De hecho, a diferencia del enfoque tradicional en organización industrial (*estructura- conducta- performance*), donde las empresas establecen estrategias sujetas a las condiciones dadas del entorno, en los evolucionistas son las actividades emprendedoras y de innovación las que permiten modificar las estructuras con el objeto de mejorar el desempeño de las empresas. Desde esta concepción, la innovación es el factor desencadenante de la heterogeneidad empresarial, ya que la introducción de una innovación al mercado permite a la firma distinguirse de sus competidores. Por lo demás, asumiendo la dinámica de los sistemas económicos sobre la base del conocimiento, se puede observar en la economía evolutiva la influencia de los principios que rigen el pensamiento austríaco. Al respecto, Loasby (1998) destaca que nuevamente adquiere relevancia la noción de agente que toma decisiones según un conjunto de información limitada y dispersa.

La información limitada y dispersa hace que su comportamiento no sea perfectamente racional en la búsqueda de la eficiencia, sino más bien actúan teniendo en cuenta una visión subjetiva del futuro. Se considera de esta forma que es más relevante analizar cómo superar el estado de ignorancia al que se enfrentan los individuos que argumentar teniendo en cuenta un perfecto conocimiento que permite prever los acontecimientos futuros. Foster y Metcalfe (2001:12) argumentan que “los evolucionistas ponen énfasis en la distribución, localización, idiosincrasia y la naturaleza particular del conocimiento. Igualmente, enfatizan en la complementariedad entre un alto nivel de desagregación, dispersión de la información y los planes para innovar y el orden natural impuesto por el proceso de mercado que explican los diferentes patrones de comportamiento innovador y su relación con los cambios económicos.”

## 4.2. Modelo no lineal de innovación

Lo más relevante en la argumentación del evolucionismo es su refutación de la concepción neoclásica, lineal y determinista de la innovación; según esta concepción el progreso técnico daba por sí solo a la innovación tecnológica. Se supone que el conocimiento codificado y las innovaciones se transfieren siguiendo una trayectoria lineal y unidireccional desde centros de investigación y universidades estatales (oferta) a las empresas (demanda). Se asume, entonces, el modelo lineal (neoclásico) del proceso de innovación (Olazarán y Gómez, 2001). Un modelo en cascada o de goteo hacia abajo en que el proceso de cambio tecnológico sigue una lógica lineal, según la cual el aumento de la investigación básica conduce a un aumento de las oportunidades para la innovación tecnológica, lo que lleva a un crecimiento del producto social (Cooke, 2002). Sin embargo, para los evolucionistas, la evidencia histórica pone en cuestión este modelo, ya que la diferencia de tiempo entre los avances científicos y sus aplicaciones tecnológicas puede variar solamente en unos meses, o bien la innovación tecnológica puede realmente preceder al descubrimiento científico o en ocasiones los avances científicos pueden estar basados en la invención de nuevas maquinarias y no en el sentido opuesto (Casas, 2001).

El modelo lineal de innovación asume que la tecnología es información fácil de copiar y en la medida en que las innovaciones se pueden codificar como información se transforman en bienes y servicios cuya difusión es inmediata y barata, mediante la imitación o copia. De este modo, las innovaciones se convierten en un bien comercializable y el retraso tecnológico de un país o una empresa se puede superar mediante la compra de innovaciones (Heijs et al. 2007). Sin embargo, los procesos a través de los cuales surgen las innovaciones son más complejos, y tienen que ver, para el evolucionismo, con el hecho de que la visión schumpeteriana de la innovación orientada por la oferta estaba muy influida por un entorno institucional, financiero y tecnológico muy alejado del actual entorno; un entorno de integración comercial, apertura de mercados financieros, y cambio técnico y organizativo acelerado. Este nuevo entorno requiere sustituir la lógica de la oferta por los incentivos del mercado y la demanda tecnológica proveniente del sector productivo, que pasa a convertirse en una prioridad para definir los criterios de política tecnológica e innovación, ya que los procesos de innovación, que impactan positivamente en el nivel de competitividad y en la tasa de crecimiento, no son generados por instituciones de I+D trabajando de forma aislada respecto al mercado, sino que son producidos para la solución de problemas en un contexto de aplicación (Gibbons et al. 1994) y mediante la interacción de múltiples agentes e instituciones.

Esto explica que Baumol (1999, 2002) elabore una concepción de la innovación orientada desde el mercado, y definida como un proceso permanente, recurrente y continuo –“una máquina de innovar”-, y vinculada, por un lado, a entornos competitivos, de economía globalizada que impulsa la aparición de nuevas formas de organización, que buscan la eficiencia en la desintegración vertical y en la flexibilidad, lo que ha llevado a grandes empresas a reducir su dimensión externalizando funciones y liberar, así, recursos para dedicarlos a la estrategia de innovación, que representa la actividad con capacidad de aportar mayor valor añadido. La estrategia de innovación apunta, a su vez, a la constitución de redes empresariales que configuran una alianza estratégica permanente entre un grupo limitado y claramente definido de empresas independientes que colaboran y cooperan para alcanzar unos objetivos comunes orientados hacia el desarrollo competitivo de sus integrantes, obteniendo unos beneficios individuales mediante la acción conjunta (Vence, 2007; Brunet y Böcker, 2007; Brunet y Belzunegui, 2005; Vázquez, 1999).

Por otro lado, la innovación está también vinculada a procesos de aglomeración productivos de PYMEs en los que les es fácil intercambiar información, adquirir y transmitir conocimientos, obtener recursos de capital o trabajo y encontrar mecanismos de cooperación con otras empresas e instituciones (Lundvall, 1992; Tether, 2003). En estas aglomeraciones, las PYMEs no son meras receptoras de innovación de las grandes empresas, sino que son potentes generadores y amplificadores de innovación cuando están situadas en los entornos apropiados (Acs y Audretsch, 2003), esto es, entornos en el que forman parte instituciones y agentes, tanto privados como públicos, que interactúan en la producción, difusión y utilización de nuevos conocimientos y avances tecnológicos. La interacción empresarial e institucional constituye un *input* central para mejorar en las aglomeraciones los procesos de aprendizaje e innovación, subrayándose, en la línea de la economía institucionalista (Hodgson, 1998; Metcalfe, 1998; Amin, 2008) y la sociología económica (Smelser y Swedberg, 1994), la influencia de las redes sociales en los procesos de innovación, propiciadores de generación de economías externas (“capital social”) y rendimientos crecientes a escala asociados a la aglomeración y la especialización espacial (Porter, 1990; Scott, 1995; Nelson et al. 1994).

Así, mientras en la visión propia del modelo lineal de innovación, los descubrimientos científicos son la única fuente de ideas para la generación de innovaciones, el modelo no lineal pone de manifiesto la importancia de la interacción entre múltiples agentes, el carácter acumulativo de los procesos de innovación y la importancia de otras fuentes de acceso a la innovación al margen de la I+D. Esto pone de manifiesto el hecho de que la innovación también

es un proceso social y territorial, de carácter acumulativo e interactivo. La relación entre desarrollo empresarial y concentración geográfica (Malecki, 1997) y las ventajas de la proximidad y la cooperación (Storper, 1997; Saxenian, 1990; Becattini, 2002) para la creación colectiva del conocimiento ha sido subrayado por la teoría del desarrollo endógeno, que postula que la innovación la mayor parte de las veces no se realiza de forma individual sino de una capacidad endógena de aprendizaje e innovación colectiva (Amin y Thrift, 1994; Maillat, 1995; Florida, 1995; Albuquerque, 2008; OCDE, 1996, 1997; Veciana, 2005, 2008). Esta concepción del desarrollo resalta la naturaleza social del aprendizaje y la innovación, esto es, los procesos innovativos y las dinámicas de aprendizaje colectivo que acaecen en regiones o localidades específicas, cuyo dinamismo y capacidad innovadora está en la presencia de un elevado conjunto de PYMEs industriales y de servicios a la producción que operan en red, combinando estrategias de competencia por ocupar los mismos mercados con otras de cooperación formal o informal (Bellandi, 2003; Camagni, 2005; Acs y Audretsch, 2003). Se asume, por tanto, el pensamiento institucionalista que define la economía “como algo más que una colección de empresas aisladas y mercados dirigidos por las preferencias racionales y por un conjunto de reglas estándar. En lugar de ello, la economía se concibe como una composición de influencias colectivas que modelan la acción individual y como una entidad diversificada que sigue una trayectoria histórica modelizada por influencias culturales y socio-institucionales heredadas” (Amin, 2008: 105).

En definitiva, la neoinstitucionalista “economía evolutiva del cambio tecnológico” pone énfasis en el modo en que se actualiza el potencial del conocimiento humano en forma de tecnología, al considerar que el conocimiento es el principal factor productivo generador de valor empresarial. Por esto, este enfoque, asumiendo la visión schumpeteriana del sistema económico, caracterizará las innovaciones como iniciativas empresariales intencionadas para romper con el equilibrio de los mercados perfectos y obtener un monopolio temporal (Nelson y Winter, 1978, 1982; Freeman, 1987; Lundwall, 1992; Nelson, 1993; Dosi, 1988; Nelson et al. 1994), dado que el sistema económico, lejos de buscar un equilibrio (neoclásico) o dirigirse a un objetivo o estadio predeterminado, evoluciona de forma continua a partir de los conocimientos endógenos sin que se puedan prever todos los cambios estructurales futuros (Heijts et al. 2007). Este modelo de innovación fundado en mercados imperfectos y rendimientos crecientes a escala e, incluso, en condiciones de competencia monopólicas, explica que la innovación no acaece sólo a través de rupturas o saltos verticales, sino que también avanza, contrariamente a Schumpeter, de forma continua, generalmente dentro de la trayectoria seguida por el proceso de producción.

La dependencia de la trayectoria explica, por una parte, que los agentes económicos estén sujetos a una racionalidad de proceso, es decir ellos buscan, se adaptan y aprenden, en el sentido de que las organizaciones mejoran en el tiempo sus rutinas organizativas (Olazarán y Gómez, 2001). Se trata de una racionalidad que plantea interrogantes acerca del concepto de tecnología como información porque, aunque una gran parte del conocimiento sea codificable, muchas tecnologías son conocimientos difíciles de copiar o transferir, y el proceso de codificación tiene límites. De esta manera, “no todas las innovaciones se encuentran disponibles en el mercado. El proceso de innovación supone un proceso de aprendizaje para adquirir el saber cómo, que albergan las empresas en forma de rutinas, que consisten en los conocimientos tácitos, habilidades o destrezas prácticas complicadas, que se acumulan en el capital humano. Los conocimientos tácitos se desarrollan básicamente durante las actividades cotidianas y a partir de las interacciones continuas con clientes, proveedores, subcontratados y otras instituciones” (Heijs et al. 2007: 20).

Por otra parte, que las opciones técnicas que enfrenta una empresa no conforman, tal y como postula el enfoque neoclásico, un menú determinado exógenamente. Son, en cambio, idiosincráticas en la medida en que resultan de su propia trayectoria y, específicamente, de los logros y procesos de sus “acciones de búsqueda” (Nelson y Winter, 1982; Dosi, 1982; Rumelt, 1991; Teece, 1986; Winter, 1997), ejercitando rutinas específicamente orientadas a este fin, lo que explica que la empresa dependa del patrón de actividades productivas que ha sido capaz de seguir en el pasado. Patrón que genera una identidad propia, una experiencia selectiva pasada, una historia de aprendizaje que no se limita a la obtención de un mayor acceso a la información, sino a la capacidad para adquirir y valorar tanto las formas de conocimiento codificadas como las tácitas, es decir, la capacidad para aprender y adaptarse ante circunstancias competitivas rápidamente cambiantes. Surge, entonces, la idea evolucionista de que las empresas compiten, principalmente o en primera instancia, a través de la tecnología, considerando a ésta no como una variable externa que le viene impuesta a la empresa, sino una variable interna, endógena, y definiéndola no como información, sino como conocimiento (Romer, 1986; Krugman, 1991, 1993). Esta definición, supone afirmar que, frente a la idea de que la información puede transmitirse libremente y sin costes, el conocimiento debe aprenderse. La tecnología es, entonces, conocimiento, incluyendo en él, además de elementos de dominio público y libremente accesibles a través de las instituciones o el mercado, elementos de carácter tácito que sólo se aprenden a través de la experiencia y la experimentación (Brunet y Vidal, 2008).



Bajo este esquema explicativo, cuando se da un cambio en el mercado, las empresas se adaptan mediante la variación de sus rutinas y el entorno selecciona aquellas rutinas que más se adaptan a él. Rutinas eficientes que han sido seleccionadas por la competencia en los mercados, y que se aplica a la variación o innovación de las mismas como consecuencia de su operar adaptativo respecto al entorno competitivo. De este modo, los detalles específicos de las formas como se relacionan las empresas con los distintos propietarios de los *inputs* quedan incluidos bajo el rubro de rutinas organizativas y, de acuerdo con el principio de eficiencia, la empresa ha de adoptar aquellas que sean más eficientes, que minimicen los costes de transacción. Rutinas que se producen en el proceso de aprendizaje derivado del proceso productivo. Por consiguiente, este enfoque está íntimamente vinculado, en primer lugar, con la nueva economía del crecimiento endógeno (Arrow, 1962; Romer, 1986; Lucas, 1988; Sutton, 1997,1998), que reconoce la endogeneidad de las innovaciones tecnológicas en el proceso productivo y considera que el motor del crecimiento económico está en el conjunto de procesos generadores del progreso tecnológico. Estos procesos incluyen fundamentalmente la acumulación del capital humano por parte de los trabajadores, y la investigación y el desarrollo de nuevos productos y procesos productivos por parte de las empresas. En segundo lugar, con la economía de la innovación (Castells y Hall, 2001; Ludwall y Borrás, 1999; Amin y Robins, 1991) que estudia los cambios y las nuevas funciones de los centros de investigación en el desarrollo de dinámicas de aprendizaje colectivo. Desde esta perspectiva, el desarrollo es un proceso en el que las innovaciones y los cambios en las empresas juega un papel estratégico, y que ha dado origen a una literatura sobre “medios innovadores” (Maillat, 1995), “territorios inteligentes” o “regiones que aprenden” (Florida, 1995, 2009, 2010), destacándose por afirmar que la mayor parte de las veces la innovación se realiza no de forma individual sino colectiva, por lo que la existencia de un clima empresarial, social e institucional favorable propicia su generación. En tercer lugar, con una nueva línea de trabajo en economía de la empresa preocupada por analizar y medir el flujo de conocimiento y el capital intelectual interno a empresas e instituciones (Nonaka y Takeuchi, 1995), asumiendo, así, el modelo de Romer (1986) en el que la investigación y el desarrollo están internalizados en la empresa por los rendimientos crecientes que generan, lo que incentiva su búsqueda por el beneficio que puede acarrear de los incrementos en la productividad que induce o de la aparición de nuevos productos (Brunet y Vidal, 2008; Brunet y Belzunegui, 2005).

### 4.3. Evolucionistas e institucionalistas

El aspecto más relevante que tienen en común los evolucionistas con la perspectiva institucionalista son los supuestos en los que basan su análisis respecto a las conductas de los agentes que intervienen en el sistema económico. Dentro de las teorías que analizan las instituciones y sus mecanismos de coordinación es, sin duda, la propuesta de North (1993) la que desarrolla conceptos más afines e, incluso, complementarios a las teorías evolutivas. Básicamente ese enlace se centra en la preocupación de ambos de explicar cómo se dan los cambios y la evolución de las economías y por qué existen diferencias entre un sistema y otro, o bien, entre organizaciones. Las características de historicidad, dependencia con el pasado, dinamismo e idiosincrasia son pilares fundamentales del cuerpo teórico que desarrollan. Folster y Metcalfe (2001: 22) describen que “ciertamente existen fuertes afinidades entre los institucionalistas y los evolucionistas ya que comparten los supuestos conductistas. De ahí que existan razones que explican por qué deberían interrelacionarse.” De hecho, ambos coinciden en ver la acción humana como el resultado de hábitos, acciones y pensamientos compartidos. Los agentes no rigen sus conductas mediante cálculos maximizadores, sino que se deben entender en términos conductistas, donde las mejoras a lo largo del tiempo se explican por el aprendizaje individual y colectivo. Otra razón por la que estos enfoques se complementan es por su interés en analizar las causas del desempeño diferencial entre regiones a lo largo del tiempo. Según Foster y Mecalfé (2001: 22), “los evolucionistas centran su explicación en la tecnología. El nivel tecnológico de un país es el factor principal que restringe la productividad y, por ende, los avances tecnológicos son la fuerza que permiten a las economías crecer. Los evolucionistas ven a las instituciones como modeladoras de las tecnologías que emplea una sociedad. Sin embargo, éstas no han sido incorporadas en el análisis formal neoclásico.” Por lo tanto, el rol que juegan las instituciones en el esquema evolucionista es el de facilitar la implementación y desarrollo de tecnología, pero es esta última la que sigue siendo el motor del crecimiento económico. Las instituciones, bajo esta perspectiva, son el elemento de soporte de las tecnologías que guían el proceso de desarrollo económico. De ahí la importancia de tenerlas en cuenta al momento de analizar el cambio tecnológico.

Cabe preguntarse, entonces, cómo se relacionan los aspectos internos y externos a la empresa y el contexto institucional. Hölzl (2005: 11) sostiene que “las rutinas no son aisladas sino interdependiente entre firmas. Las organizaciones económicas son una red compleja de rutinas donde el producto de una actividad es el insumo de la siguiente. La fortaleza de dichas conexiones es el resultado de complementariedades técnicas, de los derrames de aprendizaje y

los efectos sinérgicos que se originan en la red.” De esta idea surgen las principales divergencias con la teoría de costes de transacción de Williamson (1985), ya que, bajo este enfoque, en contextos de elevada incertidumbre y volatilidad de los mercados y de tecnologías, las empresas deberían integrar las actividades al interior. Sin embargo, el conocimiento complementario que existe fuera de los límites de la empresa puede ser una gran pérdida para la empresa integrada. Los evolucionistas consideran que es deseable el desarrollo de redes de cooperación y alianzas que permitan aprovechar de estas ventajas. De esta forma, los límites de la empresa quedarían determinados por la necesidad de proximidad del conocimiento, más que por la reducción de costes de transacción (Noteboom, 2001). La síntesis de las principales diferencias con las teorías que centran su estudio en los mecanismos de alineación de incentivos y los evolucionistas se sintetiza en el siguiente cuadro propuesto por Dosi y Marengo (2007).

**Cuadro 5: Diferencia entre las teorías basadas en incentivos y las evolutivas**

Dimensión de análisis y bloque teórico	Teoría de incentivos	Teorías de resolución de problemas
Resolución de problemas, conocimiento y enfoque cognitivo	No	Si, es la dimensión central
Gobernación mediante incentivos	Si, es la dimensión principal vía el equilibrio en la contratación	No
Fundamentos respecto al comportamiento de los agentes	Racionales	Racionalmente imperfectos
Comportamiento organizacional	Estratégico (desde la teoría de los juegos)	Dirigido por rutinas y reglas idiosincrásicas
Aprendizaje	No	Si, es la dimensión central
Unidad de análisis	Transacciones, estrategias, asignación de información y de derechos de propiedad	Rutinas y conocimiento
Dimensiones no económicas de las organizaciones	No consideradas en las dimensiones principales	Poder, confianza e identidad.

Fuente: Dosi y Marengo (2007).

Del cuadro anterior se desprende que las teorías basadas en incentivos o costes de transacción focalizan en la contratación y en las transacciones para explicar el comportamiento de la empresa, mientras que las teorías evolutivas centran su análisis en las capacidades internas, plasmadas en las rutinas organizativas, de carácter idiosincrásico y dependiente de la trayectoria previa. Básicamente, la teoría de los costes de transacción se centra en las estrategias organizacionales en el mercado, dando importancia a la asignación eficiente de los derechos de propiedad frente a asimetrías de información. En cambio, las teorías evolutivas se centran en el

análisis interno de las organizaciones y en cómo establecer rutinas que favorezcan al desarrollo de ventajas competitivas de las empresas. Dosi y Marengo (2007) sintetizan estas diferencias describiendo que la visión de incentivos no mide ninguna competencia asociada con lo que las empresas hacen y de qué modo lo hacen, salvo las relacionadas a las habilidades individuales y la selección adversa o a la desalineación de los incentivos. De esta forma, otorgados los derechos de propiedad, cualquier empresa tiene la capacidad necesaria para producir y utilizar cualquier recurso. Contrariamente, las teorías evolutivas consideran que todos los agentes tienen una predisposición a cooperar y objetivos en común, aún cuando posean diferentes puntos de vista de cómo alcanzarlos. En su estructura, el conocimiento acumulado y los actos cognitivos juegan un rol importante en la aplicación de rutinas para la resolución de problemas. Son estas rutinas la que determinan el qué hacer y cómo y el aprendizaje organizacional, a través del *learning by doing*, el mecanismo por el cuál se internalizan y transfieren dichas rutinas entre los miembros de la organización. A pesar de estas diferencias, existen cierta complementariedad entre ambos enfoques, siendo la primera la base para explicar el comportamiento de la empresa desde una perspectiva estática, y las teorías evolutivas la base para comprender el sendero evolutivo de las empresas, desde una visión dinámica. En esta consideración se fundamentan los planteos propuestos por Langlois y Robertson (1993) en el enfoque de los costes dinámicos de transacción.

Langlois y Foss (1999: 202) consideran que “la literatura en torno a la organización económica ha tendido a presentar una dicotomía implícita entre los aspectos relacionados a la producción y los asociados al intercambio.” De ahí que estos autores proponen elaborar una teoría que explique la existencia de la empresa bajo un análisis integrado de ambas dimensiones, que desde una perspectiva dinámica, pueden complementarse. La visión de los costes de transacción retiene las ideas básicas del modelo neoclásico, especialmente si se observa que la existencia de información imperfecta en las acciones de los agentes es analizada como una dimensión paramétrica que se asocia directamente a las condiciones de intercambio pero que niega su influencia en las condiciones de producción. En cambio, lo que proponen las teorías basadas en el desarrollo interno, es analizar como se genera, se crea y evoluciona el conocimiento dentro de las organizaciones, más que observar su influencia exógena en las decisiones de coordinación y delimitación de la empresa y el mercado. Bajo esta perspectiva, este conocimiento se transforma en capacidades que, mediante el establecimiento de rutinas, definen las tareas productivas llevadas a cabo por la empresa.

A diferencia del enfoque institucionalista, esta concepción no se centra en el estudio de la localización y asignación de este conocimiento entre la empresa y el mercado. Langlois y Robertson (1993) argumentan que cuando se conecta la teoría de costes de transacción con el enfoque de capacidades se puede elaborar una teoría de la empresa dinámica que las contenga. El resultado de ello es diferente a los que se presentan en la corriente tradicional del pensamiento neoclásico o en la propuesta del enfoque transaccional. La teoría basada en las capacidades de la empresa parte del concepto de que el conocimiento productivo no es ni explícito ni libremente transferible, y tanto los individuos como las organizaciones están limitados en su capacidad de conocer cómo realizar las actividades productivas de la manera más eficiente (Teece y Pisano 1994). Esto define los costes dinámicos de transacción, que son los costes que surgen en tiempo real en el proceso de adquisición y coordinación del conocimiento productivo, siendo su origen diferente a los costes de transacción que se generan como problemas de alineación de incentivos (Langlois y Robertson, 1995).

Bajo este enfoque, el problema de coordinación se asocia a la dificultad que tiene una empresa de entender lo que la otra desea o le está ofreciendo. Esto es debido a que muchos conocimientos productivos son tácitos y hace compleja la interpretación de las capacidades que la otra parte posee. De ahí que “ambas empresas conocen más de lo que los contratos establecidos entre ellas muestran” (Teece, 2007:21). Los problemas de coordinación surgen, entonces, porque las estructuras existentes poseen conocimientos, habilidades y tradiciones que son difíciles de cambiar y que las vuelven inflexibles. En entornos cambiantes, las que puede adaptar a su entorno sus capacidades, o bien, la aparición de nuevas estructuras organizativas son las que pueden prosperar. Bajo esta perspectiva, la determinación de las formas de gobernación y de los límites de la empresa no se asocia a la especificidad de los activos ni a un problema de alineación de incentivos. Según Richardson (1970), la producción de un bien puede descomponerse en una serie de etapas y actividades que pueden ser similares o complementarse y que afectan el comportamiento organizacional. De la combinación de estas actividades surgen diferentes modos de organizar la producción, como se muestra en el cuadro siguiente.

**Cuadro 6: Las formas de organización según Richardson (1970)**

	Complementariedad	Elevada complementariedad
Similitud	Indeterminado	Empresa
No similitud	Mercado	Arreglos contractuales entre firmas

Fuente: Foss (1999).

De esta forma, la integración de actividades de elevada complementariedad es la forma de organización más eficiente si la empresa posee similares capacidades respecto a las empresas relacionadas. De esta forma, la integración no genera costes de transacción dinámicos por la pérdida que originaría la falta de aprovechamiento de las capacidades externas a la empresa. Por el contrario, cuando las actividades productivas involucran una baja complementariedad y existen diferencias en las capacidades desarrolladas por las empresas que integran la industria, la mejor estrategia será operar en el mercado a fin de aprovechar dicho aprendizaje, sin elevar los costes de coordinación y costes de transacción por la aparición de conductas oportunistas. Como puede observarse, la clasificación propuesta por Richardson (1970) no sólo permite integrar el análisis institucionalista con las teorías evolutivas basadas en la producción, sino que es una propuesta eficaz para entender las relaciones entre empresas.

Fundamentalmente, si se intenta explicar los factores que determinan el surgimiento de aglomeraciones de empresas y clusters o aspectos de localización y funcionamiento de entornos innovadores. Los arreglos contractuales a largo plazo entre empresas surgen como una solución eficiente a la minimización de costes de transacción que se elevan en presencia de un alto grado de complementariedad de las etapas productivas y, por otra parte, permiten aprovechar las ventajas de aprendizaje y de capacidades diferenciales entre empresas que se perderían y elevarían los costes de producción si la firma integrara dichas actividades en el interior. Teece (1981) considera que en presencia de activos complementarios, la integración de las actividades dentro de la empresa es mejor que la coordinación en el mercado cuando la empresa puede apropiarse de rentas de innovación, especialmente si se consideran contextos donde la asignación de los derechos de propiedad son ineficientes y no existe un resguardo adecuado de la información implícita en el desarrollo tecnológico. De esta forma, las estructuras de gobernación surgen como una alternativa al mercado, pero no para prevenir conductas oportunistas como considera Williamson (1985), sino para evitar el derrame de conocimiento innovador desarrollado en el interior.

Withley (2000: 881) sintetiza la interrelación entre los principios institucionalistas y las ideas neoschumpeterianas argumentando que “las economías difieren porque existen diferentes sistemas financieros, laborales y estatales que llevan al desarrollo de distintas clases de empresas en términos de su estructura de gobernación y capacidades organizacionales que dirigen el cambio tecnológico y las innovaciones según cada contexto.” Sociedades altamente cooperativas tienden a favorecer las innovaciones incrementales basadas en las capacidades organizacionales existentes y la relación entre empresas. En cambio, “en sociedades adversas se

generan discontinuidades entre las habilidades y rutinas con reestructuración radicales de sus competencias tecnológicas. Aún cuando ambos contextos son capaces de producir nuevas tecnologías, las empresas difieren en la forma en que la realizan. Consecuentemente, las trayectorias tecnológicas varían entre las economías de mercado de acuerdo a los arreglos institucionales que existan en cada entorno.” Teniendo en cuenta estas características, Withley (2000) elabora una tipología de empresas de acuerdo al contexto en el que se desenvuelven y a los patrones de innovación que desarrollan.

**Cuadro 7: La estructura institucional de las estrategias de innovación**

Tipo de sistemas de negocio						
	Fragmen- tado	Coordinado D. Industrial	Comparta- mentalizado	Colaborativo	Altamente coordinado	Organización estatal
Características del sistema de negocio						
Control de la propiedad	Directa	Directa	Mercado	Alianza	Alianza	Directa
Coordinación de la propiedad	Baja	Baja	Alta	Considerable	Considerable	Alta
Coordinación de alianzas	Baja	Media	Baja	Considerable	Alta	Baja
Figuras institucionales						
Coordinación estatal	Baja	Considerable localmente	Baja	Considerable	Alta	Alta
Fuerzas intermedias	Baja	Considerable	Limitada	Alta	Alta	Baja
Sistema financiero	Impredecible	Basado en el crédito local	Mercado de capitales	Crédito	Crédito	Control estatal
Fortaleza del sistema de capacitación pública	Baja	Considerable	Baja	Alta	Baja	Baja
Fortaleza de los sindicatos	Baja	Considerable	Limitada	Alta	Considerable	Baja
Confianza en instituciones formales	Baja	Media	Alta	Alta	Considerable	Limitada
Características de las firmas						
Autoridad compartida con otros emp.	Baja	Media	Baja	Considerable	Alta	Baja
Autoridad compartida con trabajadores calificados	Baja	Media	Baja	Considerable	Alta	Baja
Contribución de trabajadores calif. a las cap. organizacionales	Baja	Considerable	Baja	Considerable	Considerable	Limitada
Tipo de firma dominante	Oportunista	Artesanal	Jerarquía aislada	Jerarquía cooperativa	Alianza	Estatal

Fuente: Withley (2000).

Tal y como se observa en el cuadro, se plantean seis tipologías de sistemas de empresas que se relacionan a un tipo de contexto institucional determinado y que determinan las conductas, los

límites, la estructura de gobernación y las estrategias de innovación de las empresas. La definición que Withley el autor para cada uno de estos sistemas se desarrolla a continuación.

- 1) **Sistema de negocios fragmentados:** se caracterizan por una baja integración de la cadena productiva y la interrelación entre empresas sólo se limita al corto plazo. Los insumos y productos son considerados *commodities* en un mercado competitivo altamente fluctuante. La colaboración entre firmas es mínima y una coordinación organizada es difícil de sostener. Este tipo de sistema surge en sociedades donde la confianza en las instituciones formales es baja y el Estado no se involucra en la actividad económica o muchas veces interviene de manera antagónica en la distribución de la riqueza privada, como sucede en muchos países en desarrollo. Los recursos financieros generalmente no están disponibles y el entorno de negocios no permite sostener compromisos de largo plazo en el financiamiento. Este tipo de sistemas genera empresas oportunistas en búsqueda de apropiación de posibilidades de negocio. Su compromiso con la industria y su estructura de habilidades y competencias es limitado. No consideran las capacidades organizativas como parte de su estrategia competitiva y la tecnología las rutinas organizacionales son pocas y cambiantes.
  
- 2) **Distrito industrial coordinado:** se caracterizan por bajos niveles de integración y elevadas alianzas y coordinación de las actividades productivas. Las empresas tienden a ser pequeñas y medianas con una elevada tasa de creación y mortalidad de empresas. El acceso al financiamiento, los intercambios tecnológicos y actividades similares son alcanzados a través de la organización colectiva. Se destaca el intercambio de información que posibilita la cooperación entre firmas, aún cuando las mismas se mantienen autónomas en la toma de decisiones. Generalmente, se desarrollan en territorios donde las agencias estatales nacionales y locales crean barreras a la entrada y salida, limitando las políticas de precios propuestas por grandes empresas. El financiamiento de las actividades suele provenir de bancas locales que se expanden a medida que crece la economía regional. Un aspecto característico que destaca este sistema es que el Estado provee de un sistema de capacitación fuerte que estimula a las empresas a mejorar sus habilidades técnicas. Este sistema brinda un marco de conocimientos comunes y una identidad social que actúa como barrera de entrada y favorece la interrelación entre los propietarios y los empleados. Las competencias organizacionales dependen de las capacidades individuales de los trabajadores.



- 3) **Sistema compartamentalizado:** se caracteriza por tener niveles de integración de las actividades relacionadas alto y baja coordinación y alianzas con otras empresas. Las empresas suelen estar controladas por gerentes y la propiedad es ejercida por un grupo de accionistas que invierten en las empresas. La contratación de mercado para los insumos y productos es el mecanismo de coordinación y no suelen desarrollarse relaciones de largo plazo con proveedores y consumidores. La autoridad es delegada en manos de gerentes para la toma de decisiones. La estrategia de las empresas es competir y no cooperar, generando mercados concentrados y con barreras de ingreso, siendo su fuente de financiamiento el mercado de capitales e inversores ajenos a la actividad de la empresa. Este modelo se corresponde con la visión chandleriana de empresas multidivisionales que desarrollan rutinas complejas para integrar actividades variadas. Estas rutinas le permiten competir en entornos adversos.
- 4) **Sistema colaborativo:** estos sistemas combinan altos niveles de integración de la cadena productiva con fuertes relaciones entre empresas. Las actividades complementarias son controladas mediante organizaciones jerárquicas de propiedad unificada. La relación entre empresario y empleados es favorecida por la existencia de sindicatos fuertes y el Estado provee de un sistema de capacitación que se coordina con los gremios. Este tipo de sistema se da en sociedades donde el Estado favorece el establecimiento de asociaciones intermedias y delega formal e informalmente funciones sociales y económicas en ellas, incluyendo la administración del riesgo y el manejo del cambio técnico.
- 5) **Sistema altamente coordinado:** el aspecto característico es la coordinación extensiva de las actividades económicas entre industrias a través de la conformación de redes de mutua confianza. En este contexto el Estado desempeña un rol directo en la coordinación del desarrollo económico, especialmente en la asignación de capital, adquisición de tecnología y el desarrollo de nuevas industrias. Los empleados suelen estar involucrados en la resolución de problemas y en el desarrollo de capacidades organizativas. A diferencia de los sistemas colaborativos, es menor el peso de las líneas de mando en la dirección y control de los recursos y mayor el poder de los empleados en el empleo de sus capacidades en sus puestos de trabajo.
- 6) **Sistema de organización estatal:** este sistema se caracteriza por estar subsidiado por el Estado, otorgando créditos baratos a través de la banca pública. Este sistema favorece

las conexiones personales entre los líderes de las empresas y elites de gobierno. El Estado adquiere un rol dominante en la organización económica, asignando el capital y controlando el desempeño.

Por último, Malerba (1992) resalta la importancia de los sistemas en los que opera la empresa y su relación con el desarrollo de capacidades y de acumulación de aprendizaje dentro de la empresa. Para ello clasifica los procesos de aprendizaje de acuerdo a sus características internas y los que se adquieren a través de la interrelación con el entorno: 1) *learning by doing*, que se desarrolla internamente a través de las actividades productivas que realiza la empresa; 2) *learning by using*, que se adquiere internamente con el uso de productos, maquinarias e insumos; 3) aprendizaje por avances en la ciencia y tecnología, que es externo a la empresa y se relacionan con la absorción de nuevos desarrollos de la ciencia y tecnología; 4) aprendizaje por derrames entre industrias, que es externo a la empresa y se relaciona con las acciones que realizan los competidores y otras empresas; 5) aprendizaje por interacción, es externo a la empresa y surge de la relación con proveedores y consumidores y de la cooperación entre empresas, y 6) aprendizaje por búsqueda, que es interno a la empresa y se relaciona con las actividades formales de I+D.

En síntesis, desde la concepción evolutiva, la empresa es una entidad capaz de desarrollar capacidades internas, dependientes de su trayectoria y experiencia y aprovechar el conocimiento y oportunidades que ofrece el contexto, insertándose en un sistema que condiciona su estructura y su crecimiento. La empresa, visualizada como un conjunto de rutinas que capta, mediante el aprendizaje, el conocimiento tácito y explícito permite apropiarse de rentas de innovación originadas en las ventajas competitivas que las habilidades internas y el cambio técnico facilitan y mejoran su desempeño y sustentabilidad. Estas ventajas dependen directamente del contexto y en los arreglos institucionales que enmarcan sus actividades (Ayala, 1999; Samuels, 1988). Por lo demás, Nelson y Winter (1982) consideran que las empresas que alcanzan desempeños satisfactorios son las que logran jerarquizar las rutinas y los procesos de decisión en los entornos cambiantes. Por ello, el emprendedor es aquel individuo habilidoso que es capaz de decidir las acciones y las reglas que distingan a su organización de las otras existentes. Dadas estas características, existe gran heterogeneidad de empresas, ya que a lo largo del tiempo desarrollan distintas capacidades y toman diversas decisiones que las distinguen unas de otras. La empresa no es más que el mecanismo de coordinación de agentes y recursos a través de rutinas; en otras palabras, la empresa, bajo esta concepción, tiene como función facilitar el flujo

de información y conocimiento, tanto tácito como codificado, necesarios para incentivar la innovación y obtener beneficios positivos.

El rol del emprendedor, al igual que en la concepción schumpeteriana, es relevante en tanto que el desarrollo de capacidades dinámicas requiere de un individuo con capacidad de discernimiento, liderazgo y convicción (Augier y Teece, 2005). En este sentido, los evolucionistas adoptan las ideas de la escuela austríaca, donde el empresario no debe identificarse como el administrador. En cambio, lo que define al empresario es su capacidad de organizar nuevas estructuras de recursos. Foss (1997: 19) sostiene, al respecto, que “el empresario no necesariamente debe relacionarse con el propietario o administrador de una empresa, lo que estas personas maximizan pueden no ser ganancias empresariales sino rentas sobre recursos ya adquiridos.” Por lo tanto, la creación de la empresa no sólo se explica como una minimización de costes de transacción y evitar conductas oportunistas, sino que permite crear valor y protegerlo para sostener las rentas que dicho valor genera. De ahí que, si se destaca la importancia del aprendizaje y del conocimiento de los individuos, cabe preguntarse cómo se utiliza el mismo, siendo una de las formas fundar una empresa.

Foss (1997:20) justifica esta acción considerando que “un modo de interpretar la decisión de crear una empresa es que la no contratabilidad del juicio empresarial puede conducir a la formación de una nueva firma. Sencillamente porque no existe un mercado pertinente a través del cual pueda ser comunicada la visión idiosincrásica del empresario; los costes de transmisión del conocimiento son exorbitantes.” De esta manera, el empresario puede decidir internalizar una transacción si piensa que dentro de la empresa puede producir el equipamiento necesario a un coste menor que el que ofrece el mercado, teniendo en cuenta el carácter subjetivo, disperso y tácito del conocimiento implícito en la transacción. Tener en cuenta estas características permite entender que aún cuando las empresas tienen el conocimiento adecuado y las competencias necesarias para crear un nicho de mercado, las decisiones siempre están sujetas a incertidumbre, que explican el desempeño diferencial de las mismas. Nelson y Winter (1982) explican que esta diversidad surge de la inversión en I+D y Recursos Humanos que realizan las empresas. Inversión que permite desarrollar las capacidades internas y son el medio para convertir, a través del aprendizaje, el conocimiento imperfecto en oportunidades para generar innovaciones que favorezcan la creación de rentas tecnológicas. En esta línea, Casper y Whitley (2002) argumentan que las oportunidades económicas que el nuevo conocimiento provee están condicionadas por el contexto institucional. Las empresas innovadoras se enfrentan a diferentes riesgos que se ligan a los arreglos institucionales que prevalecen en sectores particulares y

países. Especialmente, las leyes laborales y el acceso al financiamiento generan restricciones para reconocer las posibles oportunidades, el coste de crear una empresa y para aprovechar las rentas que éstas ofrecen. De ahí que la creación de empresas sea el canal por el cual el conocimiento se transforma en conocimiento económico que sin las mismas hubiera permanecido oculto.

#### **4.4. Calidad institucional y desarrollo endógeno**

Para North (1993) el motor de la dinámica económica europea fue la existencia de un conjunto de instituciones (derechos de propiedad y de contratos, sistemas judiciales, estructura de incentivos, innovación tecnológica, etc.) en determinadas regiones de Europa Occidental. “Buenas instituciones” que regularon el funcionamiento de los mercados competitivos provocando el denominado “milagro europeo” (Jones, 1991), es decir, la ruta hacia el crecimiento sostenido. Este hallazgo reforzó la idea de que el desarrollo depende de factores internos y concretamente de la calidad institucional de la que estén dotadas las regiones. De este modo a los factores clásicos de localización (los costes de transporte, la fuerza de trabajo, el mercado del suelo, el capital fijo disponible, etc.), se añadiría el entorno sociocultural e institucional en que operan las industrias. Esta característica explica la existencia que efectúa la literatura sobre desarrollo endógeno acerca de sus fundamentos colectivos e institucionales (Storper, 1993; Saxenian, 1994; Rabelloti, 1995). El resultado ha sido una diferente concepción del espacio, pues éste no es solamente la distancia entre diferentes lugares, que a veces condiciona el intercambio de bienes y que es una fuente de costes para los agentes. En su nueva interpretación, el espacio es un recurso económico, un factor estratégico de oportunidades de desarrollo y definidor de las características que el mismo puede asumir (Scott, 1995).

La literatura sobre desarrollo endógeno especifica que la tendencia hacia una mayor concentración y centralización del capital, debe ser matizada y ponderada por el dinamismo y capacidad innovadora mostradas por determinadas regiones caracterizados por la presencia de un elevado conjunto de PYMEs industriales y de servicios a la producción que operan en red, combinando estrategias de competencia por ocupar los mismos mercados con otras de cooperación formal e informal, lo que les permite mejorar su eficiencia al especializar en mayor medida su actividad, acceder a mayor información, adquirir ciertos servicios de uso común, etc. Todo esto ha favorecido, sobre todo en las últimas décadas, “la consideración de otros aspectos relacionados con la eficiencia de las configuraciones industriales; en especial, las relaciones que

unen a las empresas con su ambiente, constituido por otras empresas, reglas, organizaciones públicas y colectivas, familias” (Bellandi, 2001:45).

Estos aspectos se explican en un contexto en el que “el capitalismo está siendo construido a través de interacciones entre economías de flujo y economías territoriales” (Storper, 1998: 181). Interacciones que emergen de un desarrollo desde abajo, y no de un proceso definido cuantitativamente a nivel macroeconómico y luego atribuido de forma competitiva a cada territorio (Camagni, 2005; Benko, 2006). Un desarrollo sensible al contexto (Scott y Storper, 1995), a las condiciones territoriales en las que las empresas realizan sus actividades (Storper, 1998), en el sentido de que el punto de partida del desarrollo de una comunidad territorial es el conjunto de recursos (económicos, humanos, institucionales y culturales) que constituyen su potencialidad de desarrollo. La capacidad de liderar el propio proceso de desarrollo, unido a la movilización de su potencial de desarrollo “es lo que permite dar a esta forma de desarrollo el calificativo de desarrollo endógeno” (Vázquez, 1999: 30).

Un tipo de desarrollo que emergió a consecuencia de que a finales de la década de 1970 e inicios de la década de 1980, se planteó que era posible que las fuentes de crecimiento endógeno estuvieran llamadas a desempeñar un “papel más importante que los exógenos” (Wadley, 1988: 99), dado que el territorio no es una *tabula rasa* sobre la cual se mueven el capital y los trabajadores, sino un agente activo del desarrollo (Storper, 1998), y lo es por su “densidad institucional” (Amin y Thrift, 1994), es decir, por los altos niveles de interacción entre las instituciones. En este sentido, Becattini (2006), por un lado, afirma que la flexibilidad asociada al distrito no es tanto una flexibilidad en sentido técnico, sino una flexibilidad en el sentido social e institucional. Por otro lado, Porter (1999) establece que la mera presencia de empresas, proveedores e instituciones en una localización crea un potencial de valor económico, aunque no asegure la materialización de este potencial. El “pegamento social” o “capital social” es el elemento que aglutina el cluster y contribuye al proceso de creación de valor. Por tanto, clusters y distritos ponen de relieve la relación entre la economía y la sociedad, y el papel que en dichos conceptos juegan las instituciones (Lazzeretti, 2006), acorde con la narrativa del enfoque contractual y del neoinstitucionalismo económico.

En esta narrativa, el mercado, para funcionar de manera adecuada, tiene necesidad de instituciones que reduzcan el coste de las transacciones, garanticen el cumplimiento y la ejecución de los contratos y resuelvan con rapidez las controversias y desacuerdos. Para la “teoría del desarrollo endógeno”, en los procesos de desarrollo han de intervenir los agentes

económicos, sociales e institucionales que forman el medio en el que se desarrolla la actividad productiva y, entre ellos, se forma un nexo de relaciones productivas, comerciales, tecnológicas, culturales e institucionales, cuya densidad y carácter innovador van a favorecer los procesos de crecimiento y desarrollo endógeno. Procesos en los que se asigna especial importancia a la innovación que sienta las bases para el aprendizaje colectivo, para el impulso de acciones innovativas del conjunto de los agentes e instituciones de la región o territorio (Helmsing, 1999; Vázquez, 2005).

Concretamente, acciones que apuntan a estimular el espíritu emprendedor local y regional, la capacitación profesional y el desarrollo de habilidades al estímulo y apoyo a la innovación, particularmente en las PYMEs y las nuevas empresas, y al desarrollo de la “inteligencia de negocios” a partir de la oferta regional institucionalizada de servicios, información y consultoría empresarial (Sepúlveda, 2001). De estas acciones se deduce que el desarrollo obedece a la formación de un proceso emprendedor e innovador, en base en la movilización de los recursos específicos y de las propias capacidades de innovación de las regiones (Maillat, 1998). Se trata de construir una organización industrial basada en el conocimiento que se traduce en valor económico dentro de un ciclo investigación-desarrollo-producción-comercialización. La razón de este ciclo está en que apunta las ventajas competitivas, y se vincula a nuevas formas de diferenciación entre regiones. Sin embargo, la cuestión del desarrollo económico regional/ local está en que los agentes económicos privados tienen un lugar y un papel político de primer orden en la vida política local/regional, y son, por lo tanto, los agentes del desarrollo. Así, para Peterson (1981), en una economía capitalista los intereses privados ocupan un lugar aparte y privilegiado porque son los que dominan y estructuran al resto de los agentes.

Sobre la base de la economía evolucionista e institucionalista, la teoría del desarrollo territorial endógeno posiciona a las regiones y localidades como nuevos espacios industriales (Scott, 1988; Storper, 1995; Storper y Scott, 1989), esto es, como lugares en los que se originan importantes ventajas competitivas. Basándose en la literatura sobre distritos, clusters y medios innovadores..., esta teoría plantea que una característica propia de las zonas en las que la globalización – “la metanarrativa política y económica de la década de 1990” (Held y McGrew, 2000)- es consistente con la localización de la actividad económica es la fuerza de los lazos de proximidad y asociación, caracterizados como una fuente de conocimiento y aprendizaje (Amin y Robbins, 1991, 1994). Amin (2008) vincula, a su vez, este tipo de desarrollo a la dinámica de regiones y localidades cuyo crecimiento y cambio estructural se organiza alrededor de la expansión de actividades industriales, utilizando el potencial de desarrollo existente en el

territorio, es decir, a la fuerza de sus bienes relacionales o interdependencias no mediadas por las fuerzas del mercado (Storper, 1997; Cooke y Morgan, 1998). Vázquez (2002) especifica que las ventajas compartidas que obtienen las PYMEs concentradas en una región o localidad obedecería a la formación de un proceso emprendedor e innovador, que depende de la organización de las relaciones variadas de cooperación entre agentes e instituciones, y los recursos inmateriales (tecnología, información, formación, investigación). Esta organización constituye la nueva forma dominante de organización productiva basada en la flexibilidad del capitalismo posfordista, y que posiciona al territorio (en particular a las regiones y localidades) como foco de análisis del desarrollo y la competitividad (Omaha, 1995; Scott y Storper, 1995; Keating, 1998). Desarrollo y competitividad que se apoyan en las inversiones de I+D, el aprendizaje colectivo, en la experiencia y en la calidad de sus recursos (Maillat y Perrin, 1992; Veciana, 2008).

El desarrollo endógeno se lo presenta como una estrategia racional para desenvolverse en el actual contexto económico que impone, para operar en dirección local-global (Swyngedow, 2000), una relación positiva entre progreso científico, inversión-innovación y desarrollo económico. Un tipo de desarrollo que acaece más que en los mercados puros de la economía ortodoxa, en mercados organizados, basados en el intercambio de información, la cooperación, la jerarquía y la confianza mutua entre las esferas sociales, económicas e institucionales (Lundvall, 1992). Mercados en el que los diferentes agentes (sociales, económicos, institucionales) comparten valores, creencias (Becattini, 1979, 1992; Bagnasco, 1991; Brunet y Böcker, 2007; Brunet y Cincunegui, 2010), y se estimula una cultura de I+D que es reforzada por una cultura e identidad territorial que facilita los procesos innovadores y las dinámicas de aprendizaje colectivo, ya que “en un contexto de ‘descomponibilidad’ de los procesos productivos, se producen efectos de ‘desbordamiento’ (*spillovers*) tecnológicos y no tecnológicos de unas empresas sobre otras, de forma directa o a través de las distintas fases especializadas del proceso productivo. El resultado es una rápida y eficiente difusión de las innovaciones de producto y de proceso, y la retroalimentación continua de innovaciones” (Trullén, 2006: 21).

Este efecto de derrame (Geroski, 1995; Saxenian, 1990; Malecki, 1997) permite mantener el desarrollo endógeno, siendo un factor determinante, aparte del efecto derrame, el factor organización, es decir, los factores organizativos que incluyen redes de innovación regional. Redes que se explican en relación a una estrategia global del territorio, ya que mientras que la estrategia de las multinacionales se ha centrado en la búsqueda de una reducción de sus costes

productivos a través de la fragmentación de la cadena productiva y la reubicación espacial de ciertos procesos, quedando tan sólo las cuestiones consideradas de alto valor estratégico en manos de los grupos matrices, la estrategia de una región o localidad industrial se ha de centrar en la gestión y el mejor aprovechamiento de las capacidades y conocimientos de la industria regional, en aumentar las capacidades “de desarrollo de una región –generar un reto a la competitividad y las tecnologías internacionales con base en la movilización de sus recursos específicos y sus propias capacidades de innovación” (Maillat, 1999: 7). Capacidades que depende tanto de la especialización de los vínculos internos del tejido industrial localizado, como de la naturaleza de las relaciones que éste mantiene con su entorno económico e institucional, pues “la economía local debe considerarse un nodo dentro de la economía global, y no tendría una existencia significativa fuera de ese contexto” (Amin y Robins, 1991: 115).

Las capacidades de innovación tienen efectos territoriales en tanto que “el medio emerge como un elemento necesario y crucial en los procesos de innovación” (Camagni, 1991: 142), y que no es resultado del comportamiento de empresas individualmente consideradas, sino de sistemas o medios en los que la empresa está inserta, “sean éstos conceptualizados como ‘sistemas productivos’, ‘sistemas industriales’ o como ‘sistemas de innovación’. Esta concepción nos aleja de la empresa autosuficiente y del análisis de las relaciones mercantiles bilaterales entre agentes, conduciéndonos a un análisis de subconjuntos de actores que interaccionan en un ámbito territorial definido: empresas, redes de empresas, centros tecnológicos, instituciones, recursos humanos, etc., entre los que se establecen interrelaciones —de cooperación y de competencia— que en conjunto dan lugar a la aparición de externalidades positivas y una dinámica colectiva en la que cada elemento depende también del comportamiento de los demás” (Vence et al. 2000: 36). De este modo, frente a la imagen del emprendedor individual, que actúa de forma aislada y en competencia con sus rivales a fin de obtener —al menos de forma transitoria— una ventaja monopolística, la idea de medio innovador, desarrollando desde finales de la década de 1980 e inicios de la década de 1990 por el grupo francoitaliano GREMI (Groupe de Recherche Européen Sur les Milieux Innovateurs) (Camagni, 1991), destaca el hecho de que la innovación es “un fenómeno colectivo, en el que la existencia de relaciones interempresariales (mercantiles o extramercado) y de formas de cooperación no incompatibles con el mantenimiento de un clima competitivo, puede favorecer y acelerar el proceso” (Méndez, 2000: 36).

Esto es así hasta el punto de que, según Aydalot (1985: 10), “son los medios quienes emprenden e innovan”, ya que es en los medios donde se desarrollan las interdependencias no comerciales,



que permiten coordinar a los agentes económicos bajo condiciones de incertidumbre, a partir del desarrollo de reglas informales, convenciones, hábitos y tradiciones compartidas, sanciones sociales, etc. (Storper, 1998; Veltz, 2000; Amin, 1999; Sepúlveda, 2001). Este aspecto que pone el énfasis en la acción colectiva territorializada ha sido también desarrollado a través del enfoque de los distritos (Becattini et al. 1987; Brusco, 1982; Becattini et al. 2002) y de los clusters (Porter, 1990, 1999, 2003). Ambos enfoques que examinan la competitividad empresarial teniendo en cuenta la coordinación entre empresas, dado que la velocidad de generación de conocimientos y el esfuerzo hacia la innovación de los competidores obliga a las empresas a unir fuerzas para desarrollar proyectos tecnológicos o de penetración en el mercado que individualmente son demasiado costosos. De este modo, las empresas aprovechan tácitamente las ventajas de las economías externas (flujos de conocimientos, recursos e *inputs* compartidos) por medio de la concentración geográfica, formando distritos industriales o clusters. El poder de estas economías externas es reconocido actualmente por los organismos que elaboran políticas empresariales (Comisión Europea, OCDE y gobiernos de los países más desarrollados) y se estimula el apoyo y el fortalecimiento de los clusters como fórmula para acelerar el desarrollo de la economía del conocimiento.

En la literatura sobre distritos, clusters y medios innovadores, la categoría “región” resume la capacidad con que el entorno permite a las empresas insertas en él transitar senderos de aprendizaje orientados a la innovación, y que explica la insistencia de la teoría del desarrollo territorial endógeno de que la región ha de dotarse o apoyarse en una “coalición de desarrollo”, constituida por unos componentes que suministran todos los *inputs* necesarios para hacer florecer una organización económica basada en el conocimiento. Coalición que permite completar el ciclo investigación-desarrollo-producción-comercialización, lo que supone dotarse de una base industrial fuerte con relaciones satisfactorias y de confianza entre la ciencia y la industria (Aydalot, 1985; Maillat, 1995; Ratti et al. 1995; Florida, 1995; Morgan, 1997; Castells, 1990, 1995; Moulaert y Sekia, 2006; Castells y Vilaseca, 2007; Vázquez, 2002), y ello en un contexto en el que la distancia ha muerto para la información pero no para el conocimiento, por lo que el interés conceptual y de análisis se ha desplazado, por un lado, desde el interior organizativo de la empresa al entorno territorial y geográfico (Ondátegui, 2000; Florida, 2000, 2009). La razón de ello está, para Storper (1995), en que el proceso de aprendizaje centrado en la innovación continua y en la economía del conocimiento apunta al sostenimiento de ventajas competitivas, desplegando una lógica espacial que se vincula a las aglomeraciones basadas en el desarrollo de dinámicas interactivas, generadoras de aprendizajes, conocimiento e innovación. Dinámicas que se producen y facilitan mediante el capital

empresarial o emprendedor, que se convierte en un mecanismo clave para la innovación y, por ende, para el desarrollo económico y la competitividad de una localidad o región (Audretsch y Callejón, 2006; Segarra, 2007).

Por capital empresarial o emprendedor se entiende la capacidad de crear nuevas empresas en una unidad geográfica determinada. No se trata de la existencia de capital físico, sino de lo que Schumpeter (1934) denominó espíritu empresarial o capacidad emprendedora, y que en dinámica industrial se mide mediante el número de nuevas empresas creadas en un área y periodo determinados. La creación de nuevas empresas es el mecanismo más importante de conversión del conocimiento científico en conocimiento económico, capaz de generar nuevos bienes y servicios y nuevos puestos de trabajo de alto valor añadido en la economía del conocimiento (Baumol, 1990; Audretsch y Keilback, 2003; Callejón y Segarra, 1999; Veciana, 2008; Callejón y Castany, 2008). Esto ha cambiado la percepción de las PYMEs en las políticas de desarrollo regional, en el sentido que se considera a las PYMEs innovadoras y competitivas como el resultado de estrategias de regionalización con éxito, es decir, una forma alternativa de conseguir una ventaja competitiva global. Esta estrategia de regionalización “se basa en: 1) el aprendizaje como un proceso localizado, señalando la importancia de las trayectorias históricas y del ‘conocimiento no incorporado’ (*disembodied knowledge*); 2) la innovación como un proceso de aprendizaje interactivo, que implica una crítica al modelo lineal de innovación y pone énfasis en la importancia de la cooperación en la promoción de la competitividad, y 3) la aglomeración como la base más eficiente del aprendizaje interactivo, defendiendo la importancia de las ‘interdependencias no comerciales’ y de las redes y sistemas de innovación regionales interactivos y ‘de abajo a arriba’” (Asheim e Isaksen, 2006: 97).

Estos aspectos configuradores de las ventajas competitivas de una región o localidad, ha dado origen a los enfoques de las regiones de aprendizaje y de los sistemas regionales de innovación, con el convencimiento de “impulsar una perspectiva local/regional y no nacional del desarrollo bajo los escenarios de la globalización” (Fernández et al. 2008: 34). Bajo estos enfoques, se subraya que a pesar de que las regiones “están ancladas en el sistema legal-político a nivel central que limita en menor o mayor medida sus actuaciones” (Heijs et al. 2007: 54), la trascendencia del nivel regional está cuando se analiza la actuación de las pequeñas y medianas empresas, dado que el interés en éstas y en el nivel regional refleja que las PYMEs “son frecuentemente más dependientes de la ‘calidad’ de su localización que las grandes empresas. Las grandes empresas tienen, en general, más capacidad que las PYMEs para acumular competencia interna y para confiar en los recursos internos cuando innovan”. El interés en la

actividad de innovación de las PYMEs está en que no todas “están inmersas en un entorno o *milieu* innovador caracterizado por una densa interacción entre las empresas, por un elevado nivel de conocimiento colectivo, etc. Las PYMEs participan en diferentes tipos de sistemas productivos y de innovación, tanto a nivel regional, nacional como supranacional. La posición y el papel de las empresas dentro de esos sistemas influyen en el modo en el que innovan así como configuran sus necesidades de servicios en el sistema de apoyo a la innovación” (Asheim y Isaksen, 2006: 93).

#### **4.5. Sistemas de innovación**

Por concepto de sistema de innovación (Freeman, 1987; Lundvall, 1992; Nelson, 1993; OCDE, 1997, 1999) se entiende el conjunto de instituciones y agentes, tanto privados como públicos, que interactúan en la producción, difusión y utilización de nuevos conocimientos y avances tecnológicos. En consecuencia, este concepto pone el énfasis en las condiciones existentes en el entorno de las empresas, dado que en un clima de creciente globalización y el giro hacia formas neoliberales de regulación que han expuesto a las regiones y localidades a mayores presiones competitivas (Jessop, 1994; Mackinnon et al. 2008), el éxito económico-empresarial en regiones y localidades exige la interacción de un elevado número de agentes e instituciones. En particular, se establece que cualquier economía, nacional, regional o local, necesita disponer de un sistema de ciencia y tecnología adecuado a su dimensión y a sus capacidades, bien diseñado y protegido (Mas y Quesada, 2005; Montuschi, 2001; OCDE, 1996; Garofoli, 1994; Audritsch y Thurik, 2004; Fernandez de Bobadilla, 2009), y más específicamente de entidades de transferencia y difusión de ideas, cualificaciones, conocimiento e información. Se subraya, así, la importancia de la innovación como sistema. Bajo este concepto, la innovación ya no se la observa bajo el prisma del enfoque tecnológico externo que suponía la incapacidad de la empresa para la innovación tecnológica, es decir, ésta ya no se la concibe como un concepto ligado a los bienes de equipo cuyo avance no dependía de la actuación empresarial. En contra, el avance técnico es concebido como endógeno a las empresas y también a los sistemas económicos en el que ellas se inscriben (Hodgson, 2000; Freeman, 1991; Nelson y Winter, 1982; Whitley, 2000). El progreso técnico resulta, entonces, de un proceso interno de las empresas, reconociéndose, a su vez, que este proceso depende del entorno en el que las empresas se inscriben, esto es, de su capacidad de aprendizaje colectivo, que se basa en el conocimiento y las habilidades tácitas.

El entorno de las empresas debe ser considerado tanto en un sentido territorial como funcional. En un sentido funcional, señalan Asheim e Isaksen (2006: 107), “las empresas recurren a las ideas, al ‘saber hacer’ y a los activos complementarios de los clientes, proveedores, consultores, universidades, organizaciones financieras y de formación, independientemente de su localización geográfica”. Por ejemplo, los clusters regionales de PYMEs necesitan estar “en contacto, aunque no necesariamente directo, sino a través de la cadena de oferta, con las redes globales” (Cooke, 2002: 10), para atraer los activos complementarios necesarios para ser competitivos, cuando la competencia local de I+D puede ser escasa. En un sentido territorial, el stock de conocimiento y la capacidad de aprendizaje en el entorno industrial regional es de gran importancia en el estímulo de la capacidad de innovación de las empresas. Por ejemplo, desde la perspectiva de los distritos industriales se argumenta que las PYMEs parecen depender de activos del entorno industrial regional cuando innovan, ya que éstas por definición frecuentemente disponen de escasos recursos internos. En tal sentido, Rosenfeld (2002: 20) señala que “las empresas más pequeñas, particularmente aquellas que carecen de recursos e incentivos para desarrollar sus propios departamentos de formación, investigación o ingeniería, dependen fuertemente de los servicios locales”, esto es, de infraestructuras tecnológicas proveedoras de servicios a las empresas.

Un sistema de innovación nos aleja, entonces, de la empresa “autosuficiente y del análisis de las relaciones mercantiles bilaterales entre agentes, conduciéndonos a un análisis de subconjuntos de actores que interaccionan en un ámbito territorial definido: empresas, redes de empresas, centros tecnológicos, instituciones, recursos humanos, etc., entre los que se establecen interrelaciones —de cooperación y de competencia— que en conjunto dan lugar a la aparición de externalidades positivas y una dinámica colectiva en la que cada elemento depende también del comportamiento de los demás” (Vence, 2007: 77). Por tanto, el funcionamiento y los resultados de las PYMEs vienen condicionados por las modalidades de organización, de funcionamiento y por la dinámica del sistema en el que están insertas, y más específicamente sobre el “aprendizaje interactivo”, incluyendo, en primer lugar, flujos que no son necesariamente inter-sectoriales, como el conocimiento y los flujos de información que se dan entre las empresas que pertenecen a la misma industria. En segundo lugar, la transferencia de conocimiento tácito o no-codificado, y en tercer lugar, flujos que ocurren entre diferentes tipos de organizaciones e instituciones, incluyendo empresas, agencias y organizaciones de gobierno (Archibugi et al. 2006).

En el concepto de sistema de innovación se incluye un conjunto complejo “donde se deben analizar los senderos de la innovación, incluidas las innovaciones organizacionales desde una perspectiva histórica, dispensando un papel preferencial a las instituciones” (Olazarán y Gómez, 2001: 18). De este modo, se incluyen las innovaciones institucionales y el aprendizaje organizativo e institucional a la hora de construir el concepto de sistema de innovación. Edquist y McKelvey (2000) distinguen dos tipos de componentes principales de un sistema de innovación: las “organizaciones” o agentes, y las “instituciones” o las reglas de juego. Las “organizaciones” se definen como estructuras formales con un objetivo explícito, creadas conscientemente por los agentes. Se incluye a las empresas, universidades, asociaciones de capital riesgo y agencias públicas de política de innovación, que pueden cumplir un papel relacionado con la producción del conocimiento, su distribución, o la regulación del marco legal del sistema de innovación. Las interacciones entre los agentes quedan reflejadas en las “instituciones” o las reglas de juego. Las instituciones son conjuntos de hábitos comunes, rutinas, prácticas establecidas, reglas o leyes que regulan las relaciones e interacciones entre agentes.

La introducción del espacio de las instituciones en los fundamentos de un sistema nacional “revalúa analíticamente la importancia del entorno institucional donde se enraízan las organizaciones. La perspectiva institucional permite explicar los resultados innovadores no exclusivamente en términos de eficiencia económica privada, sino a través de su vinculación a los “*cultural patterns*” (entornos socio-institucionales)” (Olazarán y Gómez, 2001: 18). Las características socio-institucionales que hacen distintivos a unos sistemas de innovación de otros, explica que existan diferencias de un sistema de innovación a otro, y que no exista un sistema óptimo, sino que el papel que juegan organizaciones aparentemente iguales es muy distinto debido a las diferencias del contexto social, económico y legal. En tal sentido, Porter (1990: 19) argumenta que “la ventaja competitiva se crea y se mantiene mediante un proceso altamente localizado. Las diferencias a escala nacional en estructuras económicas, valores, culturas, instituciones e historias contribuyen profundamente al éxito competitivo. El papel de la nación parece ser tan fuerte como antes o incluso más fuerte que nunca. Aunque la globalización de la competencia pudiera parecer que restaba importancia a la nación, antes al contrario parece que se la añade. Al haber menores impedimentos al comercio con los que proteger a las empresas y sectores interiores de nula competitividad, la nación cobra un creciente significado porque es la fuente de las técnicas y tecnologías que sustentan la ventaja competitiva”. Lundvall (1992) afirma, a su vez, que si la incertidumbre, el aprendizaje localizado y la racionalidad son introducidos como supuestos básicos y más realistas en el

comportamiento microeconómico, en vez de los supuestos tradicionales de información perfecta e hiperracionalidad, entonces “debe aceptarse que las variaciones locales y nacionales en las circunstancias pueden frecuentemente conducir a diferentes trayectorias de desarrollo y a una creciente diversidad, en vez de a la estandarización y a la convergencia” (Freeman, 1996: 42).

Moulaert y Sekia (2006:189) plantean que no es arriesgado argumentar “que el sistema de innovación regional descende del Sistema de Innovación Nacional a una escala menor, independientemente de la definición que demos a este último. De todos modos, existen en este cuerpo teórico al menos dos interpretaciones básicas de la región como sistema de innovación: tanto como un subsistema de sistemas situados a nivel nacional o sectorial, así como una versión reducida del Sistema Nacional de Innovación, con sus propias dinámicas”. Cooke (2002: 75) llama la atención sobre el hecho de que la “región” -que Scott (1998) define como un área geográfica de extensión subnacional- es un concepto intelectual que sólo existe en función de los criterios por los que se ha definido, y es homogénea en función de ellos. La región no se vincula con un tamaño específico, sino que presenta una cierta cohesión interna que la diferencia de las otras regiones por las relaciones de competición y cooperación que facilitan, en un contexto de confianza, el intercambio de conocimientos tácitos de carácter innovador que aceleran la transferencia de conocimiento y el desarrollo de nuevo conocimiento. En este marco, se destaca el carácter sistémico de la innovación, la incorporación de la innovación como elemento clave del desarrollo regional, la revalorización de la proximidad y la consideración de un conjunto de factores, denominados activos específicos, derivados de la peculiar historia productiva de cada sistema regional. Esta especificidad, clave para la innovación en las PYMEs otorga un rol destacado al proceso de aprendizaje, el cual está “incrustado” o imbricado “en las instituciones y organizaciones, la evolución histórica (acumulación) y su contexto cultural” (Heijs et al. 2007: 35).

El aprendizaje localizado tiene, entonces, un papel principal en el desarrollo del sistema regional de innovación, y es que, como indican Asheim e Isaksen (2006: 106), el creciente interés por el papel que juegan los sistemas de innovación regionales “debe ser comprendido en el contexto de la creación de un instrumento en las políticas que tiene como objeto una promoción sistemática de los procesos de aprendizaje localizados para asegurar la innovación y la ventaja competitiva de las economías regionales y nacionales”. Desde esta perspectiva, puede ser más apropiado describir el paradigma de los sistemas de innovación como “el de una *‘learning economy’*, más que una economía ‘fundamentada en el conocimiento’. El aprendizaje, en este sentido, se refiere a la construcción de nuevas competencias y a la adquisición de nuevas

capacidades técnicas, no limitándose a la obtención de un mayor acceso a la información. El acceso más fácil y barato a la información tiende a reducir el valor económico de formas de conocimiento e información más codificadas. En este sentido, las formas de conocimiento que no pueden ser codificadas y transmitidas electrónicamente (conocimiento tácito) aumentan en valor, junto a la competencia para adquirir y valorar tanto las formas de conocimiento codificadas como las tácitas, en otras palabras, la capacidad para aprender. Es la capacidad de los individuos, empresas, regiones y naciones para aprender y adaptarse a circunstancias económicas rápidamente cambiantes lo que con mayor probabilidad determina su éxito económico futuro en la economía global” (Wolfe y Gertler, 2006: 160).

De ahí que, como señalan Archibugi et al. (1999: 67-68), tengamos que entrar en un debate e intentar identificar el papel de los factores regionales, nacionales, sectoriales y globales al formar sistemas de innovación, dado que la conformación de un “sistema regional de innovación” permite comprender que la innovación tiene una dimensión territorial, y que requiere asumir “tanto 1) que la industrialización es un proceso territorial, es decir, subrayar la importancia de la aglomeración y de los factores ‘no económicos’ para el desarrollo económico, y 2) la innovación como un proceso insertado socialmente, es decir, un proceso de aprendizaje interactivo, contextualizado institucional y culturalmente”. El efecto combinado de estos dos procesos constituye una región de aprendizaje. Esta noción, elaborada por la escuela californiana de Geografía Económica, remite a nuevas formas de aglomeración basadas en la creación de conocimientos (Storper, 1995, 1998), en el sentido en que en un mundo donde se realizaron mayores esfuerzos para codificar el conocimiento y tornarlo ubicuo y cosmopolita, surgen “nuevos espacios industriales” que constituyen fuentes de conocimiento tácitos, especializados y locales, generadores de ventajas competitivas sostenibles (Hudson, 2008). Estos nuevos espacios constituyen un sistema de innovación, consistente “en una estructura productiva y una infraestructura institucional, y la interacción entre esas estructuras” (Asheim e Isaksen, 2006: 98), es esencial para las actividades de aprendizaje colectivo. Por otra parte, el concepto de región de aprendizaje permite una comparación sistemática de las actividades de innovación en varias naciones y regiones, incluso una comparación de la estructura de producción, organización y de las instituciones de diferentes sistemas de innovación nacional/regional en relación con criterios de eficiencia como el crecimiento, el empleo y la competitividad económica.

Cooke (2006) plantea que en una economía global los diversos países o regiones cumplen distintas funciones dentro del sistema nacional o internacional de innovación o de producción.

Así, existen regiones y países centrales que son el corazón del sistema nacional o internacional de innovación, y otras regiones cuyo desarrollo se basa en una función complementaria en apoyo a las regiones centrales o en la explotación de los recursos endógenos. Esto explica que las diferencias que existen en las condiciones nacionales y regionales no se pueden copiar, ya que las políticas exitosas en las regiones más desarrolladas no se pueden implantar en regiones con sistemas de innovación subdesarrollados. Las diferencias influyen sobre el tipo de actividades innovadoras que en cada caso tendrían que promover los poderes públicos (generación de innovación, I+D aplicada, desarrollo tecnológico o transferencia tecnológica). Como señala Vence (2007), ciertos elementos o experiencias de otros sistemas se deben aplicar teniendo en cuenta las condiciones locales y las restricciones existentes en los sistemas de innovación, al mismo tiempo que deben intentar mejorarlas. Además, como señala Cooke (2002), se debería tener en cuenta que un sistema de innovación regionalizado “fuerte es aquel que tiene vínculos sistémicos entre las fuentes de producción del conocimiento (universidades, organizaciones de investigación), intermediarios (gobierno y servicios de innovación privados) y las empresas, tanto grandes como pequeños. La mayoría de las regiones no tienen estas características de innovación sistémica”. De ahí que las regiones que carecen de estas características deben desarrollar mejores capacidades de aprendizaje, “afirmándose en su habilidad colectiva para desarrollar ‘racionalidades de acción’ más reflexivas” (Mackinnon et al. 2008: 302).

Generalizando, concluye Cooke (2002: 81), “las dimensiones clave de un sistema de innovación regionalizada son: en primer lugar, los procesos y políticas para el gobierno de la innovación; en segundo, el tipo de empresas y su grado de vinculación, en términos de redes, sub-contratas, presencia o ausencia de canales de oferta y grados de realización conjunta”. A pesar de la aplicación a distintos ámbitos geográficos, Heijs et al. (2007) advierten que la aplicación del concepto de sistema de innovación a un país resulta ser una abstracción poco realista (Lundvall, 1992), porque normalmente existen grandes diferencias entre cada una de las regiones que lo componen, de manera que cuando se habla del sistema de innovación de un país, en realidad se está haciendo referencia al sistema innovador de sus regiones tecnológicamente más avanzadas.

Para Cooke (2002: 73), el análisis de la innovación también es más tratable a nivel regional que a nivel nacional, “a ese nivel las dimensiones sistémicas en verticales y laterales son más claras de delinear, tanto intra como inter-regionalmente, así como globalmente”. A su vez, Moulaert y Sekia (2001: 190-191) insisten en plantear que la teoría de los sistemas de innovación regional acentúa el papel del aprendizaje colectivo, y que los territorios para que puedan convertirse en



atractivos deben crear instituciones específicas que apoyen las estrategias de innovación. Estas instituciones pertenecen a la infraestructura tecnológica pública o privada. De esta manera, la región se constituye en “zona económica natural”, a diferencia del “Estado-nación”, disfuncional en un mundo crecientemente sin fronteras. Las “regiones-Estado” representan “comunidades genuinas de intereses económicos, definen flujos significativos de actividades económicas y pueden beneficiarse de nexos y sinergias reales entre los actores económicos”. Las regiones buscan “las ventajas competitivas provenientes de la movilización de todos sus activos, incluyendo los institucionales y gubernamentales”, se especializan e impulsan una estructura de apoyo institucional, a la vez que la inversión extranjera directa “busca esos centros de expertos por medio de la consecución de inversión local como parte de una estrategia de localización global (Cooke y Morgan, 1998)”.

## CAPÍTULO V

---

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

FACTOR EMPRESARIAL Y FLUJOS MIGRATORIOS ARGENTINOS A ESPAÑA. UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA

Fabiola Baltar

ISBN:978-84-694-2173-4/DL:T. 1031-2011

## **CAPÍTULO V. EMPRENDEDORES E INNOVACIÓN**

### **5.1. Modelos económicos de creación de empresas**

A continuación se expone, a modo de balance, los modelos económicos más utilizados para definir el proceso de creación de empresas: a) el modelo emprendedor de Gartner; b) el vínculo entre el emprendedor y la teoría de la firma; c) el emprendedor y la búsqueda de oportunidades, y d) el modelo teórico del Programa Global Entrepreneurship Monitor (GEM). En estos modelos, que integran el conjunto de conocimientos acumulados sobre organización empresarial y emprendeduría, la figura del emprendedor, como sujeto agente, como *homo agens* (hombre que actúa), tiene en el proceso de mercado, una influencia básica en la actividad económica, hasta el punto de ser considerada esta figura como la fuerza motriz de la innovación. La comparación de estos modelos pone de manifiesto la fuerte sensibilidad, y cada vez más de la ortodoxia económica, hacia la actividad emprendedora; actividad a explicar si se quiere entender el funcionamiento del sistema económico en sí mismo.

a) Gartner (1989) distingue cuatro perspectivas para abordar la creación de empresas: 1) la visión individual de las características del emprendedor; 2) las características del emprendimiento creado por el mismo; 3) el contexto en el que se desempeña la nueva empresa, y 4) las acciones llevadas a cabo por los individuos para crear la nueva organización. Los factores más relevantes considerados son: a) el emprendedor; b) la innovación; c) la creación de la organización, d) la creación de valor; e) los beneficios de la actividad; f) el crecimiento; g) su carácter único, y h) el propietario administrador.

**Cuadro 8: Aspectos asociados a los factores que inciden en la creación de empresas**

Emprendedor	Innovación	Creación de la organización	Creación de valor
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Asume riesgo en la administración</li> <li>▪ Asume riesgo financiero</li> <li>▪ Capacidad de trabajar duro</li> <li>▪ Perseverancia</li> <li>▪ Tolerante de riesgo</li> <li>▪ Asume riesgo psicológico</li> <li>▪ Necesidad de logro</li> <li>▪ Deseo de mover rápido sin toda la información disponible</li> <li>▪ Necesidad de tener el control</li> <li>▪ Ser autónomo</li> <li>▪ Carrera de riesgo</li> <li>▪ Creatividad</li> <li>▪ Autodependencia</li> <li>▪ Visión</li> <li>▪ Crear su propio empleo</li> <li>▪ Autoabastecimiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Innovación en servicios</li> <li>▪ Llegar a la demanda de un modo novedoso.</li> <li>▪ Innovar en producto</li> <li>▪ Innovar en mercados</li> <li>▪ Innovar en tecnología</li> <li>▪ Refedinar una idea creativa y adaptarla a las oportunidades de mercado.</li> <li>▪ Innovador</li> <li>▪ Utilizar recursos en un modo novedoso.</li> <li>▪ Puede ocurrir en organizaciones establecidas</li> <li>▪ Comenzar una empresa innovadora dentro de una organización establecida.</li> <li>▪ Convencer a otros de sumarse a la idea.</li> <li>▪ <i>Entrepreneurship</i> corporativo.</li> <li>▪ Puede ocurrir en grandes firmas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dar recursos para hacer frente a una oportunidad percibida.</li> <li>▪ Integrar oportunidades y recursos para crear productos y servicios.</li> <li>▪ Agrupar recursos.</li> <li>▪ Añadir valor.</li> <li>▪ Movilizar recursos.</li> <li>▪ Crear riqueza incremental.</li> <li>▪ Desarrollar nuevas empresas.</li> <li>▪ Crear negocios que agreguen valor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Transformar un negocio para añadir valor.</li> <li>▪ Crear un nuevo negocio.</li> <li>▪ Administrar una estrategia de crecimiento para la organización.</li> <li>▪ Procesos para quebrar los procedimientos tradicionales.</li> <li>▪ Destruir el status quo.</li> <li>▪ Crear riqueza.</li> <li>▪ Requiere especial talento que poseen pocos.</li> </ul>
Los beneficios	El crecimiento	Su carácter único	La propiedad y administración
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Creación de un negocio no basado en beneficios.</li> <li>▪ Creación de una organización gobernada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Involucrarse en crecimiento rápido.</li> <li>▪ Tomar una postura orientada al crecimiento.</li> <li>▪ Crear beneficios.</li> <li>▪ Apalancamiento financiero en la compra.</li> <li>▪ Comportamiento egocéntrico.</li> <li>▪ La creación de un negocio con intención de crecer.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Un modo especial de pensar.</li> <li>▪ Una visión de logro para la empresa.</li> <li>▪ Crear una ventaja competitiva.</li> <li>▪ Identificar mercados.</li> <li>▪ Proveer de un concepto de producto o servicio.</li> <li>▪ Crear una combinación única.</li> <li>▪ Entender los requisitos para alcanzar los objetivos.</li> <li>▪ Identificar a otros para aliarse.</li> <li>▪ Habilidad para ver situaciones en términos de necesidades insatisfechas.</li> <li>▪ Entender como las regulaciones gubernamentales afectan el negocio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Creación de un negocio propio.</li> <li>▪ Creación de un estilo de vida de negocios.</li> <li>▪ Comprar una empresa existente.</li> <li>▪ Actividades asociadas a convertirse en el dueño administrador de un negocio.</li> </ul>

Fuente: Gartner (1989).

A estos factores, Gartner los agrupa en dos dimensiones de análisis. Por un lado, un grupo de aspectos que se relacionan con las características del emprendimiento (el emprendedor, la innovación, el crecimiento y su carácter único) y, por otro lado, los restantes factores que son el resultado de la creación de empresas (la creación de la organización, la creación de valor, los beneficios, y la estructura de propiedad y control). De la combinación de estos factores, Gartner

et al. (1989) desarrollan una tipología de nuevas empresas, describiendo las características generales que definen a cada grupo.

**Cuadro 9: Taxonomía de nuevas empresas**

Propósito de la empresa creada	Características
<b>Escapatoria a algo nuevo.</b>	Los individuos buscan escapar de sus trabajos previos, ya sea por los salarios o las oportunidades de ascenso. La empresa nueva se desarrolla en una industria diferente y es diferente el trabajo que realizan respecto a la experiencia anterior. Entran a mercados altamente competitivos y ofrecen productos similares al de sus competidores. Se financia con ahorros propios o del entorno cercano. La mayor parte del tiempo se utiliza en encontrar el lugar para crear el negocio y en las ventas.
<b>Agrupamiento de distintas áreas de negocio.</b>	Los emprendedores de este grupo ensamblan los diferentes aspectos del negocio (proveedores, comercialización, canales de distribución, etc.) en uno solo. Cada participante de la cadena de valor se asegura obtener ganancia. Los contactos y la experiencia del emprendedor son el factor crucial. Existe un grupo de empresas dentro de este perfil que coordinan las diferentes actividades en torno a una idea de negocios que quieren llevar a cabo.
<b>Desarrollo de habilidades y contactos.</b>	Antes de comenzar el negocio el emprendedor trabajó en un puesto utilizando sus habilidades y experiencia similares a los requeridos por esta nueva empresa. Utiliza los consumidores conocidos en su trabajo previo, no realizando grandes gastos de publicidad y comercialización. Provee de productos y servicios basados en su experiencia profesional y suelen ser servicios genéricos (consultoría). Basa su competencia en ofrecer mejores servicios que sus competidores.
<b>Compra de una empresa existente.</b>	Gran parte del tiempo se destina a la búsqueda del capital para adquirir la empresa. La empresa es vista como un giro de la situación respecto a los antiguos dueños. Para la adquisición se utiliza mucho tiempo para evaluar los productos y servicios que la firma produce. La firma compite adaptándose a los cambios en las necesidades de los consumidores.
<b>Experiencia en apalancamiento.</b>	El emprendedor es el mejor en su campo de conocimiento. La firma se inicia con el aporte de socios. Entra en un mercado establecido y compite mediante la flexibilidad para satisfacer las necesidades de los consumidores. Es consciente de los cambios en el entorno y destina gran parte del tiempo a las ventas. El entorno se caracteriza por ser complejo y altamente cambiante.
<b>Servicio agresivo.</b>	La firma adopta una política agresiva, usualmente son empresas consultoras en algún aspecto específico. El entorno requiere que el emprendedor tenga experiencia profesional y técnica. Conocer las personas adecuadas en estas industrias es muy importante para fortalecer las ventas o para ganar acceso a aquellos que tienen influencias.
<b>Persecución de una idea única.</b>	Se tiene una idea de producto o servicios que aún no ha sido ofrecido. No son productos técnicamente sofisticados o difíciles de fabricar. Como es la primera empresa en el mercado es mayor el nivel de incertidumbre respecto a la localización de los consumidores potenciales.
<b>Organización metódica.</b>	Se basan en la planificación para adquirir las habilidades y desempeñar las tareas que la nueva empresa requiere. El producto es similar al de las otras empresas, pero éstas tienen una forma diferente de fabricarlos, de comercializarlos a un grupo de consumidores diferenciados.

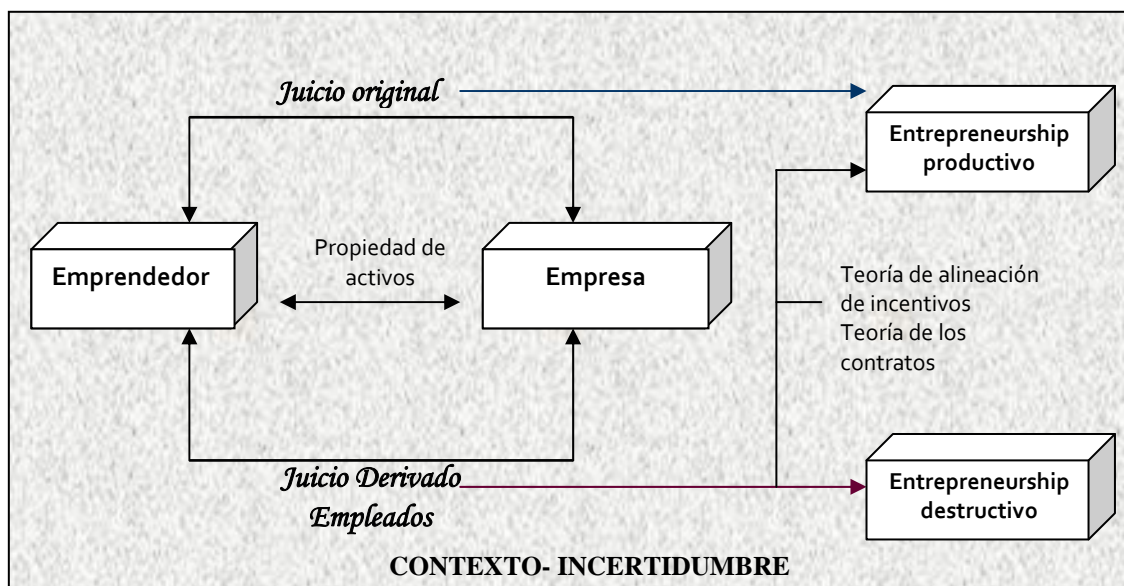
Fuente: Gartner et al. (1989).

Independientemente de la tipología desarrollada por estos autores, lo importante a destacar es la idea de que no existe un emprendedor o tipo de organización única, sino que las características de ambos pueden diferir, ya sea en el proceso de creación de la empresa como en su posterior desempeño. Por lo demás, en el modelo propuesto por Gartner (1989), cabe resaltar su análisis multidimensional, y la incorporación de la noción de proceso emprendedor, y que hace referencia al enlace de las perspectivas consideradas por la literatura en torno a la creación de

empresas: la individual, la organizacional, la del entorno y la de las acciones y comportamientos de estos agentes.

b) Foss y Klein (2005: 15) consideran la creación de empresas como un proceso de decisión que requiere *capacidad de juicio*, y que se adopta en un contexto de incertidumbre. El emprendedor, que es el agente que toma la decisión logra establecer un vínculo entre el campo del *entrepreneurship* y la teoría de la empresa neoclásica. Estos autores sostienen que “la administración de pequeñas empresas es sólo una manifestación de *entrepreneurship*. La creatividad, la innovación y la capacidad de alerta son indudablemente importantes, pero ninguna de estas actividades se desarrollan sin una empresa”, es decir, el ejercicio de juzgar situaciones requiere iniciar una empresa e implica la propiedad de activos. Esta capacidad de juicio hace referencia al hecho de que los emprendedores evalúan sus negocios cuando el rango de posibles resultados futuros es incierto. Por tanto, Foss et al. (2006: 4) describen su modelo desde la perspectiva de la toma de decisiones, tomando aspectos de las distintas teorías económicas desarrolladas anteriormente y llegando a la conclusión que “la teoría de la firma constituye una teoría de cómo el emprendedor organiza sus activos, incluyendo aquellos que deberá adquirir y los que posteriormente deberá desarrollar para llevar adelante el negocio incorporando su capacidad de juicio.” En la figura siguiente se esquematiza los principales elementos del modelo de Foss et al.

**Figura 4: El modelo de *entrepreneurship* basado en el juicio empresarial**



Fuente: Elaboración propia en base a Foss et al. (2006).

El modelo de Foss et al. integra, entonces, en un esquema conceptual elementos de la teoría de la empresa neoclásica como son la teoría de los derechos de propiedad, la teoría de los costes de transacción, y las teorías de la vertiente austríaca y schumpeteriana, enlazando la empresa y la figura empresarial. Este enlace es la capacidad de discernimiento que el empresario ejercita en función de materializar su idea de negocio. En este sentido, el argumento de los autores se basa en los conceptos de Knight, respecto a la capacidad de algunos individuos de crear nuevas oportunidades de negocios en contextos de incertidumbre. De esta forma, aproximan su análisis a la visión schumpeteriana en relación a la explotación de oportunidades inexistentes, diferenciándose de la idea de la capacidad de estar alerta, propuesta por Kirzner, que tiene en cuenta sólo la explotación de oportunidades ya existentes. A la generación y ejecución de una idea de negocio, Foss et al. denominan ejercicio del juicio original. Esto implica evaluar cómo combinar los insumos para obtener productos y cómo diseñar las actividades en orden a obtener una rentabilidad. Una vez realizada la evaluación inicial, el emprendedor delegará la implementación en los empleados.

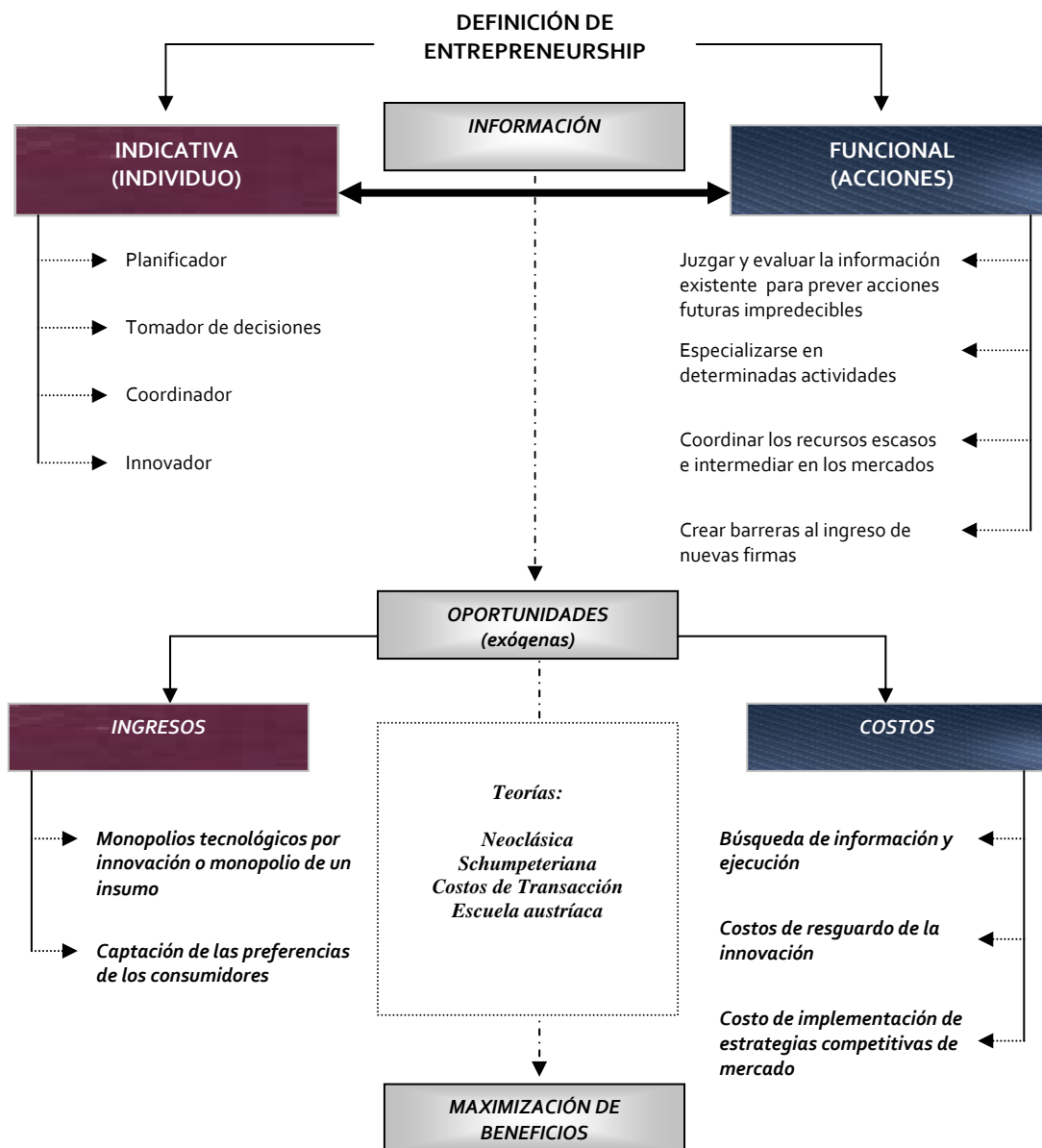
Por otra parte, Foss et al. (2006: 21) analizan cómo la delegación de la capacidad de juzgar una situación puede generar efectos positivos, al que denominan *entrepreneurship productivo*, o bien negativos, definido como *entrepreneurship destructivo*. Este es un aspecto en el que difieren de las perspectivas tradicionales en el campo de la Economía y de la Administración de Empresas respecto a los beneficios sociales que la creación de empresas produce. Si el emprendedor considera que puede obtener ventajas del conocimiento de sus empleados, delegará los derechos y las decisiones en éstos. Esto puede generar que se involucren en tareas productivas que incrementen el excedente conjunto, o bien, en actividades que lo reduzcan. Así, se considera que “una función importante de los contratos y del diseño organizacional es lograr un balance entre *entrepreneurship* productivo y destructivo, seleccionando y obligando al cumplimiento de obligaciones contractuales apropiadas. La estructura organizacional óptima será aquella que incentive a los empleados a utilizar su capacidad de juicio orientada a actividades que añadan valor a la firma y desaliente las tareas improductivas como la búsqueda de rentas, influencias gubernamentales o nuevas formas de azar moral que son ejemplos de situaciones que reducen el excedente conjunto.” Por lo demás, para orientar los recursos a tareas que añadan valor, en este modelo, es importante tener en cuenta el rol fundamental de la propiedad y los derechos legalmente reconocidos a través de contratos. De ahí se desprende la idea de que el concepto de emprendedor y capitalista están estrechamente ligados. No se concibe uno sin el otro. El capitalista no sólo aporta activos, sino que es un agente de decisión crítico, ya que si no ejerce directamente la toma de decisiones dentro de la empresa, de él



depende a quien delegue dichos derechos; delegación que oriente los esfuerzos a actividades productivas.

c) El trabajo de Casson (2003) es un referente en el campo de *entrepreneurship* al integrar aspectos de las teorías desarrolladas previamente, bajo el eje central de la economía neoclásica. Dentro del estudio económico de los factores que inciden en la creación de empresas, su análisis se focaliza en el estudio de los aspectos de la teoría neoclásica bajo dos dimensiones: lo que denomina la perspectiva indicativa y funcional.

**Figura 5: Entrepreneurship en la teoría económica**



Fuente: Elaboración propia en base a Casson (2003).

Bajo la dimensión indicativa, el análisis se centra en la figura del emprendedor y sus características. Al igual que los neoclásicos, Casson (1993) asemeja el rol del empresario a la visión marshalliana de coordinador, planificador de las actividades y asignador de los factores productivos. Sin embargo, destaca, adicionalmente, su capacidad de innovar, ya que reconoce la influencia de los cambios en el entorno. Por otra parte desde la dimensión funcional, su enfoque se asocia a las ideas propuestas por Gartner (1989) en cuanto a la importancia de considerar el proceso de creación de empresas como un conjunto de acciones llevadas a cabo por los individuos que proyectan las ideas de negocio. Desde este punto de vista, considera, al igual que en el modelo de Foss et al. (2006), la capacidad de evaluar y juzgar las oportunidades de mercado, su capacidad asignadora de recursos escasos, y su habilidad estratégica para establecer barreras a la competencia que le permitan explotar las rentas originadas por la innovación.

La vinculación entre las acciones y el perfil emprendedor es la disponibilidad de información. En este punto, su análisis deriva de las ideas preliminares de Kirzner y Knight; autores que establecen que la dispersión en la información es un elemento que distingue a los mercados y que aquellos individuos capaces de obtenerla son los que puede aprovechar las oportunidades en un contexto cambiante e incierto. Es, entonces, la información la vía de acceso a esas oportunidades que, en el análisis de Casson, son exógenas. Este concepto de oportunidad es definido por Casson y Wadenson (2007:286) como “un proyecto inexplorado y potencialmente rentable. Su descubrimiento implica un compromiso de recursos escasos siendo, en algunos casos, el tiempo empleado por el individuo en su búsqueda o bien activos físicos que deben ser invertidos para su ejecución. La existencia de oportunidades inexploradas no implica ineficiencia en el sistema económico. Si no que existe un coste de descubrimiento que es ignorado. Más oportunidades serían descubiertas si se destinaran mayores recursos para acceder a la información.”

Adicionalmente, existe la posibilidad de incurrir en dos tipos de errores. Por un lado, perder una oportunidad rentable de negocio o bien explotar una idea que se considere a priori rentable y luego no lo sea. Lo que determina que una idea de negocio se ejecute, para Casson (2003), está en el criterio maximizador neoclásico. De este modo, en la medida en que el coste asociado a la búsqueda de información, al resguardo de la misma, y la implementación de la estrategia de negocio, para frenar la competencia, supere a los ingresos que las innovaciones y las preferencias de los consumidores generan, las ideas no serán iniciadas. Entonces, la creación de empresas sigue el criterio maximizador, donde los costes tienen en cuenta los costes de transacción *ex ante*, la existencia de incertidumbre y la necesidad de establecer barreras al

ingreso de otras empresas, y los ingresos se asocian a estrategias de diferenciación que permiten captar las preferencias de los consumidores, y por las innovaciones tecnológicas, que dan origen a rentas extraordinarias.

Este modelo considera requisito indispensable el obtener información que permita detectar una oportunidad de negocio rentable; información que lleva al empresario a maximizar los beneficios. Al respecto, para Buenstorf (2007: 332) la estructura de oportunidades de una región no necesariamente debe ser analizada como un factor exógeno, donde sólo la capacidad de alerta de los individuos determina su explotación. Por el contrario, destaca que desde una visión evolutiva pueden crearse dichas oportunidades a través de las acciones humanas. Desde esta perspectiva, la dinámica y la apertura de los mercados continuamente generan nuevas posibilidades de negocio, y es que “al igual que el desarrollo de la empresa, la evolución de las industrias cambia la naturaleza de las oportunidades existentes y también crea nuevas.” De esta forma, existen dos vías para analizar el surgimiento de nuevas empresas. Una de carácter objetivo, tal como es presentado en el modelo de Casson, donde dada una estructura de oportunidades, la creación de una nueva empresa depende de la capacidad de alerta de los individuos para reconocerlas y explotarla. La otra visión es dinámica e idiosincrásica, tal y como define Buenstorf, y en donde la perspectiva evolutiva permite incorporar en el análisis de la naturaleza de las oportunidades, los cambios endógenos y las diferencias entre industrias y regiones. Así, cuando existen trayectorias diversas en los mercados, son éstos mismos los que marcan su desarrollo y su dinámica. Las empresas que intervienen en él, no sólo pueden explotar oportunidades existentes pero aún no explotadas, sino también crear, de acuerdo a su experiencia y aprendizaje, nuevas. Esta concepción asume la definición schumpeterina del concepto y permite explicar, por ejemplo, el surgimiento de empresas de *spin off*. Buenstorf (2007: 331), considera que el fenómeno de *spin off* tiene su explicación en que “si los empleados de una empresa detectan oportunidades prometedoras a través de su experiencia que son inconsistentes con la concepción del negocio al que pertenecen, decidirán abandonar dicha firma para establecer la propia.”

En la misma línea argumental, Shane y Venkatamaran (2000) argumentan que la creación de empresas está ligada a la visualización y explotación de una idea de negocio. Su esquema parte de considerar que el reconocimiento de una oportunidad es un proceso subjetivo, aún cuando su existencia es un fenómeno objetivo que no es percibido por todos los individuos ni en cualquier momento. Siguiendo a Drucker (1985), distinguen tres categorías de oportunidades. En primer lugar, las asociadas a la creación de nueva información, que consiste en la invención de nuevas

tecnologías. En segundo lugar, la explotación de ineficiencias del mercado, como resultado de la existencia de información asimétrica, y que ocurre en un tiempo y un espacio determinado. Y, por último, las asociadas a los cambios en los costes relativos y beneficios originados en el uso alternativo de recursos, siendo estos cambios de orden político, regulatorio o demográfico. La idea que subyace en este enfoque es que el sistema económico se encuentra permanentemente en desequilibrio.

Shane y Eckhardt (2003: 165) afirman que “las oportunidades emprendedoras no pueden ser explotadas teniendo como referencia de acción la optimización porque el *set* de alternativas derivadas de la introducción de un nuevo producto es desconocido, excluyendo la posibilidad de realizar cálculos mecánicos para valorar estas alternativas. Las decisiones empresariales involucran la identificación de medios y fines previamente no detectados por los participantes del mercado”. Ahora bien, la explicación en torno a la existencia de desequilibrio ya había sido formulada por Schumpeter (1964), pero lo que los autores aportan a esta noción de desequilibrio, y siguiendo las teorías austríacas e institucionales, es el rol de los precios en la aparición de oportunidades de negocio y que no hay lugar para nuevas empresas en un sistema en equilibrio dónde los precios reflejan fielmente las posibilidades del mercado, la tasa de ganancia y el número de empresas óptimo. Sin embargo, el equilibrio no está establecido si el sistema de precios en su función coordinadora no revela la suficiente información para llegar a ese estado estacionario. Shane y Eckhardt (2003: 166) consideran que “dado que los precios no revelan a los individuos cuál será la demanda futura, éstos proveen información limitada sobre los ingresos y costes marginales a obtener. Los precios, por lo tanto, fallan en cuanto a su capacidad para dar la información necesaria para tomar decisiones con relación al uso de los recursos”.

Esta asimetría de información da origen al descubrimiento y explotación de nuevas ideas de negocio. El proceso que liga al individuo con la captación de una oportunidad de negocio es analizado en tres etapas: 1) la fase de descubrimiento; 2) la explotación de la oportunidad, y 3) el modo de materializarla. La fase de descubrimiento se relaciona con la capacidad que tienen algunos individuos de visualizar nuevas ideas frente a otros que no la tienen. Es esta asimetría la que genera las oportunidades emprendedoras. Shane y Venkatamaran (2000: 221) consideran que “existen dos categorías de factores que influyen en la probabilidad de que un grupo particular de individuos descubran oportunidades. Primero, la información previa necesaria para identificarla y, segundo, las propiedades cognitivas necesarias para valorarlas.” En el primer caso, se refiere al stock de información que cada agente dispone en un momento dado, que no es

uniformemente distribuida en la población, debido a la especialización en el manejo de la misma de la sociedad. Y, la segunda, se centra en el valor que se otorga a dicha oportunidad; valoración que se entiende por la capacidad de prever su utilidad y su aceptación en el mercado. Esto se asocia a la idea schumpeteriana de innovación, que consiste en poder comercializar una invención y obtener rentabilidad económica.

Shane y Eckhardt (2003) exponen que las fuentes generadoras de oportunidades provienen de las asimetrías en la información existente entre los participantes en el mercado, de shocks externos, de nueva información, de cambios ocurridos tanto del lado de la demanda como de la oferta, de la comparación entre actividades productivas e improductivas o de la identificación de agentes que inician cambios que originan la aparición de nuevas formas de organización y productos. Ejemplos de estas fuentes son: los cambios tecnológicos, regulatorios o, en el caso de la demanda, modificaciones en las preferencias o hábitos de consumo. Por otra parte, siguiendo a Baumol (1993), Venkatamaran (1997) afirma que los factores políticos, legales y sociales influyen en la distribución entre oportunidades productivas e improductivas. Estas últimas, generan renta personal pero no beneficio social, siendo oportunidades que desalientan el desarrollo regional. Por último, un elemento importante a tener en cuenta es el agente identificador de las mismas. Shane y Eckhardt (2003) enumeran dentro de este grupo a las universidades, el gobierno, empresas existentes dentro de una industria, los proveedores y consumidores, y los emprendedores independientes.

La fase de explotación de la idea es un elemento esencial a tener en cuenta porque consiste en la decisión de llevar adelante el proyecto antes visualizado. La materialización de la idea está relacionada a la naturaleza de la misma y de la del individuo. Esta ejecución depende de la creencia que tenga el emprendedor respecto a que los ingresos que obtendrá de su implementación superen al coste de oportunidad de otras alternativas, el coste de la inversión en tiempo y dinero, y la compensación por afrontar el riesgo asociado. En el cuadro siguiente, se observan los factores que los autores destacan como facilitadores de la ejecución de las oportunidades. Estos factores se asocian a la probabilidad de llevar a cabo una idea de negocios, pero no son elementos que aseguren el éxito en su ejecución. Es decir, son aspectos que inciden en la creación pero no en el desempeño, dependiendo este último del modo de ejecución adoptado para desarrollar satisfactoriamente la idea de negocio. Estos modos de explotación se asocian, a su vez, con los arreglos institucionales que se elaboran para llevar a cabo el proyecto. Los modos son: 1) la creación de una nueva empresa (jerarquías), y 2) la venta de la idea a una empresa existente (mercado).

**Cuadro 10: Naturaleza de las oportunidades y los individuos y la creación de empresas**

La naturaleza de la oportunidad	La naturaleza del individuo
Demanda de mercado de gran tamaño Beneficios de la industria elevados Ciclo de vida tecnológico incipiente Densidad competitiva en el espacio baja Coste del capital bajo Nivel educativo de la población disponible	Mayor respaldo financiero Redes con proveedores de recursos fuertes Experiencia en empleos previos Transferencia de información de experiencias relacionadas con la oportunidad a explotar Mayor tolerancia al riesgo Visión positiva respecto al éxito para obtener ingresos. Optimismo Tolerancia a la ambigüedad y autocontrol

Fuente: Shane y Venkatamaran (2000).

Para Shane y Venkataraman (2000: 224) “las investigaciones en organización industrial muestran que la adopción de la estrategia de crear una organización nueva es menos probable cuando el mercado de capitales es imperfecto ya que dificulta el acceso a financiamiento de emprendedores independientes. En cambio es mayor cuando las empresas existentes no dan incentivos para incorporar dichas ideas en la organización o no existen en ellas ventajas por aprendizaje, por ser el primero en introducirla al mercado o no generan economías de escala y las barreras a la industria son bajas.” También el crear una nueva empresa es factible cuando la información no puede ser resguardada, cuando las oportunidades son más inciertas, o no se requieren de activos complementarios o estas oportunidades destruyen la competencia. Shane y Eckhardt (2003) identifican cuatro tipos diferentes de formas de explotación de una oportunidad de acuerdo a sí las mismas se descubren estando dentro o fuera de una organización existente, tal como se muestra el cuadro siguiente.

**Cuadro 11: Formas de descubrimiento y explotación de las oportunidades de mercado**

		Descubrimiento	
		Individuo independiente	Miembro de una corporación
Explotación	Individuo independiente	Creación de una firma independiente	Spinn-off
	Miembro de una corporación	Adquisición	Empresa corporativa

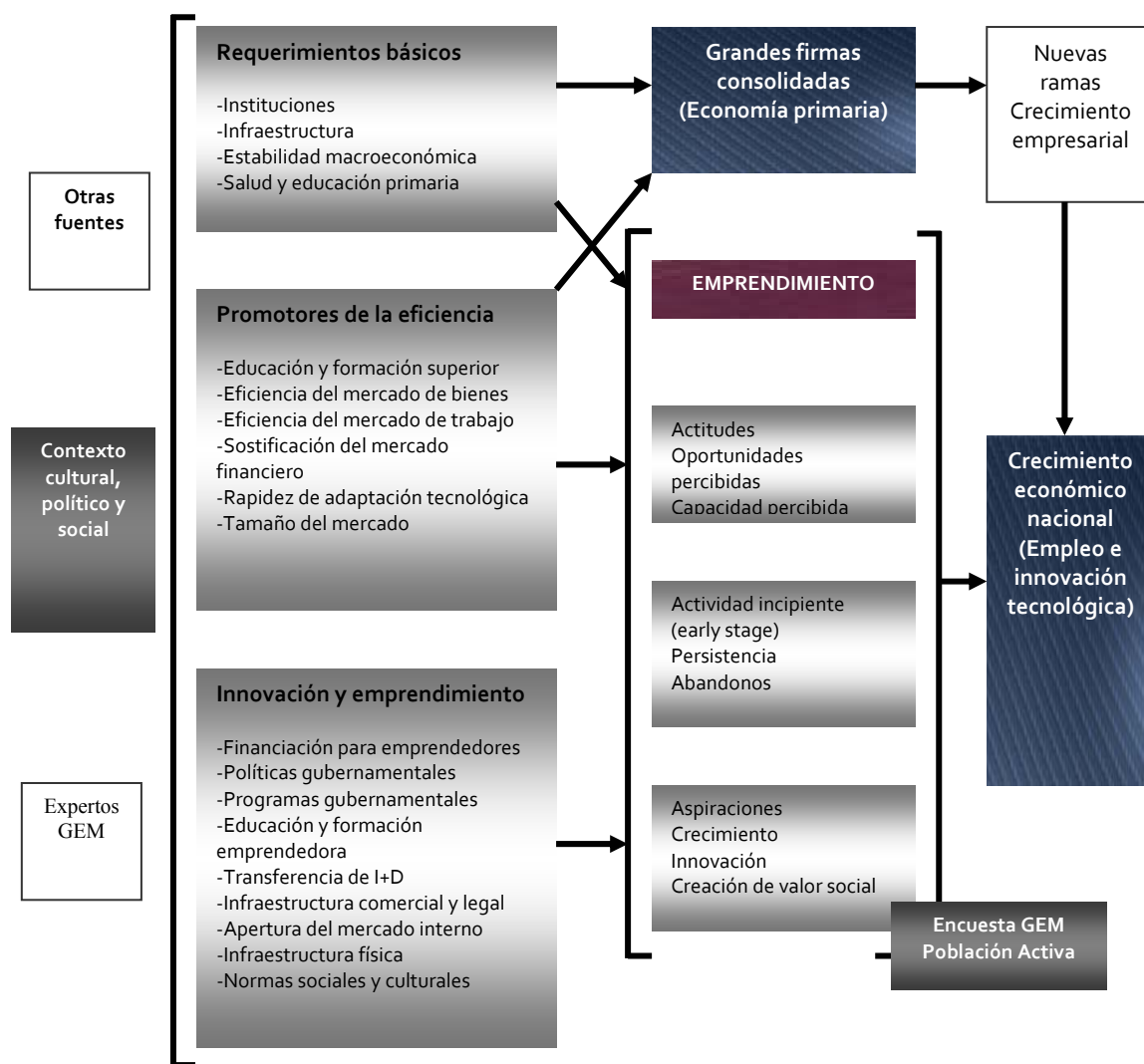
Fuente: Shane y Eckhardt (2003).

De la forma en que se relacionan la fase de descubrimiento y de explotación, surgen los distintos modos de implementación de las ideas de negocio. Los autores destacan que la creación de una empresa independiente se da en un contexto de descubrimiento y explotación individual. Pero un aspecto importante que destacan en su análisis, es el rol fundamental que juegan las empresas existentes en la capacidad de generar nuevas oportunidades, ya sea dentro de las mismas o como desprendimientos de la organización. Esto amplía la definición de *entrepreneurship*, en cuanto a su significado y alcance.

d) El proyecto GEM surge en 1997 por iniciativa de la London Business School y del Babson Collage, y a efectos de crear una red internacional de investigación en torno a la creación de empresas. Con la información obtenida de las investigaciones realizadas, ha sido posible analizar aspectos fundamentales como la relación entre el crecimiento y el nivel emprendedor, la existencia de oportunidades y su aprovechamiento, los sectores emergentes, las desigualdades, la incorporación de la mujer e inmigrantes a este tipo de actividad, la influencia de las medidas gubernamentales en la creación de empresas, y las similitudes y diferencias entre diversos grupos de países. Para ello, se ha elaborado un marco conceptual que permita explicar la relación existente entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico de las regiones y los países, integrando en dicho modelo seis dimensiones que agrupan diversas variables: 1) variables que permiten describir el contexto socioeconómico de un país; 2) las condiciones de los mercados financieros, del mercado laboral, el grado de apertura, tecnología, infraestructura, entre otros; 3) el entorno específico que influye en la creación de empresas; 4) la capacidad emprendedora en relación a la existencia de oportunidades de negocio y a la habilidad y motivación del emprendedor para aprovecharlas; 5) la dinámica empresarial, y 6) el crecimiento económico nacional.

El modelo (GEM, 2007) intenta, además, dar respuestas a cuatro interrogantes claves para entender dicha relación: 1) ¿en cuanto difieren los países y regiones en términos de actividad emprendedora?; 2) ¿cuáles son las consecuencias nacionales y regionales de las diferencias en actividad emprendedora?; 3) ¿qué explica las diferencias nacionales y regionales en cuestión de iniciativa emprendedora?, y 4) ¿qué pueden hacer los gobiernos nacionales y regionales, para influir positivamente en el nivel del espíritu empresarial de sus países y regiones? Para responder a dichos interrogantes y explicar las relaciones existentes entre las distintas dimensiones antes enumeradas, el informe GEM elabora el siguiente esquema conceptual que describe las interrelaciones entre las mismas.

**Figura 6: Modelo conceptual del Proyecto GEM**



Fuente: GEM (2009).

El modelo conceptual parte, entonces, de establecer una estrecha relación entre el contexto nacional y el desempeño de las economías. La hipótesis de partida es que las condiciones estructurales de los países, en lo que refiere al entorno social, político, demográfico y económico, inciden tanto en el desarrollo de un entorno empresarial favorable como en las potencialidades regionales para incentivar la creación de empresas. Dentro de las condiciones generales, se incorporan variables como la apertura de mercados, la acción gubernamental, el funcionamiento de los mercados financieros, la inversión en tecnología e infraestructura, la gestión empresarial, el desempeño del mercado laboral y de las instituciones. El buen desempeño de estas instituciones incide directamente en el entorno de negocios, ya que determinan las posibilidades de acceso al financiamiento, el fomento a las políticas de apoyo a



la creación de empresas, la inversión en educación e I+D y su transferencia al sector productivo, y las mejoras de acceso a los mercados.

Por consiguiente, para entender la dinámica empresarial y las diferencias entre las economías nacionales y regionales, el proyecto indaga en las condiciones específicas del entorno agrupando las variables en las siguientes dimensiones: 1) el apoyo financiero: disponibilidad de recursos financieros, capital y deuda, para empresas nuevas y en crecimiento incluyendo subvenciones y subsidios; 2) las políticas gubernamentales: se trata de determinar en qué medida las políticas del gobierno reflejadas en impuestos o regulaciones o la aplicación de éstas, contribuyen a apoyar a las empresas de nueva creación o en crecimiento; 3) los programas gubernamentales: se refiere a la presencia de programas directos para asistir a firmas nuevas y en crecimiento, en todos los niveles de gobierno (nacional, provincial, municipal); 4) la educación y formación: se refiere a la medida en que los sistemas educativos y de formación incorporan en sus programas las herramientas necesarias para formar a crear o a dirigir nuevas empresas; 5) la transferencia tecnológica e I+D: se trata de saber en qué medida la investigación y desarrollo del país conducen a nuevas oportunidades comerciales, y si éstas están o no al alcance de los emprendedores; 6) la infraestructura comercial y profesional: se refiere a la disponibilidad de servicios comerciales, contables y legales así como de instituciones que facilitan la creación o el desarrollo de negocios; 7) la apertura del mercado interno: se refiere a la medida en que los acuerdos comerciales no son suficientemente flexibles al cambio constante y reubicación estratégica, impidiendo a las firmas nuevas y en crecimiento competir y reemplazar a los proveedores existentes, subcontratistas y asesores; 8) el acceso a la infraestructura física: se refiere a la facilidad de acceso a los recursos físicos existentes- comunicación, servicios públicos, transporte, tierra- a un precio que no discrimine a las firmas nuevas, pequeñas, o en crecimiento, y 9) las normas sociales y culturales: se refiere a la medida en que las normas culturales y sociales existentes alientan, o desalientan acciones individuales que pueden llevar a una nueva manera de conducir los negocios o actividades económicas y, en consecuencia, mejorar la distribución del ingreso y la riqueza.

Estas condiciones específicas favorecen el desarrollo del sector emprendedor; espacio definido como una confluencia de individuos con características emprendedoras que se enfrentan a una estructura de oportunidades, propiciadas en contextos innovadores. De acuerdo al modelo GEM, “la capacidad e inclinación de un individuo a aprovechar estas oportunidades tiene dos aspectos: el primero se encuentra relacionado con el entrenamiento, la habilidad y los recursos necesarios para el inicio de una empresa nueva y el segundo con la motivación o interés en el proyecto de

empresa.” De acuerdo con el modelo, “la combinación de unas condiciones favorables del entorno, las oportunidades y los individuos motivados y con habilidades puede conllevar a la creación de un mayor número de empresas; con lo cual se generan nuevos empleos y se contribuye efectivamente al crecimiento económico en general” (Reig, 2008:5-6). Adicionalmente, este marco conceptual permite entender cómo los individuos toman las decisiones de dónde establecer sus empresas, ya que existen diferencias regionales en cuanto a las condiciones de contexto que prevalecen en cada una de ellas. Así, según Acs (2006:103), “estas condiciones involucran la capacidad de un país para incentivar la creación de empresas, combinadas con las habilidades y motivaciones individuales. Cuando son combinadas satisfactoriamente, deriva en la entrada de nuevas firmas que incrementa la competencia y la innovación en el mercado. El resultado final es una influencia positiva en el crecimiento económico nacional.”

## **5.2. La economía aplicada y la creación de empresas**

Los avances teóricos descritos en el estudio de la empresa, como agente activo dentro del proceso de conformación y desempeño de los sistemas económicos, han permitido también desarrollar en el campo de la economía aplicada una vasta literatura relacionada con la búsqueda de resultados empíricos que permitan ligar los conceptos teóricos en relación al papel que juegan en las economías los emprendedores, tanto desde el análisis micro y macroeconómico como de política económica (Audretsch, 1995; Audrestch et al. 2008; Acs y Armington, 2006). Conceptos como competencia, innovación, crecimiento económico, aglomeración, empleo, localización, son abordados teniendo en cuenta el rol fundamental que juegan las nuevas empresas en la determinación de la dinámica industrial. Aspectos que se visualizan en el siguiente esquema, que sintetiza cada una de las vertientes teóricas que han sido desarrolladas en esta parte de la tesis.

**Cuadro 12: El rol del emprendedor en diferentes campos de investigación**

<i>Campo teórico</i>	<i>Teoría específica</i>	<i>Competencia</i>	<i>Innova-ción</i>	<i>Creación de empresas</i>	<i>Importancia para el crecimiento</i>
<b>Perspectivas históricas</b>	Schumpeter/Baumol	++	+++	+	++
	Neoclásicos	++	+	0	+
	Austríacos	++	+	0	++
<b>T. del crecimiento endógeno</b>		+	+++	0	+
<b>Historia económica</b>		++	+++	+	+++
<b>Administración</b>		+	+++	++	++
<b>Economía Industrial</b>	Porter	+++	+++	++	+++
<b>Economía evolutiva</b>	Eliasson	+++	+++	+++	+++

Fuente: Wennekers y Thurik (1999).

(0) No está presente en los escritos; (+) Implícitamente incluido en los escritos, (++) Explícitamente incluido en los escritos (+++) Elemento central en los escritos

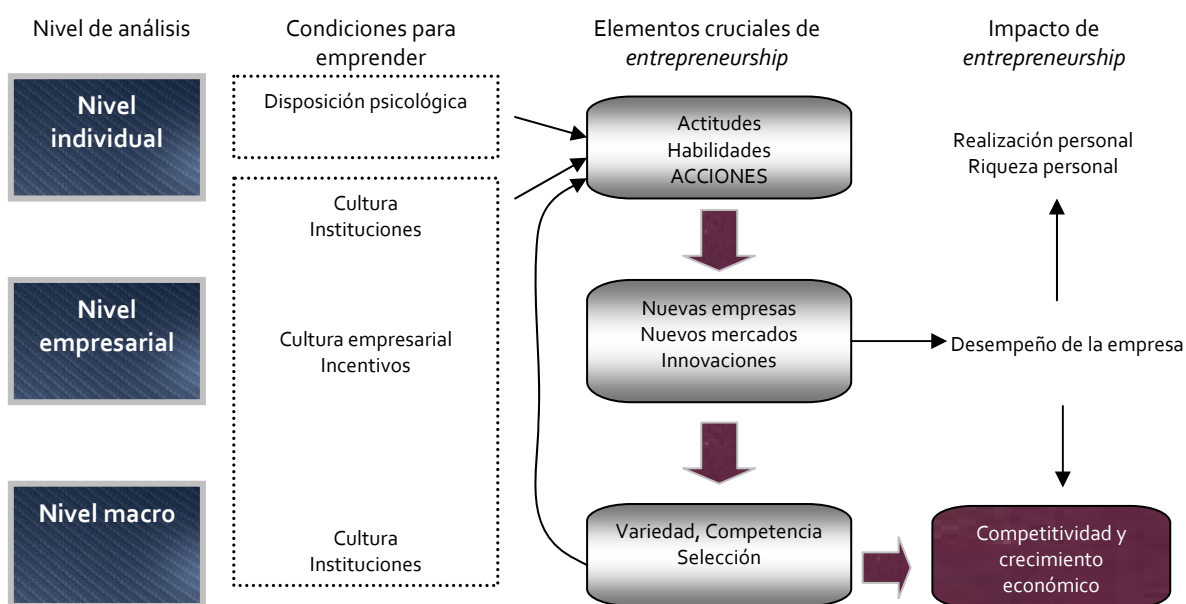
En la síntesis presentada por Wennekers y Thurik (1999) se observa una tendencia creciente a incorporar el fenómeno de la creación de empresas. Fundamentalmente, se observa un cambio importante desde la aportación schumpeteriana respecto al emprendedor innovador, como agente clave de cambio dentro de los sistemas económicos. La relevancia que adquiere la innovación a partir de sus desarrollos, queda claramente establecida en las teorías modernas de organización industrial y en el enfoque evolucionista, siendo el emprendedor un elemento clave para entender el funcionamiento de los mercados, los patrones de innovación y las consecuencias sobre el crecimiento económico de las regiones y territorios (Brunet y Cincunegui, 2010). De hecho, como argumenta Callejón (2009: 49), a inicios del siglo XX Schumpeter ya había elaborado “una teoría magistral del papel del emprendedor en la innovación productiva y el crecimiento económico en los años anteriores a la Primera Guerra Mundial. Treinta años más tarde Schumpeter volvió a captar la pauta innovadora de su tiempo y el protagonismo del esfuerzo innovador deliberado y sistemático de las grandes empresas. Su primer modelo del emprendedor como protagonista del proceso de *creación destructiva* es actualmente el punto de partida de la mejor investigación teórica existente en dinámica industrial.”

Así, según esta autora, Audretsch ha construido una versión actualizada del papel del emprendedor innovador schumpeteriano. Que ya no es un ‘visionario’ aislado con un talento especial, sino un agente dispuesto a explotar conocimientos que las empresas establecidas consideran alejados de su negocio central. De alguna forma Audretsch combina ambas teorías de Schumpeter (*Mark I* y *Mark II*) aunque se centra casi exclusivamente en el papel de las

nuevas empresas, de los emprendedores. Cabe reconocer que el talento de Audretsch, por su cuenta o con coautores, “para identificar, dar nombre, y conectar conceptos y modelos de innovación y crecimiento en medio de la acción de los emprendedores. Una idea clave de la teoría de la economía emprendedora de Audretsch es ‘el filtro al conocimiento’ (...). Se trata de una herramienta analítica que permite abordar la llamada ‘paradoja de la innovación’ referida a Europa. En realidad no existe ninguna paradoja cuando se comprende que el conocimiento científico o técnico no se convierte automáticamente en innovaciones comercializadas en los mercados. Hace falta que existan agentes específicos, ‘emprendedores’ en el enfoque de Audretsch, capaces de transformar el conocimiento en innovaciones” (Callejón, 2009: 50).

Por tanto, el estudio de la creación de empresas innovadoras y su impacto en el crecimiento económico es uno de las áreas más desarrolladas en la literatura de *entrepreneurship* desde la perspectiva de la economía aplicada, de la demografía empresarial o dinámica industrial. Sin embargo, esta literatura se ha centrado en el estudio de la temática a nivel empresarial y regional, siendo más limitada la que se centra en el análisis a nivel agregado. La figura siguiente, muestra un esquema de relaciones entre la creación de empresas y el crecimiento económico, propuesta por Wennekers y Thurik (1999), teniendo en cuenta los factores que inciden en la creación, de acuerdo a los diferentes niveles de agregación: individual, empresarial y macroeconómico.

**Figura 7: La relación entre *entrepreneurship* y crecimiento económico**



Fuente: Wennekers y Thurik (1999).

Estos autores incorporan los factores institucionales y culturales como condiciones que favorecen las acciones emprendedoras. La existencia de una cultura empresarial e instituciones que incentiven la creación de empresas, unido a una disposición psicológica de los individuos (motivación, necesidad de logro, tomador de riesgo, etc.) permite iniciar acciones cuyo resultado es la entrada de nuevas empresas en el mercado. Entradas que promueven las innovaciones y se traducen en un incremento de la competencia y de la variedad, siendo éste el mecanismo selectivo por el cuál sólo las empresas que incorporan cambios tecnológicos y se adaptan a las condiciones cambiantes del entorno puede continuar en el mercado (Arauzo, 2007; Callejón, 2003; Viladecans, 2001, 2004). Este aumento de la competencia genera mejoras en la productividad que incentiva el crecimiento económico.

Audrestch y Thurik (2001) destacan que, a nivel empresarial, los estudios focalizan en la medición del desempeño económico en términos de crecimiento y supervivencia de las empresas. Bajo esta perspectiva, se centran las explicaciones y aportes desde la dinámica industrial. Gerosky (1995) ha sintetizado las principales conclusiones que derivan de los distintos estudios empíricos que se han planteado en relación al nacimiento y supervivencia de empresas (Audrestsch, 1995; Caves, 1998; Sutton, 1997; Wagner, 1994; Mata et al. 1995; Gort y Klepper, 1982; Agarwal y Gort, 1996; Audrestsch, 1991). Estas conclusiones generales son:

- 1) Un número grande de empresas entran en distintos mercados y períodos, pero las tasas de entrada son superiores a las tasas de penetración en el mercado (la tasa de penetración es la participación de que dichas empresas tienen del mercado; operacionalmente es medida como las ventas de la empresa en el total de la industria en un período dado). La diferencia entre ambas es explicada por el tamaño menor de las empresas entrantes en relación al de las empresas establecidas, aunque existen estas diferencias al inicio, no persisten por mucho tiempo.
- 2) Las tasas de entrada y salida de empresas están altamente correlacionadas. Las industrias varían en cuanto a la cantidad de entradas y salidas de acuerdo a los beneficios extraordinarios que se presenten en cada caso. La entrada y salida de empresas es un proceso de cambio donde las nuevas desplazan un número importante de las establecidas, y esto no necesariamente genera cambios en el número de establecimientos existentes.

- 3) La tasa de supervivencia de las empresas entrantes es baja, y aún las que sobreviven emplean cerca de diez años para lograr alcanzar un tamaño de planta comparable a la de las establecidas. El mecanismo de desplazamiento afecta más a las empresas más jóvenes; esto se debe a que las barreras a la entrada no siempre son elevadas, pero sí lo son las de supervivencia. La experiencia es un factor importante para la supervivencia. No logran superar esta etapa aquellas que no la desarrollen con rapidez. Esto se refleja en el menor éxito que tienen las empresas entrantes respecto a las que surgen de la diversificación de una existente.
- 4) La mayoría de las empresas experimentan pérdidas en los primeros cuatro años de vida, aún cuando evidencien tasas de crecimiento, porque asumen gastos de marketing y de I+D.
- 5) La entrada de empresas reacciona lentamente a la presencia de beneficios extraordinarios. La diferencia en la tasa de beneficios esperados entre industrias suele ser estable a lo largo del tiempo, y no sigue el mismo comportamiento la tasa de entrada que es más inestable. Esto se explica en tanto que en realidad las empresas no ingresan por cambios en la rentabilidad esperada de los mercados.
- 6) Las barreras a la entrada suelen ser elevadas. Los costes de entrada aumentan por la intensidad publicitaria, de capital y las economías de escala, y son menores de acuerdo al tamaño de la industria y su crecimiento. La concentración de la industria no genera una relación clara en cuanto al efecto que provoca en la entrada. La explicación de la relación negativa entre la entrada y las economías de escala se da porque las empresas establecidas fijan precios más elevados que el coste medio promedio, y no operan a una escala mínima eficiente, dando incentivos a las empresas que entran en un mercado teniendo un menor tamaño que el eficiente.
- 7) Las entradas tienen menor impacto en las industrias donde el precio se aproxima al coste medio mínimo. Como los beneficios permanecen estables en el largo plazo, las empresas establecidas no se ven afectadas por la entrada de nuevas.
- 8) Altas tasas de ingreso habitualmente se relacionan con elevadas tasas de innovación y de incrementos de eficiencia. La entrada de empresas suele ser una forma de

introducir nuevas innovaciones en los mercados y muchas veces desplazan u obligan a las establecidas a reestructurarse.

- 9) La respuesta de las empresas establecidas a la entrada de nuevas es selectiva. La estrategia de fijación de precios de las establecidas es aprovechar las rentas monopólicas de corto plazo, aún cuando la posibilidad de entrada de nuevas no sea impedida. Las empresas establecidas ignoran a las nuevas porque no afecta a su nivel de producción y su obtención de beneficios de corto plazo. Los precios no son utilizados usualmente como estrategia para bloquear la entrada. En cambio, sí lo es la aplicación de estrategias de marketing.
  
- 10) Tanto el tamaño de las empresas como su edad están correlacionadas con la tasa de supervivencia y crecimiento. Las nuevas tienen costes de información del mercado y generalmente sub-invierten. De ahí que la posibilidad de sobrevivir está relacionada con su capacidad de aprender del entorno. Cuanto menor es el proceso de aprendizaje y más turbulento el entorno mayor es la probabilidad de fracaso.

Por consiguiente, la entrada de empresas a la industria es relativamente sencilla pero no así la supervivencia. Dado que gran parte de las nuevas mueren, las existentes no previenen su ingreso porque no afectan sus niveles de rentabilidad. Así, la innovación es un factor explicativo de la tasa de rotación de empresas, no sólo porque las nuevas permiten incorporar nuevos productos y procesos que puede desplazar a las más atrasadas, sino también porque obligan a las establecidas a innovar, permitiendo de esta forma la evolución de los mercados. En relación a los estudios realizados a nivel regional, diferentes autores han incorporado la dimensión geográfica para vincular la actividad emprendedora de una región y su consecuente desempeño económico, a fin de establecer los factores que explican las diferencias regionales en cuanto a su nivel de desarrollo (Reynolds et al. 1994; Reynolds et al. 1995; Audretsch y Fritsch, 2002). Las dimensiones consideradas a nivel regional se asocian al crecimiento de demanda, la aglomeración de empresas y la densidad del contexto urbano. Estos tres aspectos suponen un impacto positivo en la tasa de actividad emprendedora.

Así, Bosma y Schutjens (2009: 6) sostiene que “aquellas regiones que exhiben un desempeño económico sólido, generan expectativas de rendimiento de las actividades económicas más altos. Empresas exitosas localizadas en dichas regiones atraen nuevos emprendimientos elevando tanto la competencia como la complementariedad de actividades”. Por lo tanto, el

desarrollo regional depende del conocimiento local acumulado, los valores, las experiencias y los recursos que afecta la formación de nuevas empresas. Bajo este contexto, los emprendedores son quienes organizan las actividades de acuerdo a las habilidades de los trabajadores locales, y responden a los valores y patrones de producción y consumo que prevalecen en la región (Malecki, 1997). De esta forma, se destaca la existencia de regiones emprendedoras frente a otras que no lo son (Florida, 2009). En este sentido, Malecki (1997) considera que lo que define a una región emprendedora es su entorno, teniendo en cuenta la estructura industrial, la estructura de las organizaciones que la componen y el clima empresarial. Estas dimensiones actúan como barreras a la entrada de nuevas empresas cuando la estructura industrial es altamente concentrada, y la organización de las empresas es centralizada y con elevados niveles de integración vertical. Asimismo, la capacidad emprendedora de una región depende de las capacidades tecnológicas que definen el potencial innovador de la misma, y que está determinado por las características socioeconómicas- el nivel educativo, flujos migratorios, crecimiento de la renta y de la población, etc.-, y la infraestructura disponible en un momento y espacio dado- incluyendo la estructura impositiva, el gasto en políticas de desarrollos e incentivos a la producción, entre otros aspectos- (Armington y Acs, 2002; Reynolds et al. 1995).

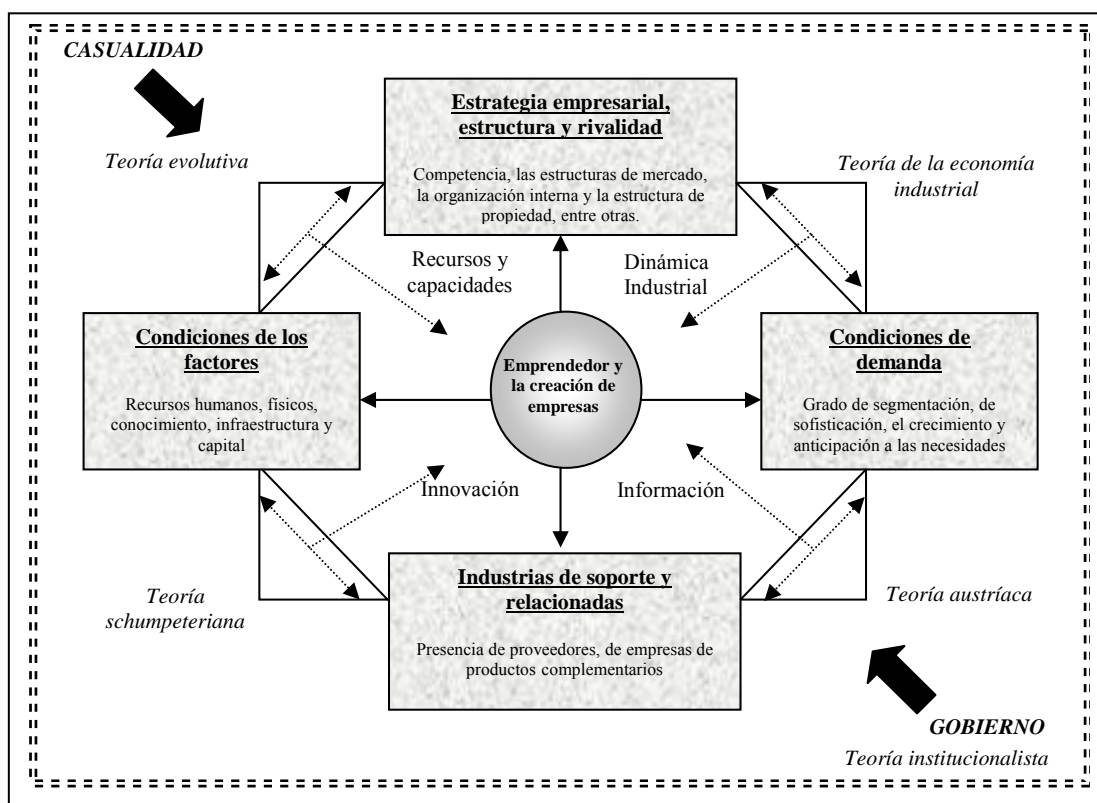
Para el caso de España, también se evidencia diferencias regionales en la tasa de actividad emprendedora. Según el informe GEM (2007), a escala regional, se observa que nueve de las diecinueve regiones españolas tienen tasas de creación de empresas inferiores a la media española (7,6%). Los menores porcentajes se presentan en Melilla, Castilla y León y Cantabria, en promedio con una tasa de emprendimientos del 6%. Las regiones con mayor nivel de creación de empresas y muy superior a la media del país son Canarias, Rioja y Baleares, con un 8,2% en promedio. Un hecho que destaca en los datos del 2007 es la pérdida de participación de regiones que anteriormente estaban ubicadas entre las más elevadas como son Madrid, Cataluña y la Comunidad Valenciana. Si bien siguen estando por encima de la media nacional, ha disminuido su tasa de actividad.

Tal y como hemos descrito, el enfoque adoptado usualmente para estudiar la relación entre *entrepreneurship* y crecimiento económico es a nivel empresarial, industrial o regional. Pero, en menor medida, se ha indagado también en las consecuencias que tiene a nivel país (Audretsch y Thurik, 2001). Los estudios que se han planteado a nivel país pueden agruparse en relación a tres áreas de estudio: 1) el diamante de competitividad de las naciones de Porter (1990); 2) la relación entre *entrepreneurship* y fases del desarrollo económico de los países, y 3) las



características de los emprendimientos- de necesidad u oportunidad- y su impacto en el crecimiento económico.

El modelo del diamante de Porter (1990) plantea las condiciones subyacentes en las economías nacionales que favorecen y explican las diferencias en las tasas de crecimiento entre los países. Su argumento se basa en analizar las condiciones del entorno y en la proximidad territorial que favorecen los procesos de innovación y que son generadoras de ventajas competitivas nacionales. Para ello, este autor establece interrelaciones entre: condiciones de demanda, de factores, el grado de rivalidad, el tipo de estructura y estrategias empresariales, las industrias afines y de soporte, y el gobierno. Estas interrelaciones estimulan la competencia, la productividad y el progreso técnico, que se traducen en una expansión de la frontera de posibilidades de producción agregada y en crecimiento económico. Al respecto, Eickelpasch et al. (2007: 3) consideran que “el modelo presentado posee un alto nivel de abstracción y no ha sido operacionalizado a nivel microeconómico a fin de capturar las fuentes que generan dicha ventaja competitiva.” De esta forma, puede interpretarse que el modelo de Porter plantea una situación estática que permite diagnosticar y evaluar el desempeño económico comparado de las economías, pero que carece de un análisis evolutivo; un análisis fundamentado en los principios microeconómicos, y que explique su conformación y dinámica. Y es, en esos fundamentos microeconómicos, importante destacar el rol del emprendedor y de la creación de empresas, como agentes de soporte de dichas ventajas. Así, Porter (1990: 125-126) menciona que “la innovación y la creación de empresas son el corazón de las ventajas nacionales y su desarrollo no es aleatorio”. Wennekers y Thurik (1999) sugieren aplicar el modelo para analizar la relación entre *entrepreneurship* y el crecimiento económico, indagando bajo qué situaciones la creación de empresas y la innovación tienen mayor probabilidad de ocurrencia. De ahí que, en la figura 10, se incorpora al diamante de Porter la influencia de la creación de empresas en las interrelaciones planteadas en el modelo.

**Figura 8: *Entrepreneurship* y las ventajas competitivas de las naciones.**

Fuente: Elaboración propia en base a Porter (1990).

El esquema propuesto propone analizar los aspectos microeconómicos que determinan el desempeño de las economías y que están implícitos en las interrelaciones planteadas a nivel global. Esquema que permite enlazar las teorías económicas que explican el fenómeno de creación de empresas con las consecuencias económicas que generan su desarrollo. De esta forma, es posible elaborar un marco integrado para el análisis del emprendedor que destaca su relevancia para el desarrollo económico. La relación entre las estrategias empresariales y las condiciones de competencia, con las condiciones de demanda, determinan el funcionamiento de los mercados. En este sentido, la economía industrial ha analizado la incidencia de las barreras de entrada a nuevas empresas en contextos estables de mercado. El estudio de las entradas y salidas de empresas, de la capacidad de supervivencia, son medidas en función de las economías de escala presentes en la industria y de su grado de concentración y utilización de tecnologías intensivas en capital. De modo que esta literatura establece qué entornos turbulentos incrementan la entrada de empresas; qué entornos desplazan las tecnologías de las empresas obsoletas establecidas incrementando los niveles de competencia. En la medida en que estas innovaciones sean valoradas por la demanda, menor será la mortandad de empresas y mayor el crecimiento y supervivencia de éstas. Los estudios empíricos demuestran, en este caso, que la

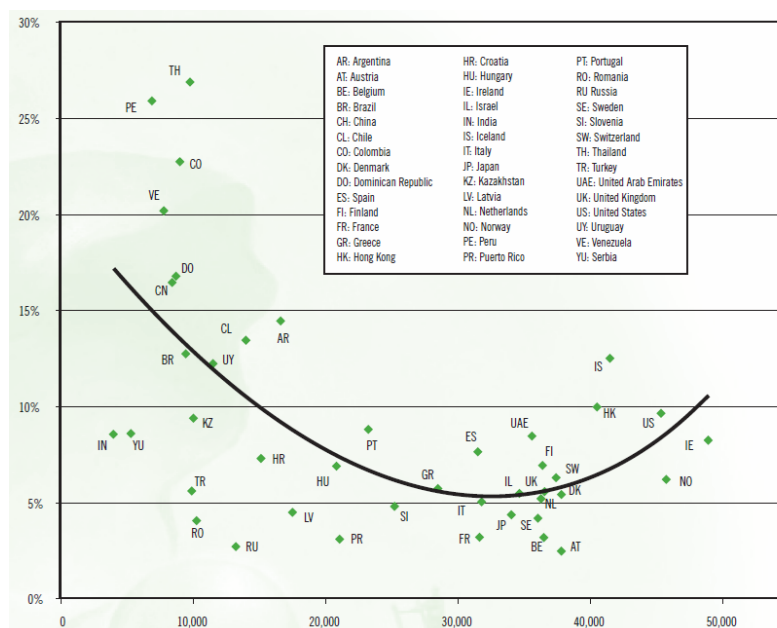
tasa de mortalidad de empresas durante los primeros años suele ser elevada, pero aquellas que sobreviven tienen tasas de crecimiento más elevadas que las establecidas (Gerosky, 1995; Audrestch, 1995; Wagner, 1994).

La interrelación entre la demanda y las industrias relacionadas son elementos importantes, desde la visión austríaca, para el descubrimiento de las oportunidades de negocios (Shane y Venkataraman, 2000; Casson, 2003; Druker, 1985). En este sentido, se puede considerar que ambas son fuentes de información valiosa para el emprendedor ya que le permite reconocer las necesidades de los consumidores y las condiciones y disponibilidad de recursos para alcanzarlos. En este caso, la función de arbitraje que cumple el emprendedor no sólo permite explotar una oportunidad de negocio sino también untar los mecanismos de información entre oferta y demanda que mejoran la asignación de recursos. Por lo demás, la relación entre las industrias de soporte y complementarias y las condiciones de los factores son elementos distintivos en el análisis de las aglomeraciones industriales y los *spillovers* como base de la capacidad innovadora de una región. En este sentido, adoptando la perspectiva schumpeteriana, una elevada disponibilidad de recursos humanos, de conocimientos tecnológicos y factores productivos, unidos a la accesibilidad de información y al aprovechamiento de las externalidades generadas en los complejos industriales, favorecen el surgimiento de nuevas ideas que son captadas por los emprendedores innovadores y que, bajo este entorno, es más accesible su materialización (Schumpeter, 1961; Withley, 2000; Noteboom, 2001; Foster y Metcalfe, 2001).

Además, asociar las condiciones de factores a las estrategias empresariales, desde la perspectiva evolucionista, permite ver al emprendedor como el agente capaz de establecer estrategias competitivas, y a través del aprendizaje y disponibilidad de recursos generar conocimientos que transformen dichos factores en activos específicos e idiosincrásicos, que favorecen al desarrollo de ventajas comparativas sostenibles a largo plazo. De esta forma, la supervivencia en entornos competitivos depende de la capacidad de aprendizaje de las empresas y de la creación de conocimiento tácito que diferencia la organización interna de las empresas. Las nuevas empresas no sólo dinamizan el entorno competitivo de la industria sino que inician un proceso de selección donde sólo aquellas que pueden adaptarse a los cambios en las condiciones del entorno pueden permanecer en los mercados. Asimismo, la experiencia y el aprendizaje acumulado mejora las condiciones de los factores disponibles en la economía, elevando su productividad y su capacidad de innovación (Nelson y Winter, 1982; Langlois y Robertson, 1993; Langlois y Foss, 1999; Teece, 2007; Brunet y Suñé, 2008). Por esto, si bien el modelo de

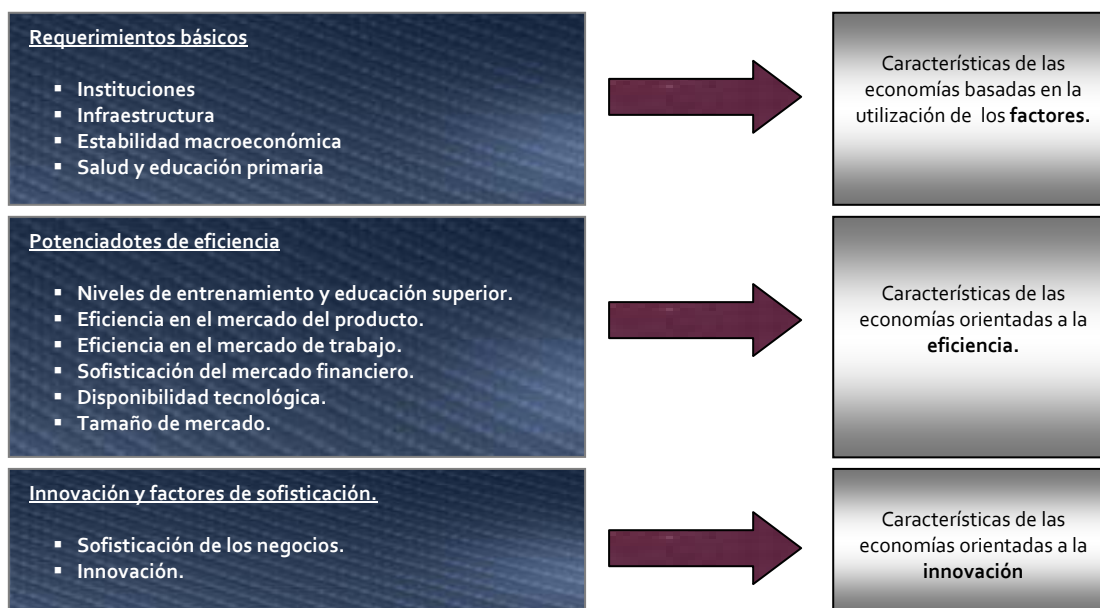
ventajas competitivas ha sido elaborado para comprender la competitividad internacional de los países y sus diferencias, este esquema de pensamiento puede ser ampliado para entender bajo qué condiciones se alcanzan esos niveles de competitividad, y qué papel juega el emprendedor y las nuevas empresas en la consecución de ventajas competitivas internas y externas. En base a ese objetivo, se amplió el nivel de análisis explicativo de la incidencia de la innovación y de la creación de nuevas empresas, claramente definidas por Porter (1990) como el eje estratégico para alcanzar la competitividad internacional. Como se refleja en la figura 11, el emprendedor ocupa una posición central como procesador de información, generador de innovaciones y conocimiento productivo, mejora de la eficiencia en el uso de los recursos y del grado de competencia de las industrias que impactan directamente en el desarrollo económico de los países.

La economía aplicada distingue tres etapas del desarrollo de las economías. En la primera, la economía se especializa en la producción de productos agrícolas y en manufacturas de pequeña escala. En la segunda, la economía se especializa en la producción de bienes industriales, y en la tercera, con el incremento en los niveles de renta, la economía se orienta al sector servicios (Acs, 2006). Estas fases del desarrollo inciden en el comportamiento de la actividad emprendedora, observándose una elevada tasa de creación de empresas en la primera etapa, un decrecimiento en la segunda y un nuevo incremento de la creación de empresas en economías donde la participación de los servicios es elevada. Muchos trabajos han medido y explicado el comportamiento en forma de U que la relación entre el crecimiento de la renta y la tasa de actividad emprendedora muestra (Acs, 2006; Acs et al. 1994; Wennekers y Thurik, 1999). Al respecto, Van Stel et al. (2005: 10) observaron la relación entre niveles de ingreso y tasa de creación de empresas en 36 países verificando la hipótesis de la forma U y, además, incluyeron en el modelo variables adicionales relacionadas con las condiciones económicas y no económicas de cada uno de los países. El resultado es que “la tasa comparativa de emprendeduría está gobernada por leyes relacionadas al grado de desarrollo económico. Valores culturales, la disponibilidad de modelos de rol empresariales, la estructura de incentivos del sistema económico y la política de innovación provee influencias estructurales adicionales en la creación de empresas. De ahí que la tasa comparativa de emprendeduría sea estable y dependiente del pasado.”

**Figura 9: La relación entre la tasa de actividad emprendedora y el nivel de renta**

Fuente: Informe GEM (2007).

Por consiguiente, se deduce que los factores institucionales son un aspecto importante a considerar al momento de analizar bajo qué circunstancias una sociedad adopta un régimen emprendedor y otras no. De la misma forma, Porter (1990) clasifica las economías y su grado de desarrollo teniendo en cuenta las características que definen su estructura. Así, una primera instancia de desarrollo se centra en la explotación de los factores, donde la economía se caracteriza por la producción de *commodities* y compiten en los mercados con bienes de bajo valor agregado. Una segunda fase es la orientada a mejorar la eficiencia. Aquí los países incrementan los niveles de eficiencia, mejorando la productividad laboral y explotando economías de escala, a fin de que pueda adaptarse a la fase de desarrollo tecnológico. Y, por último, las economías orientadas a la innovación cuya economía se basa en el conocimiento (Acs y Amorós, 2008). Según el Informe de Competitividad Global (WEF, 2008), las variables que inciden en cada etapa de desarrollo son las que se sintetizan en el siguiente esquema.

**Figura 10: Las características que determinan la etapa de desarrollo de los países**

Fuente: WEF (2008).

Siguiendo esta clasificación, Acs y Amorós (2008:11) concluyen que “los países más desarrollados están en la fase de desarrollo sostenido por la innovación, los países más grandes de Latinoamérica como Argentina, Brasil, Chile y México se ubican en la fase orientada a la eficiencia y países como Colombia, Ecuador y Venezuela en las etapas iniciales de desarrollo. Ningún país de Latinoamérica está transitando el camino para convertirse en economías basadas en la innovación.” Otro aspecto que caracteriza a América Latina, es la presencia de nuevas empresas por necesidad, contrariamente a lo que sucede en las economías desarrolladas donde el reconocimiento de oportunidades de negocio suele ser la motivación principal para la creación de nuevas empresas. Asociado a este enfoque, estudios recientes han analizado las características que diferencian la estructura de organización económica que predominan en los países (Thurik, 2008; Wennekers y Thurik, 1999; Audretsch; 2007; Audretsch y Thurik, 2004), destacando el modelo de economía gestionada y el modelo de economía emprendedora. El cuadro siguiente resume las principales características que definen cada uno de ellos.

**Cuadro 13: Las características de una economía administrada y una emprendedora**

Dimensiones	Indicadores	Economía Administrada	Economía Emprendedora
Fuerzas implícitas	Factores de la producción	Capital y trabajo	Conocimiento
	Ventaja competitiva	Economías de escala	La innovación
	Dinámica	Continuidad	Disrupción
	Creación de empleo	En base a bajos salarios	En base a productividad
Entorno externo	Entorno	Estable, especialización y homogeneidad	Turbulento, diversidad y heterogeneidad
	Proceso de innovación	Inversiones en laboratorios de I+D. Cerrado	Oportunidades originadas en spillovers de conocimiento. Abierto.
Función de las empresas	Trabajadores	Homogéneos y reemplazables	Heterogéneos y con capacidades diferenciales. Motivación
	Estrategia de organización	Comando y control	
	Competencia y cooperación	Firmas verticalmente integradas que compiten en el mercado de producto.	Desintegración y cooperación entre firmas independientes.
Gobierno	Objetivos	De naturaleza restrictiva (antitrust, regulaciones)	Estimular el desarrollo empresarial a través de políticas.
	A quien se dirige	A industrias específicas que interesan promover los organismos públicos	Promover acciones de creación de conocimiento.
Financiamiento	Alcance	Nivel nacional Estrecha relación entre bancos y empresas	Nivel regional y local Mercados informales de capital. Financiamiento de alto riesgo.

Fuente: Elaboración propia en base a Thurik (2008).

Thurik (2008) establece la diferencia entre dos modelos de organización de producción que definen el entorno empresarial, y sus características de acuerdo a cinco dimensiones de análisis: 1) las fuerzas implícitas; 2) el entorno; 3) la función de las empresas; 4) la participación gubernamental, y 5) las fuentes de financiamiento. De esta forma, según este autor, un sistema basado en la organización gestionada considera que el capital y el trabajo son la base de la producción. Su trayectoria tecnológica se fundamenta en el desarrollo de innovaciones incrementales, generalmente iniciadas en laboratorios de I+D por las firmas establecidas, reflejado dicha trayectoria en el crecimiento y como mejora continua. La estructura económica refleja, a su vez, una elevada concentración de empresas con altos niveles de integración vertical y baja cooperación entre empresas, siendo el objetivo estratégico competir en base a economías de escala, ajustando los niveles de empleo al coste laboral asociado. La fuerza de trabajo es homogénea y de fácil reemplazo. Adicionalmente, la intervención estatal suele imponer restricciones a la actividad empresarial, prevaleciendo la imposición de regulaciones y acciones tendientes a frenar el poder monopólico de las empresas establecidas. Estas acciones, suelen ser de alcance nacional y, habitualmente, selectivas en función de las industrias a las que el gobierno desea favorecer y en detrimento de los restantes sectores. Finalmente, el sistema de

financiamiento muestra una estrecha relación entre el sistema bancario y las empresas; sistema que requiere de actividades que propongan proyectos a financiar de bajo riesgo.

En cambio, una economía emprendedora considera que el factor de producción principal es el conocimiento. A través de éste, se promueven innovaciones radicales, que generan un quiebre con las rutinas existentes, siendo la innovación el aspecto clave que define la trayectoria tecnológica de las economías. Es por ello que el entorno es turbulento y diversificado, ya que la fuente principal de innovación son los *spillovers* de conocimiento que la estructura económica promueve. Estos *spillovers* modifican la estructura organizacional de las empresas, que tienden a ser pequeñas y desintegradas, favoreciéndose así la cooperación entre las mismas. El rol de las políticas gubernamentales es establecer condiciones favorables para la creación y derrame del conocimiento, siendo ésta la causa de la aparición de oportunidades de negocios. El alcance de dichas políticas suele ser regional y local, debido a que existe una estrecha relación entre el conocimiento y la proximidad geográfica. Dado que el contexto innovador es inestable, los proyectos son de riesgo, por lo cual las fuentes de financiamiento no suelen ser las tradicionales, sino que se utilizan capitales informales y fuentes alternativas al sistema financiero, como los inversores en capital de riesgo.

Wennekers y Thurik (1999) elaboran una tipología de emprendedores en función de la forma de organización económica y de acuerdo a su condición laboral, relación que se observa en el cuadro siguiente. En entornos emprendedores, siguiendo el argumento de Schumpeter (1964), estos autores consideran la existencia de *entrepreneurship* desde la perspectiva individual y la corporativa, incorporando las dos fases del argumento schumpeteriano. Por un lado, el empresario individual innovador y, por otro lado las corporaciones como incubadoras de proyectos innovadores a través de sus empleados. En cambio, bajo el régimen gestionado, el empresario asume su rol de administrador sin generar en los empleados capacidades emprendedoras al interior de las organizaciones.

**Cuadro 14: Tipos de emprendedores según la organización económica**

	Cuenta propia	Empleado
Régimen emprendedor	Emprendedores schumpeterianos	Intrapreneurs
Régimen administrado	Propietarios de negocios gestionadas	Gerentes ejecutivos

Fuente: Wennekers y Thurik (1999).



### **5.3. Emprendimientos por necesidad y por oportunidad y el crecimiento económico**

El argumento para establecer la relación positiva entre la tasa de actividad empresarial y el crecimiento económico, se asocia con que las nuevas empresas incrementan los puestos de trabajo, intensifican la competencia e incrementan la productividad y el cambio tecnológico. Sin embargo, Acs (2006:97) considera que “la creación de empresas por necesidad no afecta el desarrollo económico mientras que las creadas por oportunidad tienen un efecto positivo y significativo.” La creación de empresas por oportunidad representa la decisión voluntaria de iniciar un emprendimiento mediante la explotación de una idea de negocio. Un emprendimiento por necesidad refleja la percepción individual de que dichas acciones son la mejor opción de empleo disponible. (Acs, 2006; Brunet y Alarcón, 2005). Teniendo en cuenta este aspecto, Acs concluye que es interesante analizar el ratio de emprendimientos por oportunidad en términos de necesidad, como indicador del desarrollo de los países. Entre las variables de análisis de dicha relación, los autores consideran que países con elevados niveles de ingreso per cápita tienen una tasa mayor de emprendimientos por oportunidad. Otros aspectos a tener en cuenta son el grado de apertura comercial, el gasto en educación y el número de patentes otorgadas teniendo en cuenta a través de estas dimensiones la importancia del entorno innovador como generador de oportunidades de negocio.

En la misma línea de pensamiento, Van Stel et al. (2005), consideran que la innovación tecnológica es el factor determinante del crecimiento a largo plazo. Detrás de la tecnología, es importante observar la incidencia de la calidad institucional y del entorno macroeconómico a fin de preservar los derechos de propiedad y el cumplimiento de los contratos. Entre las variables que los autores plantean, se destacan la transparencia gubernamental, elevadas tasas de ahorro de la sociedad, la política fiscal y monetaria y la estabilidad financiera. La conclusión principal de los resultados hallados en la medición por grupo de países, refiere a que existe una relación negativa entre la tasa de emprendimientos y el desarrollo económico en países de bajos ingresos per cápita y elevada inestabilidad institucional. Adicionalmente, un aspecto que favorece la creación de empresas por oportunidad se relaciona estrechamente con las condiciones estructurales que determinan la capacidad de generar y crear conocimiento dentro de la sociedad. Esto no implica que sólo aquellos países orientados al desarrollo de sectores intensivos en conocimiento puedan desarrollar entornos innovadores, pues, aún en sectores tradicionales, es posible ampliar las oportunidades de negocios que fomenten la innovación. Lo relevante es lograr una base tecnológica adecuada, cimentada en la formación de recursos humanos, tanto en aptitudes técnicas como en el nivel educativo, que complementada con la

existencia de un entorno favorable orientado a los individuos a crear empresas por oportunidad. Numerosos estudios han destacado, en este sentido, el rol de las universidades como potenciales incubadoras de empresas de base tecnológica, y de la relevancia de enlazar en los programas educativos los conocimientos científicos con los requerimientos del sector productivo (Ussma y Postigo, 2000; Delmar y Davidsson, 2000; Vesper y Gartner, 1997; Kantis et al. 2002). En síntesis, la creación de empresas por oportunidad, en relación a aquellas que se crean por necesidad, incide directamente en el crecimiento económico de las economías. Diversos factores están vinculados a su aparición, incluyendo las características institucionales, las condiciones macroeconómicas y el desarrollo de recursos y capacidades que generen ventajas competitivas nacionales y un ámbito favorable para el desarrollo de emprendimientos de oportunidad.

A diferencia de la uniformidad en las conclusiones halladas en los trabajos respecto a la asociación entre desarrollo económico y *entrepreneurship*, en el caso de su relación con el nivel de desempleo, el comportamiento es ambiguo. Así, mientras que en algunos trabajos empíricos se han observado que el desempleo es un factor que incentiva la aparición de nuevas empresas (Reynolds et al. 1995; Reynolds et al. 1994; Geroski, 1989), otros han obtenido resultados opuestos, donde una mayor tasa de desempleo reduce el índice de actividad emprendedora (Audretsch y Fritsch, 1994; Audretsch, 1995). Las explicaciones asociadas a la existencia de una relación positiva entre desempleo y emprendedorismo se centran en dos aspectos. Por un lado, el paro es un factor disparador de actividades emprendedoras, debido a que en contextos de alto desempleo, los salarios tienden a disminuir y, en consecuencia, es bajo el coste de oportunidad de iniciar una empresa en relación a estar empleado en otra empresa. Por otro lado, cuando se reduce el nivel de empleo, las posibilidades de acceder al mercado de trabajo formal se restringen, especialmente para individuos con bajo nivel de cualificación. Ello conlleva a la creación de empresas por supervivencia que si bien aumentan la tasa emprendedora de una región, su efecto positivo es de corto plazo dado que son empresas con alta tasa de mortalidad como consecuencia de carencias gerenciales y de tamaño.

Contrariamente, los estudios que analizan la relación inversa entre desempleo y *entrepreneurship* centran sus explicaciones en las condiciones del entorno como factores determinantes de la creación de empresa, destacando que en situaciones de elevado desempleo, menor es la demanda de productos y servicios y el crecimiento económico, siendo menor el incentivo a iniciar una empresa (Audretsch, 1995). Esto lleva a preguntarse si son las nuevas empresas las que fomentan el crecimiento económico o son las condiciones económicas favorables las que guían la actividad emprendedora de una región. Una de las respuestas que

podemos dar a este interrogante puede hallarse al incorporar la cuestión temporal al análisis, así como el tipo de emprendimientos que se generan en contextos de desempleo. Ambos aspectos, definen la creación de empresas por la necesidad (guiadas en la supervivencia a corto plazo y de baja cualificación), y las creadas por oportunidad (guiadas por las expectativas del mercado y con capacidad de crecimiento y supervivencia). La hipótesis que se plantea es que, en el primer caso, existe una relación positiva entre el desempleo y los emprendimientos por necesidad, mientras que, en el segundo caso, que predomina en los países desarrollados, se da una relación inversa.

Así, Cowling y Bygrave (2002) analizan las condiciones que favorecen a que en determinados contextos, ante situaciones de desempleo, crezca la tasa de emprendimientos por necesidad. Según los autores, en países donde los subsidios al desempleo y las prestaciones sociales son elevados, menor es el incentivo a iniciar una empresa como alternativa para salir del desempleo. De la misma forma, en países donde el sistema provisional es de baja calidad o inexistente, los individuos intentarán ahorrar recursos para situaciones futuras, siendo una empresa un modo de generar ingresos presentes. Esta situación eleva la tasa de emprendimientos por necesidad. Otro aspecto demográfico clave que plantean en su explicación es la proporción de desempleados jóvenes existentes en una región. Esta situación de desempleo en edades tempranas, profundiza la carencia de capacidades y experiencia para asegurarse un puesto de trabajo. La creación de empresas guiados por empresarios con estas características se acrecienta, pero su impacto en el nivel de empleo y el crecimiento es marginal, dada su incapacidad para sobrevivir y crecer a largo plazo.

Finalmente, un aspecto que influyen tanto en la tasa de creación de empresas como en la calidad de los emprendimientos que se inician, se relaciona no sólo con las políticas sociales del Estado, como se ha explicado anteriormente, sino también con las políticas laborales aplicadas. Especialmente, las que se asocian a la capacitación de la fuerza laboral y a las regulaciones impuestas respecto a la contratación y flexibilidad en el empleo. De hecho, los costes laborales y la inflexibilidad en las condiciones de empleo son un desincentivo a la creación de empresas y, especialmente, a su crecimiento, afectando negativamente la generación de puestos de trabajo. En el caso de España, Thurik y Verheul (2002: 15) observaron que la creación de empresas contribuye relativamente poco a reducir los niveles de desempleo del país. Según estos autores, “comparado con el resto de países de la OCDE, España tiene un alto porcentaje de empresas pequeñas, dado que la existencia de numerosos procedimientos legales para iniciar una empresa y completar la registración favorecen al desarrollo de iniciativas unipersonales”.

Ello deriva en una menor capacidad de expansión de las empresas y, por lo tanto, una menor contribución al empleo. Los factores condicionantes de la expansión y crecimiento de las empresas en España son la disponibilidad de financiamiento, la política tributaria, la baja habilidad de gerenciamiento y la inflexibilidad del mercado de trabajo. Según Thurik y Verheul (2002: 16), “el alto nivel de desempleo en España, incluso en la población más joven, tiene un efecto negativo en el desarrollo de habilidades. La falta de capacidades gerenciales de los empresarios y gerentes españoles repercute en la expectativa de vida de las empresas, siendo menor su contribución al desarrollo del empleo.” Adicionalmente, en relación a los países de la OCDE, España invierte menos recursos en I+D tanto desde el sector público como privado. De esta forma, la economía española es menos emprendedora en sentido schumpeteriano y, consecuentemente, menor es su capacidad de generar empleos de alta cualificación e impacto.

Por otra parte, hay que destacar que las teorías que se agrupan en lo que se denomina la nueva geografía económica, basan su análisis en la explicación de los factores asociados a la localización de las actividades económicas y su impacto en el desarrollo regional. Si bien sus fundamentos se encuentran en las teorías propuestas por los neoclásicos que se basan en las ventajas comparativas de los países, sus modelos permiten explicar fenómenos como las agrupaciones territoriales de empresas y las decisiones individuales de localización, ampliando las proposiciones iniciales en relación a las ventajas de cercanía de la demanda, de la especialización y la reducción de costes de transporte. Recientemente, en el campo de *entrepreneurship*, también se han considerado las teorías que analizan la localización, sugiriendo que los países son más emprendedores cuanto mayor sea el nivel de aglomeración de su sistema económico, siendo el efecto aglomeración el factor determinante del cambio tecnológico (Acs, 2006). Así, Krugman (1991: 8) describe que “las aglomeraciones emergen de la interacción entre los rendimientos crecientes que a nivel individual obtienen cada una de las firmas dada la tecnología productiva, los costes de transporte y movilidad de los factores productivos. Al existir rendimientos crecientes es ventajoso que la producción de un determinado bien se concentre en unas pocas regiones. Así, las mejores regiones serán aquellas donde exista buen acceso a los mercados y a los proveedores.” Por lo demás, las aglomeraciones proveen de un mercado local amplio que atrae nuevas industrias a establecerse en la región para aprovechar las externalidades por proximidad, ampliando aun más el mercado local e influyendo directamente en el crecimiento regional.

El aspecto que más destaca de la relación entre la creación de empresas y las teorías que basan su análisis en las ventajas de la localización y de las aglomeraciones empresariales son los

modelos de *spillovers* de conocimiento, considerado el principal factor en la generación de rendimientos crecientes y, finalmente, de crecimiento económico. Numerosos autores han sostenido la hipótesis de que la proximidad geográfica es altamente necesaria para que se transmita conocimiento, especialmente tácito. De esta forma, las empresas buscarán localizarse en regiones donde la capacidad de generar y transmitir conocimiento sea elevada. (Acs et al. 1992 y 1994; Audretsch y Feldman, 1996). En este sentido, Audretsch y Thurik (2001: 15) afirman que “es necesario distinguir entre información y conocimiento. Mientras que la información es susceptible de ser codificada, el conocimiento es vago. Por ello mientras el coste marginal de transmitir información entre distintos espacios geográficos permanece invariante, frente a la revolución de las telecomunicaciones, mientras que el coste marginal de transmitir conocimiento se eleva cuanto mayor es la distancia entre el emisor y el receptor.” Por lo tanto, en industrias que invierten en conocimiento exhiben una mayor tasa de creación de empresas, efecto que se conoce como *entrepreneurship spillovers*.

Masson y Vendrell (2008) han identificado tres factores claves que explican este efecto derrame. Por un lado, la diversidad dentro de la industria, basados en la teoría de Jacobs (1969) donde se analiza desde la perspectiva intersectorial, la influencia de la competencia y diversidad en los derrames de conocimiento. Por otro lado, la competencia sectorial, basado en los modelos de localización de Marshall (1963), que consideran, desde la perspectiva intra-sectorial, el impacto de la especialización y la competencia. Por último, la incidencia de la innovación es considerada, desde la perspectiva schumpeteriana, como el mecanismo de destrucción creadora que genera nuevas oportunidades de negocio, y creación y difusión de nuevas técnicas. Para el caso de España, Masón (2006) verifica, utilizando la matriz de relaciones intersectoriales, que la diversidad y competencia son elementos claves para que se creen nuevas empresas originadas en los *spillovers* de conocimiento. Sin embargo, no observa el mismo comportamiento en el caso de la innovación.

Respecto al rol de las instituciones en el desarrollo de las capacidades emprendedoras, se destaca que es un elemento clave a considerar, tanto en las políticas de fomento a la creación de empresas como en el entendimiento de los factores que explican el comportamiento de la actividad emprendedora, a nivel regional y nacional. Esto es así, ya que en países donde las instituciones cumplen eficientemente con el resguardo de los derechos de propiedad, poseen un sistema judicial balanceado que asegura el cumplimiento de los contratos y el gobierno dispone de normas adecuadas en la aplicación de regulaciones, es de esperar que los individuos se involucren en mayor medida en la creación de empresas productivas. Estas actividades

productivas, siguiendo los conceptos enunciados por Baumol (1993), serán las capaces de crear riqueza, dado que en áreas sin instituciones fuertes, los mismos individuos capaces de iniciar actividades productivas, estarán más inclinados a manipular los procesos legales y políticos para capturar transferencias de renta existente y consecuentemente destruir riqueza. La reasignación de esfuerzo ocurre porque la estructura institucional determina los resguardos personales y financieros de invertir en actividades productivas, versus a invertir en actividades improductivas políticas y legales. Además, los estudios empíricos en relación a la calidad institucional y la creación de empresas centran su análisis en los efectos que tienen las regulaciones económicas en el fomento de la actividad empresarial. Al respecto, Deher y Grassebner (2007) consideran que cuanto mayor sea el número de procedimientos solicitados para iniciar una empresa y mayores los requerimientos de capital, menor es el número de empresas nacientes. Sin embargo, los autores consideran que en sistemas en donde las instituciones y las normas regulatorias son ineficientes, la presencia de corrupción puede ser un factor que aminore los efectos de estas deficiencias. Esta hipótesis también es sostenida por otros institucionalistas, que afirman que la corrupción disminuye la eficiencia agregada en países donde las instituciones son efectivas, pero incrementa la eficiencia cuando las instituciones son ineficaces.

El Banco Mundial, desde el año 2003, elabora un informe en relación a las condiciones de contexto y al clima de negocios que afecta a la creación de nuevas empresas. El propósito del mismo es identificar los factores que mejoran u obstaculizan la creación de negocios en cada uno de países que participan. Indicadores como la transparencia institucional, la percepción en torno a los niveles de corrupción, el impacto de las regulaciones en los procesos para iniciar una empresa, la confiabilidad en el sistema judicial, la estabilidad económica y el grado de libertad del sistema, entre otros, son valorados por empresarios y organismos, obteniendo resultados comparables entre los países integrantes. Por ejemplo, el informe de *Doing Business* (WED, 2009) muestra una clara diferencia entre los indicadores para los países de la OECD y Latinoamérica.

**Cuadro 15: Diferencias institucionales regionales en el contexto de negocios**

Indicadores	Latinoamérica	OECD
Índice de dificultad para contratación de trabajadores	34.7	25.7
Índice de dificultad para despedir trabajadores	25.6	26.3
Costes de despido de mano de obra	53.9	25.8
Número de procedimientos para registro de propiedad	6.8	4.7
Duración en días para el registro de propiedad	71.4	30.3
Índice de derechos legales	5.6	6.8
Número de días necesarios para exportar	19.7	10.7
Número de procedimientos necesarios para exportar	6.9	4.5
Tiempo en días necesarios para importar	22.3	11.4
Número de procedimientos para el cumplimiento de los contratos	39.7	30.8
Duración en días de los litigios comerciales	710.1	462.7
Años necesarios para la resolución de una quiebra empresarial	3.3	1.7

Fuente: Banco Mundial (2009).

Si bien al interior de cada una de las regiones existen diferencias entre los países que las componen, se puede observar una notable diferencia entre la eficiencia institucional de cada una de ellas. Los aspectos más destacados son las demoras en la resolución de los procesos judiciales para el cumplimiento de los contratos, y el resguardo de la propiedad (Latinoamérica, 710 días; OECD, 462 días). Aspectos clave para generar un clima de confianza que favorece el inicio de actividades emprendedoras. Asimismo, para el caso latinoamericano, se observa una excesiva regulación, reflejada en los plazos y procedimientos necesarios para registrar un derecho de propiedad-en promedio 6.8 procedimientos, y 71 días-. Mientras que en los países desarrollados, en promedio se demora 30 días y se resuelve con 4.7 procedimientos. El efecto inmediato es la elevación de los costes empresariales y barreras burocráticas que desincentivan la creación de empresas, o peor aún, elevan el grado de informalidad tanto de las empresas como del empleo. En el caso de España, los datos muestran que su posicionamiento respecto al resto de los países de la región, en relación a la eficiencia institucional, es favorable, ocupando el puesto 17 entre los 41 países miembros, y siendo su valor superior a la media regional. Según el informe *Doing business* (2008), España es notablemente fuerte en la libertad de negocios, de comercio, de inversión y financiamiento, en el resguardo de los derechos de propiedad y en los niveles de corrupción. El poder judicial es independiente del poder político, pero la resolución de los casos es extremadamente lenta. España es relativamente débil en la libertad fiscal, en el tamaño del gobierno y en las normas que regulan el empleo. El mercado de trabajo es altamente restrictivo tanto en lo que refiere a las horas semanales de trabajo como en los procedimientos de contratación y despido de mano de obra.

Todos los aspectos desarrollados anteriormente delimitan el perfil institucional de los países, pero sólo en lo que refiere al perfil regulatorio (normas, políticas y estructuras organizativas).

Al respecto, Hofstede (1980) considera que el perfil institucional abarca una serie de dimensiones culturales que trascienden las normas formales. Para ello desarrolla un modelo que busca establecer las diferencias culturales entre países en torno a cinco dimensiones: 1) la distancia al poder, que mide en qué medida los miembros menos poderosos de la sociedad aceptan que el poder se distribuya de manera desigual; 2) el individualismo, que mide el grado en el que los individuos se integran e involucran en grupos. En una sociedad, en consecuencia, prevalece el individualismo cuando sus miembros establecen relaciones dispersas con el resto. Contrariamente, desde la perspectiva del colectivo, los miembros de la sociedad desde su nacimiento se integran a grupos fuertemente enlazados que habitualmente extienden los lazos familiares y cuyo vínculo se sostiene mediante una continua lealtad entre sus integrantes; 3) la masculinidad: que se centran en la distribución de los roles entre géneros, especialmente los valores y roles establecidos respecto al papel de la mujer; 4) la aversión al riesgo: que se refiere a la tolerancia a la incertidumbre y la ambigüedad. Indica en qué medida una cultura y, por ende, sus miembros, tienen facilidades o dificultades para adaptarse a situaciones no estructuradas, es decir, nuevas, desconocidas y diferentes de lo habitual, y 5) la orientación hacia el corto o largo plazo: que tiene en cuenta los valores distintivos entre ambas proyecciones. Sociedades donde prevalecen valores como el ahorro y la perseverancia tienen una visión orientada al largo plazo, mientras que sociedades en donde prevalece el cumplimiento de las obligaciones sociales y el resguardo personal adoptan una visión de corto plazo.

La aplicación del modelo de Hofstede a la creación de empresas fue propuesto por Pinillos Costa et al. (2007: 6-13) analizando la influencia del perfil institucional en la actividad emprendedora de los países. Para ello, los autores consideran, además del perfil regulatorio, el perfil cognitivo y normativo. La dimensión cognitiva “se refiere al conocimiento que tienen los habitantes de un país relacionados con el establecimiento y funcionamiento de un nuevo negocio. En algunos países el conocimiento de cómo crear un negocio puede estar muy disperso. En otros países, las personas pueden carecer del conocimiento necesario para entender incluso los pasos más básicos necesarios para iniciar, crear y dirigir un pequeño negocio. La dimensión normativa mide el grado en que los residentes de un país admiran la actividad emprendedora y valoran el pensamiento creativo e innovador.” Teniendo en cuenta estas tres dimensiones institucionales, y a través del estudio empírico para 21 países durante el 2000-2006, se concluyen que existe una relación directa entre las características culturales y los mecanismos de regulación que aplican los países con la tasa de actividad emprendedora. Según estos autores, “a nivel operativo los resultados del trabajo muestran la importancia de la cultura



y de la política normativa asociada a la creación de empresas en la orientación emprendedora de un país. Y así como se advierte que es difícil modificar a corto plazo la cultura de los países, el marco regulatorio puede ser mejorado a través de una política adecuada en materia de creación de empresas que favorezca la actividad emprendedora”.

Si bien la problemática en relación al financiamiento de nuevas empresas ha sido ampliamente reconocida en la literatura, en los últimos años, esta cuestión ha incrementado su importancia debido a las características de las empresas nacientes y el grado de incertidumbre que envuelve su actividad, especialmente en aquellas de carácter innovador. De esta forma, en contextos que no han alcanzado un desarrollo aceptable de su mercado de capitales, se presentan barreras no sólo al ingreso de empresas nuevas, sino también dificulta la capacidad de supervivencia y crecimiento luego de iniciar sus actividades. Así, desde la economía aplicada, tres aspectos han sido considerados en la relación entre las fuentes de financiamiento de nuevos emprendimientos y la tasa de actividad emprendedora. Por un lado, desde la perspectiva contractual, el análisis de la eficiencia en la relación entre el inversionista y el emprendedor. Por otro lado, desde la visión maximizadora, cómo acceder a financiamiento al menor coste posible y, por último, desde la teoría de las capacidades dinámicas, como establecer una red de financiamiento que permita mejorar las competencias internas en mercados donde el sistema financiero no es desarrollado.

Desde la perspectiva contractual, tanto el emprendedor como el inversionista se enfrentan a la decisión de comprar o vender. En el caso del emprendedor, la opción se centra en la localización de los recursos financieros, evaluando la posibilidad de adquirirlo externamente o generar sus propios fondos de inversión. En la visión del inversionista, la decisión se orienta a considerar los flujos de beneficios futuros a obtener, y si se asignan esos fondos a terceros versus el rendimiento recibido por la explotación propia de dichos recursos. Siguiendo los supuestos de racionalidad limitada y oportunismo, es de esperar que existan costes de negociación entre el emprendedor y el inversionista. Costes que surgen del desconocimiento de cada una de las partes, y que puede minimizarse, si se establecen relaciones recurrentes entre los mismos. Este desconocimiento favorece la aparición de problemas de azar moral o selección adversa. Problemas que generan ineficiencias en los contratos y pérdidas de ganancias para una o ambas partes involucradas en la transacción. De esta forma, el emprendedor puede ocultar información que distorsione la evaluación del negocio que realiza el inversor o, contrariamente, el inversor puede ocultar sus propósitos al momento de financiar nuevos negocios, como la apropiación de las ideas para su propia explotación.

La existencia de costes de transacción y de asimetrías de información conlleva a un problema adicional que, desde la perspectiva maximizadora, se traduce en la elección de opciones de financiamiento óptimas que permitan solventar el inicio de una actividad empresarial al menor coste posible. La búsqueda de información en relación al emprendedor y a los escenarios futuros que pueden presentarse en torno a la rentabilidad empresarial generan elevados costes en tiempo y recursos que, en muchas ocasiones, impide la realización de la transacción. Este problema suele manifestarse como una barrera al financiamiento importante que padecen muchos emprendimientos de pequeña escala o cuyo mercado, por sus características innovadoras, es incierto. El financiamiento mediante instituciones formales como las entidades bancarias, suele ser, para estas empresas, una fuente de financiamiento inaccesible, ya sea por el elevado coste de tramitación y requisitos para garantizar el cumplimiento de los contratos o bien por el elevado nivel de incertidumbre de la actividad y el alto coste de obtención de información privada que hacen dudar acerca de su viabilidad.

Vanacker et al. (2008) opinan que las teorías que centran su argumento en la optimización adoptan una visión estática de las decisiones de financiamiento, dónde las decisiones previas adoptadas por el emprendedor carecen de importancia. Por ello, consideran que el proceso de financiamiento debe analizarse desde una perspectiva evolutiva, ya que la elección de la forma de financiar la actividad condiciona el desempeño futuro de las firmas y determina las diferencias en su trayectoria. Según estos autores, la búsqueda de financiamiento en la etapa de creación de una empresa es de alcance local, entendiendo por local al contexto más cercano al emprendedor. De esta forma, en la etapa inicial, es de vital importancia la red de contactos personal que dispone el emprendedor, basando la relación entre el inversor y el emprendedor en vínculos de confianza, de allí la importancia otorgada al capital social del individuo. Básicamente, los emprendedores, en sus comienzos, financian sus actividades con recursos propios o a través de la red de contactos informal (familiares, amigos, etc.). En esta fase, la relación entre inversores institucionales y el emprendedor no se relaciona con las inversiones a realizar para la creación de una nueva empresa, sino que se basa en establecer los medios necesarios para incrementar el conocimiento personal de cada una de las partes involucradas. Logrado esto y con la empresa en marcha, las empresas pueden acceder a inversores institucionales debido a las garantías que avalan su operatoria, especialmente mediante sus activos tangibles. Para el caso de España, Almagro et al. (2003: 133) sostienen que “no existe evidencia del efecto de las restricciones de liquidez sobre la probabilidad de ser autoempleado en España. Este resultado va en contra de las predicciones de los modelos teóricos e incluso de toda la política de promoción empresarial que se dedica casi en exclusiva a facilitar el acceso a

la financiación de iniciativas empresariales. Si estos resultados estuvieran en la dirección correcta, el empresario y el capitalista serían dos funciones diferentes. Sin embargo, la evidencia sí apunta a la necesidad de favorecer la accesibilidad al capital a las empresas innovadoras, que dependen de la disponibilidad de una financiación adecuada, ya que los riesgos asociados a la innovación conducen a la necesidad de financiar mediante capital-riesgo, al menos, las fases iniciales de la innovación.”

#### **5.4. Economía étnica**

Las migraciones de población han sido una constante a lo largo de la historia (Cachón, 2009; Blanco, 2006; Solé y Parella, 2001), pero tomaron nueva fuerza a partir del siglo XVI coincidiendo con dos procesos institucionales concretos: la paulatina constitución de una economía –mundo capitalista (Wallerstein, 1987, 1991; Sassen, 2001a, 2001b, 2002a, 2002b; Portes y Böröck, 1989; Portes, 1995, 1999; Colectivo IOÉ, 1999, 2001) y el surgimiento de una nueva arquitectura política de Estados- nación, mutuamente jerarquizados; nueva arquitectura que organizó las identidades en función de un estatuto de ciudadanía ligado al de nacionalidad, y creando, así, el concepto moderno de “extranjero” (Marshall, 1963). Así, existe, de hecho, en la comunidad internacional, un consenso universal y poco ambiguo en torno a la legitimidad de los Estados para decidir que extranjeros desean recibir. El derecho de entrada se encuentra, por tanto, supeditado, argumenta López Sala (2005: 17-18), al principio de autodeterminación colectiva de una comunidad nacional, y así se reconoce en el derecho internacional. Por tanto, pese a los procesos de globalización, la competencia de los Estados para controlar las entradas y el establecimiento de los inmigrantes foráneos constituye una de las últimas prerrogativas de su soberanía. Por lo demás, “las migraciones internacionales permiten expresar la tensión entre los intereses de los individuos y los intereses de las sociedades organizadas en Estados. Desde el punto de vista de los primeros, el mundo se presenta como un campo para la optimización de las oportunidades vitales mediante la opción entre diferentes alternativas- entre ellas, la de asentarse, o trabajar, o llegar a ser ciudadano de un país que no es el de origen. De otro lado, el sistema político internacional se presenta como un conjunto de Estados potencialmente rivales que intentan maximizar sus intereses colectivos actuando, entre otras esferas, sobre las entradas y las salidas de personas, sobre el acceso al mercado de trabajo y sobre el ingreso en la comunidad política.”

La internacionalización o globalización de la actividad económica, a partir de la década de 1980, ha creado, por otra parte, las condiciones para nuevos movimientos de población, que han alcanzado dimensiones hasta ahora desconocidas. De hecho, esto es así en tanto que la economía informacional es global. Una economía global es una realidad históricamente nueva, distinta de la economía mundial. Es una economía cuyos componentes nucleares tienen la capacidad institucional, organizativa y tecnológica de funcionar como una unidad en tiempo real, o en un tiempo establecido, a escala global (Castells, 2000). En el marco de la economía global, las nuevas formas organizativas, como las estructuras en red o las alianzas estratégicas, la importancia creciente del sector servicios, que emplea en la actualidad a la mayoría de los(as) trabajadores(as) y, sobre todo, la acción de las políticas de los gobiernos nacionales, han provocado cambios en las estructuras de las sociedades y uno de los más destacados es la movilidad laboral en todas las regiones del mundo y en la mayoría de los países (Massey, 1994; Brunet y Böcker, 2007; López Sala, 2005). Movilidad en tanto que si existe una economía global ha de existir un mercado laboral global y una fuerza de trabajo global. Esta movilidad se refleja en los flujos migratorios, y que constituyen, por un lado, un factor que perturba la forma en la que las sociedades receptoras se perciben a sí mismas y, por otro lado, un elemento clave de estratificación social (Rodrik, 2000), pues la movilidad geográfica, como sucedió ya a escala estatal en los procesos de industrialización del continente europeo, se convierte en uno de los requisitos para alcanzar la movilidad social e implica la gestación de una divisoria social como en el pasado constituyó el éxodo rural.

Se trata de la divisoria entre trabajadores móviles e inmóviles que ahora cobra escala global (Bauman, 2001; Guerra y Tezanos, 2008; Tezanos y Tezanos, 2003). Esta divisoria muestra un campo migratorio más abierto para los trabajadores más cualificados, pero que también crea nuevos riesgos de exclusión y vulnerabilidad al incrementar las competencias necesarias para acceder a los empleos más valorados. Existe, señala Castells (2000: 167), cada vez más un proceso de globalización del trabajo especializado. Es decir, no sólo el trabajo altamente cualificado, sino el trabajo cuya demanda es especialmente alta en todo el mundo y que, por tanto, no sigue las reglas habituales en lo que se refiere a normas de inmigración, salarios o condiciones de trabajo. De hecho, “cualquiera que tenga la capacidad de generar un valor añadido excepcional en cualquier mercado disfruta de la posibilidad de comprar en todo el globo (...) y también de ser comprado.” Por otro lado, para las apretadas masas del mundo, para quienes carecen de cualificaciones excepcionales, pero tienen el arrojo o la desesperación, “para mejorar sus condiciones de vida y luchar por el futuro de sus hijos, las cosas son ambivalentes (...) el número total de inmigrantes asciende sólo a una pequeña fracción de la fuerza de trabajo

global (...) parece que, junto con los flujos crecientes de inmigración, lo que realmente está ocurriendo- y desencadenando reacciones xenófobas- es la transformación de la constitución étnica de las sociedades occidentales”. A este nivel, se observa que hay reglas pautas distintas para la elite profesional (el trabajo especializado) y para que el resto (que carece de cualificaciones excepcionales). Para Castells (2000: 165), aunque “el capital es global, y las redes de producción del núcleo están cada vez más globalizadas, la inmensa mayoría del trabajo es local. Solo una fuerza de trabajo especializada de elite, de gran importancia estratégica, está verdaderamente globalizada.”

Esta segmentación laboral explica, a su vez, que el campo migratorio esté articulado por las relaciones entre el mercado y los Estados nacionales, y que las políticas estatales de inmigración sean políticas de control/supervisión estratégica del mercado de trabajo más que de estricto control de fronteras (Brunet y Böcker, 2007; López Sala, 2005; Cachón, 2001). Por ejemplo, ya en 1985, el Estado español creó el primer marco legal y público con la Ley Orgánica para caracterizar a la inmigración y la figura social del inmigrante se definió entonces a partir de la pertenencia a la Unión Europea y de su estatuto del inmigrante legal o ilegal (Coduras, 2007; Aja et al. 2000; Hormiga y Batista, 2007). Paralelamente, al cuadro jurídico, la aparición de este nuevo actor social provoca la emergencia en el imaginario de la sociedad española de un conjunto de representaciones sociales que permiten identificarle, atribuyéndole las características identitarias arbitrarias. Surge entonces lo que Santamaría (2002) ha denominado “el inmigrantes imaginado”. La categorización del inmigrante extracomunitario, que en realidad resulta ser un intento de definición de la alteridad, se construye, para Santamaría, a partir de la percepción desvalorizada que la sociedad de recepción tiene de los países de origen de la inmigración extracomunitaria. Éstos son a menudo percibidos como “subdesarrollados”, “miserables” y “atrasados”. A estas imágenes negativas se oponen la modernidad y el progreso que España reivindica hoy en día. Así, la dicotomía desigualitaria “Norte-Sur”, “país desarrollado-país tercermundista” genera, por parte de la sociedad española, una mirada miserabilista y paternalista sobre los inmigrantes extracomunitarios. Sin embargo, a esta mirada compasiva, se suma “una mirada más hostil que (re)presenta a la inmigración extracomunitaria como amenaza. Esta representación surge en gran parte de la gran abundancia en la prensa nacional de metáforas guerreras y cataclísmicas que caracterizan a la inmigración extracomunitaria. Además, se percibe a menudo esta inmigración como ‘problema’ por relacionarla con la delincuencia, la inseguridad, el desempleo, etc.” (García, 2006: 95-96).

A este argumento de imágenes fuertemente negativas que las políticas de inmigración refuerzan, hay que destacar que también estas políticas se formulan a partir de una visión instrumental del fenómeno migratorio. Según esta visión, los inmigrantes son necesarios económicamente como fuerza de trabajo. Una fuerza de trabajo por cuenta ajena, que cubre los huecos de mercados de trabajo secundarios abandonados por los autónomos o escasamente atractivos para éstos. Pero también en este colectivo emergen trabajadores por cuenta propia, dada la enorme fluidez y diversidad de formas de implicación de los inmigrantes en la economía y que depende tanto de la diversidad de los mercados de trabajo, cada uno con características propias y con escasa conexión entre ellos, como de las características sociodemográficas de los inmigrantes. Entre ellos se subrayan la diversificación de las procedencias nacionales (con el aumento de las nacionalidades extraeuropeas), la aparición de nuevas generaciones (segunda y tercera generación de inmigrantes), y la feminización de la población extranjera (Steans, 2000; Ribas y Manry, 2005; Ribas, 1999a, 1999b; Solé y Parella, 2003, Labajo, 2007; Solé et al. 2007; Oso y Garson, 2005; Moulrier- Boutang, 2006, 2002).

Para analizar la diversidad de formas de implicación de los inmigrantes en la economía debemos considerar que éstos son sujetos sociales portadores de rasgos estructurales que se ponen de manifiesto cuando los propios inmigrantes se enfrentan a la estructura productiva, al mercado de trabajo y a la actividad laboral, y es que ni los factores externos (de contexto social y económico) ni los factores individuales (de contexto personal) pueden entenderse al margen de las características socioestructurales en las que operan y desarrollan su vida los trabajadores (Muffels y Fourge, 2001; Portes, 1997). Por lo demás, esta diversidad de formas de implicación justifica que no se pueda hablar de “integración de los inmigrantes en el mercado laboral y en la sociedad en singular, como si fuera un proceso individual y similar para todos ellos: son procesos sociales colectivos y diferenciados. Creemos que se pueden distinguir por lo menos tres segmentos o ámbitos de vinculación de trabajadores con grupos de posiciones sociales y laborales, con campos de posibilidades diferentes y en los que es posible encontrar distintos tipos de procesos de asignación de trabajadores a los puestos de trabajo y de determinación de salarios y otras condiciones de trabajo y de caracterización de los trabajadores y de los empresarios que actúan en cada una de ellos” (Cachón, 1999: 237). Estos tres segmentos, con desigual poder de negociación (Villa, 1991), son: 1) los expertos y técnicos altamente cualificados provenientes de países comunitarios y otros desarrollados; 2) trabajadores con poca cualificación, y 3) trabajadores ilegales provenientes de países no comunitarios. Estos segmentos evidencian, entonces, la diversidad de formas de implicación de los inmigrantes en la economía; una de estas formas es a través del trabajo por cuenta propia.

La proclividad hacia el autoempleo por parte de los inmigrantes, provenientes de países no comunitarios, ha dado origen a diversas teorías en el campo de la investigación en creación de empresas de inmigrantes (Beltrán et al, 2006; Caputo y Dolinsky, 1998; Colectivo IOÉ, 2002, 2006; Light, 2006; Light y Bonacich, 1988; Light y Gold, 2000; Solé y Parella, 2005; Thomsen, 2005; Solé et al. 2007, 2009; Coduras, 2007, 2008; Portes y Sensenbrenner, 1993). Campo, según Rath y Kloosterman (2000: 6), “dominado por científicos sociales, como antropólogos, sociólogos y geógrafos económicos. Los economistas han estado notablemente ausentes, aunque hay muchos aspectos económicos interesantes a estudiar, especialmente por las numerosas innovaciones en varias actividades emprendedoras”. Bajo esta reflexión, se estima que estos científicos sociales reducen el fenómeno emprendedor inmigrante a una realidad etnocultural, sin considerar el contexto económico e institucional. Pero, desde una perspectiva económica, parece tan evidente, advierten Rath y Kloosterman (2001: 189), que se dan oportunidades económicas que el empresariado inmigrante se apodera, dado que establecerse en un negocio de oportunidad se ha vuelto más gratificante que cualquier uso alternativo de sus recursos. Desde este punto de vista, “se asume que la estructura de oportunidades es completamente transparente, así como económicamente racional y rentable. Además, los recursos pueden ser transferidos fácilmente de una actividad económica a otra y ningún obstáculo como tiendas cerradas o cárteles, normas y reglamentos, marcas o medios de comercialización dificulta la entrada de nuevos empresarios. Esta situación reconfortante abarca todos los agentes económicos, nativos e inmigrantes. Sin embargo, en el mundo en que vivimos, no siempre se cumplen dichos esquemas” (Kloosterman y Rath, 2001: 189), y es que las decisiones en el mundo real se toman contemplando la existencia de barreras y, en el caso de los empresarios inmigrantes, es necesario considerar particularidades propias del grupo de referencia. Básicamente, nos referimos a: 1) factores instituciones (normas culturales, políticas regulatorias estatales, funcionamiento de los mercados de bienes y trabajo); 2) acceso a recursos empresariales (propiedad de los medios de producción, financiamiento, habilidades empresariales, etc.); 3) capacidad innovadora, que implica no sólo reconocer la estructura de oportunidades del contexto receptor, sino perspicacia para crear oportunidades inexistentes, y 4) las soluciones de no mercado (asimilación cultural, las transacciones realizadas dentro de las redes coétnicas, las vinculaciones transnacionales, etc.).

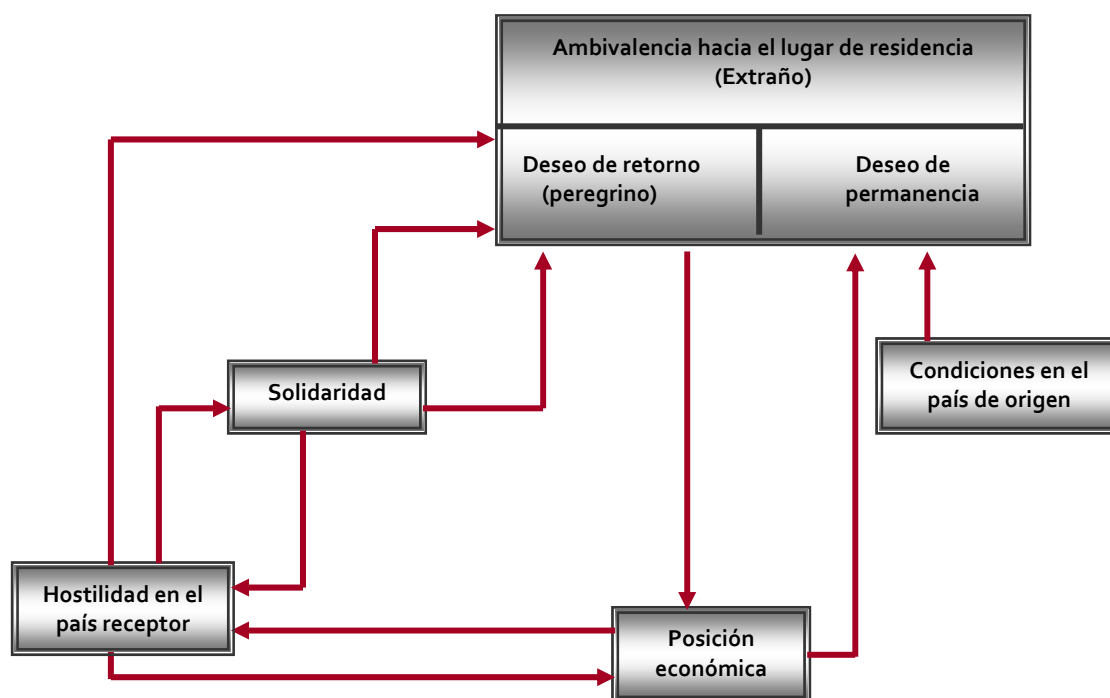
En la explicación de estos elementos se centra este subepígrafe. El objetivo es no sólo entender la posición socioeconómica de los emprendedores inmigrantes dentro de su propia red social, sino también su inserción en el entorno social, político e institucional del país donde se

establecen. Para ello, en primer lugar, se describen los principales enfoques teóricos que analizan el fenómeno emprendedor en el colectivo inmigrante. En segundo lugar, se discute el concepto de “empresario étnico” y “enclave étnico”, destacando los principales atributos que definen a cada uno de ellos. En tercer lugar, se presentan los nuevos enfoques en relación a emprendedores transnacionales, sus características y diferencias con otras tipologías de empresas de origen étnico. Y, por último, se efectúa el estado de la cuestión en España.

### 5.5. Perspectivas teóricas

La perspectiva culturalista considera que la opción de autoemplearse responde a la trayectoria comercial del grupo inmigrante que facilita la realización de empresas en un nuevo contexto, y el éxito o fracaso de estas empresas dependen del bagaje cultural de cada grupo singular (Arjona, 2006; Raijman y Tienda, 2000; Arjona y Checa, 2005; Min, 1996; Yeung, 1999; Kim, 1999; Lee, 2002). Dentro de esta idea, se destacan la teoría de la desventaja propuesta por Bonacich (1972) y la de la existencia de minorías intermediarias (*middleman minorities*) de Light y Bonacich (1988), y que queda representada en la siguiente figura.

Figura 11: Desarrollo y perpetuación de la posición de las minorías intermedias



Fuente: Bonacich (1972).



En el esquema elaborado por Bonacich, la autora relaciona el grado de hostilidad de la sociedad receptora, la posición económica que alcanzan los emprendedores inmigrantes, el tipo de vinculación coétnica, y las expectativas de permanencia o de retorno con el origen de las oportunidades empresariales dentro del colectivo inmigrante. Respecto a la posición económica, Bonacich considera que existen diferencias entre aquellos inmigrantes que desean volver a su país (“peregrinos”) de origen y los que se radican (“establecidos”). Dentro de los primeros, se destaca su capacidad de ahorro y las largas jornadas de trabajo con el objetivo de que a largo plazo puedan retornar. Este aspecto los distingue de los nativos, que se vuelcan más al consumo. Además, suelen elegir empleos en ocupaciones que no requieran permanecer en un lugar por períodos prolongados de tiempo. La principal consecuencia no económica de la “peregrinación” es la solidaridad en el grupo de pertenencia. Según Bonacich, como estos individuos planean volver, no establecen vínculos firmes con nativos, mientras que sí fortalecen las redes con otros inmigrantes, porque son relaciones potables a futuro. En cambio, entre el colectivo inmigrante que desea permanecer es de esperar que estos lazos étnicos sean menores con el paso del tiempo y tiendan a relacionarse con sus individuos fuera del enclave étnico. Por lo demás, según esta autora, los atributos que definen a la minoría intermediaria son: la resistencia a contraer matrimonio con un individuo que no pertenece al grupo étnico, auto-segregación residencial, establecimiento de escuelas culturales y de idiomas para sus hijos, y una tendencia para evitar involucrarse en la vida política de la sociedad de acogida, salvo en el caso de defender los intereses de su grupo de pertenencia. Asimismo, la solidaridad étnica influye en la posición económica de los emprendedores en cuanto a que son una fuente de recursos financieros, de información, adiestramiento y empleo. De esta forma, los negocios suelen ser fuerza de trabajo intensiva y puede recortar gastos laborales en pos de aumentar los niveles de ahorro, aprovechando su figura paternalista dentro de la empresa. Por lo tanto, la solidaridad del colectivo, fuerza de trabajo étnica y la presencia de una sociedad receptora y un mercado de trabajo fragmentado y hostil, explican la creación de empresas de origen étnico.

Sin embargo, si bien la situación transitoria de los emprendedores influye en la aparición de minorías intermediarias, no todos los inmigrantes “peregrinos” se vuelcan al autoempleo. Ante esto, Bonacich sostiene que, en general, esta minoría proviene de la clase social más desfavorecida en su país de origen y que buscan de esta forma mejorar sus condiciones de vida fuera. Estas condiciones culturales pueden entrar en conflicto con los nativos cuando los objetivos de cada grupo sean incompatibles. Los principales conflictos que la autora destaca son la clientela, los competidores y las condiciones laborales. Generalmente se les atribuye a estos grupos la competencia desleal a bajos precios, originados en la reducción de costes por

abaratamiento de la fuerza de trabajo y la explotación familiar. Por último, se considera la situación a la que estos individuos se enfrentan luego de establecer su empresa. Según Bonacich, a lo largo del tiempo, estos emprendedores ahorran recursos para retornar a sus países de origen; sin embargo, no siempre lo hacen, como es su deseo. Esto se debe a que en muchas situaciones las condiciones políticas del lugar natal no lo permiten y bien porque el éxito de su emprendimiento genera barreras de salida. Ante esta situación, Bonacich (1972: 593) define a los emprendedores étnicos como extraños, en el sentido de que “ellos se mantienen apartados de la sociedad donde moran, se involucran en ocupaciones liquidables, son ahorrativos y organizados. Ellos entran en conflicto con la sociedad que los recibe aún cuando están atados a esta debido a su éxito económico”.

Esta teoría ha sido centro de numerosas críticas, fundamentalmente porque atribuye exclusivamente a los factores culturales el surgimiento de empresas de inmigrantes. Además, como manifiesta Volery (2007), esta teoría muestra al proceso emprendedor como la solución para salir del desempleo y no tiene en cuenta que la creación de empresas de inmigrantes puede ser el proceso que simbolice el ascenso social, esto es, la movilidad social ascendente. La crítica más radical es la que expone Waldinger (1993: 695), que expresa que, “su historia, la que se supone es la historia real de una empresa étnica, es como un himno a la clase capitalista en todo su mal ingenio. Un esquema inteligente es patrocinar las empresas de inmigrantes y mostrar cuán útiles son. Usted, compra la lealtad de los inmigrantes, reduce el coste de la mano de obra, y obtiene un nuevo chivo expiatorio, todo por el mismo precio”. Según Waldinger, los negocios étnicos surgen como consecuencia de la formación de comunidades étnicas, con sus mercados protegidos y sus redes de soporte mutuos. Así, según este autor, la creación de empresas de inmigrantes viene junto al proyecto migratorio, de ahí que afirma que “no sé por qué Bonacich rechaza esta conclusión, pero sospecho que su molestia se conecta a sus implicaciones políticas. Si nos gusta la inmigración, hemos de aceptar los negocios de inmigrantes, tanto en su rostro agradable y sombrío. Si se decide que estos negocios están fuera de control, entonces es probable que sea hora de reducir la inmigración. Y esa es una decisión que Bonacich, como muchos otros, no quieren enfrentar”.

A fin de verificar la hipótesis culturalista de bloqueo de oportunidades laborales, Raijman y Tienda (2000) comparan diferentes grupos inmigrantes y el comportamiento emprendedor de cada uno de ellos. De esta forma identifican que la experiencia laboral previa y la tradición cultural orientada al autoempleo determinan la mayor o menor inserción en el mercado informal de trabajo. En este sentido, demuestran que la falta de habilidades y entrenamiento en el grupo,

por ejemplo, de hispanos determinan que dentro de este colectivo se observe una mayor presencia de negocios informales. Este mercado informal les permite evaluar las posibilidades del negocio, el mercado en el que se insertan, adquirir experiencia y acumular capital. Estos aspectos pueden ser el paso previo para acceder a una empresa exitosa. Así, Arjona y Checa (2006) llegan a la conclusión de que en la actualidad, a pesar de las críticas, algunos postulados culturalistas siguen teniendo validez, especialmente en determinadas comunidades, y que sirven para comparar la situación de estos emprendedores con los nativos.

Las teorías que adoptan un enfoque evolucionista para explicar el fenómeno emprendedor en la población inmigrante basan su argumento en la evolución natural de este colectivo y los nativos, en un determinado ámbito territorial, tanto en lo que refiere al aspecto residencial como a la propiedad de las empresas del lugar (Beltrán et al. 2006; Aldritch, 1975, 1980). Bajo este enfoque, se considera que los emprendedores inmigrantes ocupan nichos de mercado desabastecidos o abandonados por los autóctonos. En este sentido, Aldrich y Reiss (1976: 848 y 864) proponen un estudio analizando el impacto de los cambios residenciales, en tres ciudades norteamericanas, en la propiedad de los negocios. Para ello analizan el impacto de la ocupación de inmigrantes negros puertorriqueños de vecindarios donde la población blanca se va retirando. Frente a este fenómeno, los autores plantean que el incremento en la proporción de la propiedad de pequeñas empresas por inmigrantes ocurre debido al cese de lo blancos que se retiran para aprovechar mejores oportunidades en áreas donde la presencia de inmigrantes es reducida. Estos autores sintetizan las principales conclusiones desde la perspectiva evolucionista considerando que “la población de negocios generalmente cambian de la misma manera que la población residencial. La proporción de empresas de nativos decrece, no porque los otros nativos se han ido sino porque en los puestos vacantes no ingresan otros empresarios nativos sino inmigrantes hasta que la mayoría pasan a ser de propiedad étnica”.

Dos características puntualizan este tipo de negocios. Por un lado, sugieren que las minorías carecen del capital necesario y, por otro lado, que no disponen de la experiencia empresarial para ocupar los espacios que los nativos dejan cuando abandonan la actividad. Adicionalmente, plantean que la principal barrera para este tipo de emprendimientos es que no está claro cómo pueden ser exitosos en mercados no protegidos, dado que en concentraciones como las descritas (donde ofrecen productos que no son abastecidos por grandes superficies o negocios de nativos), no se enfrentan a situaciones competitivas (Feaser et al. 1989). En relación a estas ventajas comparativas, Evans y Jovanovic (1989) considera que sólo pueden obtenerse si se tienen en cuenta dos factores que influyen en la aparición y desarrollo de estos negocios: 1) el

tamaño del mercado étnico al que abastecen, y 2) el grado de aislamiento lingüístico que le permite reclutar fuerza de trabajo coétnica. En cuanto a la influencia del tamaño de mercado, sugiere este autor que los empresarios inmigrantes pueden captar las preferencias de estos consumidores y brindarles el servicio en su propio idioma, al conocer sus pautas culturales. Además, la baja fluidez en el manejo del idioma del país receptor, les facilita el contratar mano de obra étnica que eleva sus beneficios. Beneficios que son mayores que si se contratan trabajadores nativos a los salarios de mercado. Sin embargo, para los trabajadores inmigrantes, estos salarios son superiores a los que obtendrían en el mercado abierto, si pudieran acceder a él.

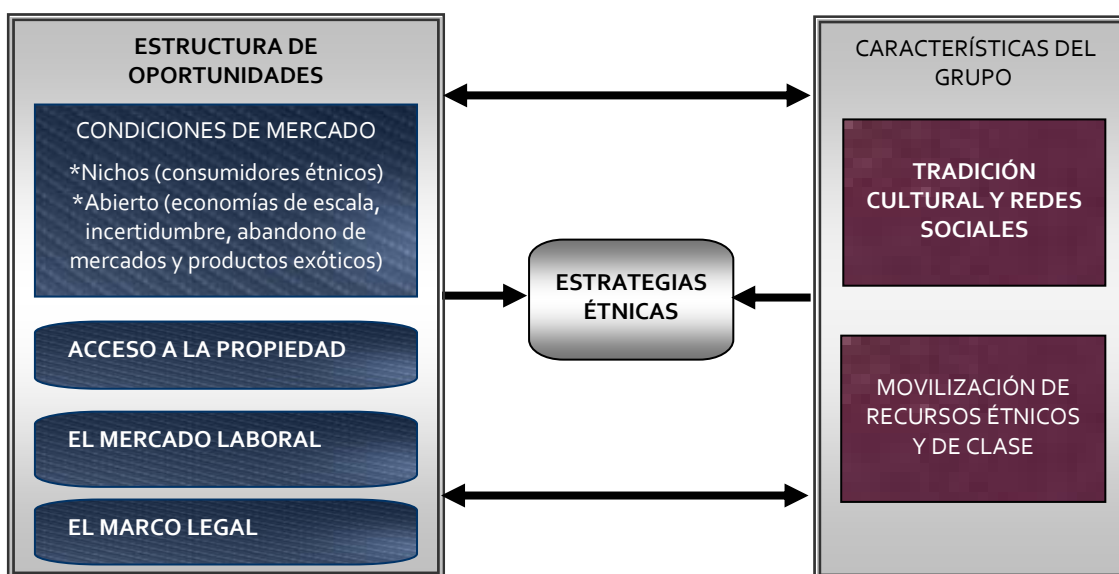
Siguiendo este argumento, Light (1972, 2000, 2006) sostiene que la demanda de productos y servicios dentro de la comunidad étnica es una manera de fijar los límites étnicos porque las preferencias de los consumidores inmigrantes pueden ser mejor captados por otros miembros del mismo grupo. Sin embargo, Light et al. (1993) sugieren que otorgar a las redes migratorias la función de creadora de una economía de enclave dónde facilita la reducción del coste de mercado y diversificación del riesgo es limitar sus posibilidades. Por el contrario, estos autores proponen reconocer que estas redes migratorias son recursos empresariales de los que dispone el empresario étnico para enfrentar las oportunidades económicas en las economías de destino. Según estos autores, las redes pueden: 1) ofrecer fuerza de trabajo étnica de menor coste; 2) aportar información acerca de los precios, las tecnologías, los procesos productivos en los mercados de destino. Generalmente son utilizados como canales de comunicación de bajo coste y rapidez. Esta información es creíble porque es otorgada por su círculo de confianza siendo este un aspecto importante en el desarrollo de la empresa; 3) proveer de varias formas de ayuda mutua y asistencia. Muchos empresarios étnicos adquieren experiencia en su círculo cercano que colabora en el acceso a clientes y proveedores, en la tramitación burocrática, a nivel productivo o financiero, etc. (Light y Bonacich, 1988).

A pesar de que bajo ciertas condiciones se verifica esta hipótesis, la principal crítica que se formula a esta teoría es su bajo poder explicativo en relación a la dinámica de crecimiento y éxito de estas empresas (Light et al. 1993). Es decir, carece de argumentos que puedan dar cuenta del fenómeno emprendedor inmigrante en sectores orientados al consumo abierto y masivo. Light et al. (1990:2) consideran que “en el punto de saturación económica, la red ya no puede proveer de servicios a nuevos inmigrantes. Entonces, el desempleo entre el grupo inmigrante crece. Por ello la nueva inmigración debe esperar a que se generen nuevos nichos de soporte en el lugar de destino. De esta forma las redes tienden a deteriorarse”. De ahí que aún cuando se considera la influencia de factores culturales y ecológicos en el proceso emprendedor

étnico, es necesario interpretar, desde otra perspectiva teórica, el rol de las estrategias y la evolución de la empresa en el largo plazo. Especialmente en lo que refiere a la búsqueda de nuevos horizontes fuera de la comunidad étnica.

La perspectiva interactiva establece una interconexión entre los recursos internos de la comunidad étnica y la estructura de oportunidades externa (Arjona y Checa, 2006, 2005a; Light et al. 1993; Light y Gold, 2000; Light y Rosenstein, 1995). El modelo propuesto por Aldrich y Waldinger (1990) considera tres componentes que interactúan entre sí: la estructura de oportunidades, las características del grupo y las estrategias. La estructura de oportunidades tiene en cuenta la orientación de los productos y servicios que ofrecen los empresarios étnicos (al mercado masivo o a la comunidad étnica) y las barreras de acceso a los mercados (políticas regulatorias o competencia interétnica). Dentro de las características del grupo de referencia tienen en cuenta factores como la migración selectiva, la cultura y los niveles de aspiración. También consideran la movilización de recursos, la utilización de redes sociales y las políticas gubernamentales que limitan o favorecen el flujo de estos colectivos. Por último, las estrategias étnicas emergen de la interacción entre estos dos elementos y reflejan el grado de adaptación de los emprendedores inmigrantes al contexto donde se insertan. Así, las ventajas de este modelo respecto a los presentados previamente, es su capacidad de elaborar un enfoque abarcativo de los aspectos antes mencionados, indagando en las semejanzas y diferencias entre las teorías. El siguiente esquema propuesto por Volery (2007) sintetiza los principales aspectos evaluados en el modelo.

**Figura 12: Factores relacionados a la creación de empresas de inmigrantes en el modelo interactivo**



Fuente: Volery (2007).

El primer aspecto que analizan los autores dentro de la estructura de oportunidades son las condiciones de mercado. Aldrich y Waldinger dividen a los emprendedores en aquellos que establecen negocios en el mercado abierto de aquellos que lo hacen en nichos específicos. Dentro de los que inician en nichos de mercado consideran como factor explicativos la existencia de consumidores étnicos, y que dan origen a la hipótesis de los “mercados protegidos”, donde los emprendedores abastecen necesidades y preferencias dentro de su propia comunidad étnica. El sustento teórico de estos mercados es la perspectiva culturalista y ecológica que considera que la evolución residencial determina la evolución del empresariado étnico. Si bien en sus comienzos esta estrategia favorece su aparición, su potencial de crecimiento dentro de este mercado es limitado. Volery (2007) argumenta que cuantas mayores sean las diferencias entre las tradiciones culturales de los inmigrantes con el país receptor, mayores son las oportunidades para explotar nichos de mercado de consumo étnico. Por otra parte, las razones que establecen para que un emprendedor decida iniciar un emprendimiento en el mercado masivo son: 1) apuntar a mercados no conocidos o abandonados por los nativos; 2) mercados caracterizados por bajas economías de escala; 3) mercados donde existe incertidumbre e inestabilidad, o 4) demanda de productos exóticos.

Respecto a las economías de escala influyen en el tipo de actividad a la que orientan sus negocios y su funcionamiento. Según Aldrich y Waldinger, las empresas étnicas suelen operar en sectores con bajas barreras a la entrada, fuerza de trabajo intensiva y reducidos niveles de inversión inicial. Por otra parte, en cuanto a la influencia en los mercados de la incertidumbre y las condiciones de inestabilidad, los autores sugieren que la demanda puede segmentarse entre la que opera con parámetros estables y la que no. La primera, es abastecida por grandes firmas, mientras que la segunda es atendida por empresas de pequeña escala que operan en condiciones impredecibles, constituyendo un nicho para las empresas iniciadas por inmigrantes. Por último, se considera la existencia de una demanda en el lugar de destino de productos exóticos, es decir, bienes o servicios que se relacionan a su país de origen, pero son convertidos en productos rentables en la sociedad de acogida. La ventaja de este tipo de mercados es que generalmente carecen de competidores directos y pueden ofrecer bienes a menor precio que los comercios nativos, captando una parte del mercado local.

Otros elementos dentro de la estructura de oportunidades son: el acceso a la propiedad, la estructura del mercado laboral y el marco legal. En este sentido, Aldrich y Waldinger identifican dos factores que inciden en las condiciones de acceso a la propiedad: 1) el nivel de competencia en el mercado laboral, y 2) las políticas estatales (tradicionales, coloniales, de construcción

nacional o naciones Estado modernas). Cuando los niveles de competencia son elevados, los inmigrantes se concentran en determinadas industrias o si dicha presión competitiva es de gran magnitud se ven empujados a iniciar empresas más lucrativas. Al igual que para el caso de los empresarios, las desventajas en el mercado de trabajo pueden ser la causa del inicio de empresas étnicas, siguiendo así el postulado de la teoría de la desventaja que sostiene que las barreras de movilidad en el mercado formal de empleo obliga a los inmigrantes a autoemplearse para su subsistencia. Asimismo, las características de las políticas de regulación a la inmigración, a las empresas y al mercado laboral determinan las barreras de acceso. Según estos autores, en países como Estados Unidos no existen barreras geográficas o económicas a los inmigrantes y por ello es mayor el potencial emprendedor dentro de este colectivo en estas regiones.

De la misma forma, Aldrich y Waldinger (1990: 123) consideran dentro de las características del grupo las dimensiones culturales y la movilización de recursos. Según estos autores, “algunos grupos inmigrantes pueden convertir su experiencia y educación previa en posiciones comparables a las que tenía previo a la migración porque tienen problemas de lenguaje o carecen de credenciales apropiadas. Estas personas, viendo que tienen bloqueado el acceso a empleos en relación de dependencia bien remunerados se vuelcan a actividades emprendedoras”. Dentro de los factores que definen las condiciones grupales se destacan: 1) la migración selectiva (se relaciona al capital humano que acompaña a los inmigrantes al país de destino, por ejemplo profesionales y universitarios), y 2) los niveles de aspiración y las tradiciones culturales (en el que se enmarca la teoría de la intermediación de minorías de Bonacich (1973) y de enclave étnico de Portes (1997)). La interacción entre estos factores y las características del asentamiento (enclaves o concentración geográfica) influyen en la estructura de oportunidades, por un lado, y las diferencias en cuanto al comportamiento emprendedor entre diversos grupos, por el otro lado.

A las características del grupo de pertenencia debe añadirse el tipo de relación que establecen estas redes con el emprendedor étnico. Esta interrelación queda plasmada en la movilización de recursos y en la oferta de éstos por parte de la comunidad étnica. Aldrich y Waldinger definen que los recursos básicos para iniciar una empresa son los mismos para el emprendedor inmigrante que para el nativo. Sin embargo, existen algunos que responden a características diferenciales y que suelen denominarse “recursos étnicos”, para diferenciarlos de los “recursos de clase”. Light (1972, 2006) define como “recursos de clase” a los medios de producción privados, al capital humano, al dinero a invertir, a las actitudes, valores, conocimiento y habilidades transmitidas intergeneracionalmente. En cambio, según este autor, los “recursos

étnicos” pertenecen al grupo inmigrante que están a disposición de quien los requiera como dotaciones culturales, solidaridad étnica u orientación peregrina, en el sentido de Bonacich. Son recursos colectivos obtenidos de las relaciones familiares o dentro del mismo colectivo y que refieren a condiciones de capital y trabajo. Estos recursos surgen fundamentalmente de las redes sociales que ofrecen información y, en algunos casos, sistemas de crédito dentro de la comunidad étnica, incluyendo en este aspecto las conclusiones expuestas por la teoría de redes.

De la interacción de estas dos dimensiones surgen las estrategias étnicas, que no son otra cosa que la adaptación de los recursos disponibles al contexto de acogida y de acuerdo a las características del grupo de pertenencia; características que definen sus conductas. Para Aldrich y Waldinger (1990: 130), “los emprendedores étnicos se enfrentan a numerosos problemas para fundar y operar sus negocios, además de los que ya se han mencionado que son: adquirir el entrenamiento y las habilidades necesarias para llevar adelante la iniciativa empresarial, reclutar y administrar trabajadores eficientes, honestos y baratos, coordinar relaciones con consumidores y proveedores, sobrevivir a la competencia y protegerse de ataques políticos”.

La principal crítica que se realiza a la teoría es la escasa consideración del contexto donde se desarrollan estos emprendimientos étnicos. Bonacich (1993) argumenta que la postura de los autores es descontextualizada y donde la dimensión social es únicamente el producto de la interacción entre oferta y demanda. Además, Rath y Kloosterman (2000) sostienen que el enfoque de Aldrich y Waldinger no permite responder a cuestiones relacionadas a la dimensión institucional. Estos autores consideran que desde la perspectiva americana, el fenómeno emprendedor es analizado desde una visión estática y la incidencia de las instituciones reducida a un conjunto de normas y leyes, ignorando los cambios estructurales que suceden en las economías y en los mercados en particular. Al respecto, Rath (2006: 5) expone que “en los años recientes, los investigadores europeos han criticado el modelo interactivo por focalizarse únicamente en el lado de la oferta emprendedora. Estos enfoques asumen que las economías no están reguladas y son indiferenciadas, cuando en realidad nunca lo son. Diferentes mercados obviamente ofrecen diferentes oportunidades y obstáculos, diferentes necesidades de cualidades y guían a diferentes desempeños en cuanto a éxito y fracaso”.

Respecto a las estrategias empresariales de penetración en los mercados, éstas se definen según sean de orientación interna o externa. De esta forma, una estrategia de orientación interna se define como la oferta de productos en mercados protegidos que no permiten alcanzar mercados en expansión. Mientras que se define a la estrategia de orientación externa como aquella que



apunta a ofrecer sus productos en una amplia variedad de mercados y consumidores. Esta última requiere de mayores habilidades, canales de comunicación diversificados y acceso a instituciones (Light et al. 1993; Bates, 1997). Para Baycan et al. (2007: 1), “la concentración de emprendedores étnicos en sectores tradicionales ha llevado a la realización de numerosos estudios focalizados en la orientación interna, mientras que hay un número limitado de estudios que analizan sectores no tradicionales con estrategias de orientación externa”. Estos autores intentan, además, explicar si es posible que una orientación estratégica hacia la innovación y los mercados abiertos puedan romper con la dependencia que generan los enclaves étnicos. El argumento que proponen es que las posibilidades de ruptura de esta dependencia étnica está directamente asociada a las habilidades que pueden adquirir luego de su llegada y la acumulación de capital humano. Según Baycan et al. (2007: 4), “la acumulación de capital humano después del arribo es un paso importante para entender el proceso de ajuste del inmigrante. Por ello, la edad de llegada es el determinante más importante para definir la primera y segunda generación de inmigrantes y también a los emprendedores en términos de su trayectoria. Generalmente las personas que nacieron en el país de acogida a una edad menor a seis años pueden ser clasificados como inmigrantes de segunda generación”. En general, los emprendedores de primera generación están más motivados por factores de discriminación, por problemas con la homologación de sus estudios en comparación con la segunda generación. En otras palabras, los emprendedores de primera generación son más “emprendedores por la fuerza”, mientras que los de segunda generación son más “emprendedores voluntarios” y, habitualmente, están más involucrados en redes formales y en los mercado abiertos y no étnicos (Masurel y Nijkamp, 2004; Rusinovic, 2006). En suma, de acuerdo a este enfoque, la trayectoria migratoria incide en el tipo de estrategia de inserción de los grupos étnicos y las posibilidades de expansión fuera del enclave étnico. De acuerdo a estos autores, las posibilidades de crear empresas en sectores no tradicionales están ligadas a las posibilidades diferenciales entre los inmigrantes de primera y segunda generación. Diferencias explicadas por las barreras que genera el reconocimiento del nivel de formación y capacidades adquiridas en el país de origen frente a las adquiridas en el país de acogida.

El modelo de incrustación parte de discutir la visión orientada del lado de la oferta emprendedora en el análisis del empresariado étnico. Bajo este modelo se desarrolla un enfoque que integra al actor (emprendedor inmigrante) con la estructura de oportunidades, pero a diferencia del modelo anterior lo hace de una manera más abarcativa combinando elementos a nivel micro (individuo y sus recursos), nivel meso (la estructura local de oportunidades), y nivel macro (las instituciones y políticas públicas) (Kloosterman et al. 1999; Solé y Parella, 2005).

Kloosterman (2010) considera que la principal ventaja de esta teoría es que permite responder a interrogantes acerca de las diferencias en los patrones de comportamientos intragrupos y también puede ser aplicado a la creación de empresas en general. Además, incorpora dos cambios importantes observados en la actualidad. Por el lado de la oferta, tiene en cuenta el ingreso de inmigrante de alta cualificación en los países avanzados, y, por el lado de la demanda, considera el surgimiento de nuevas oportunidades originadas en las transformaciones industriales de las economías urbanas, orientada a los servicios, la tercerización y el bajo coste de adquisición y acceso a la información mediante las nuevas tecnologías. Kloosterman (2010: 30) sintetiza esta idea afirmando que “este modelo construido permite entender nuevas formas de emprendedorismo en el colectivo inmigrante, así como indagar en profundidad aspectos del empresario étnico tradicional”.

Según Kloosterman y Rath (2001) los estudios tienden a negar dos aspectos importantes del fenómeno emprendedor: 1) las características de la demanda, y 2) el proceso de enlace entre los emprendedores y la creación de empresas. En primer lugar, deben existir oportunidades del lado de la demanda para poder explotar económicamente ideas de negocio. En segundo lugar, estas posibilidades deben estar accesibles al emprendedor, ya que aún cuando existen estas oportunidades pueden ser bloqueadas por alguna otra razón. Kloosterman (2010) define la accesibilidad de mercado en relación al nivel de capital humano para iniciar un emprendimiento. En tercer lugar, estas iniciativas deben ser rentables y efectivamente iniciadas. Según los autores, para entender el comportamiento emprendedor en los grupos inmigrantes es necesario considerar las redes sociales étnicas, pero también entender el contexto socioeconómico, político e institucional del país receptor. En base a estas consideraciones elaboran un modelo teórico denominado “modelo de incrustación mixta”.

En este modelo, las oportunidades surgen de los mercados. No se destinan recursos para la creación de empresas si no existe demanda de dichos productos, y estas dos características delimitan las posibilidades en tiempo y espacio. Por otra parte, las características de estas oportunidades restringen las posibilidades de crecimiento en el mediano y largo plazo de estas empresas étnicas. Según Kloosterman (2010), es de esperar que aquellos emprendedores que crean empresas ocupando nichos de mercado abandonados por los nativos (*vacancy chain*) tengan un potencial de crecimiento menor que los que se ubican en mercados dinámicos y con perspectivas de crecimiento estructural. Para ello elabora una tipología de estructuras de oportunidades, representada en el siguiente cuadro.

**Cuadro 16: Tipos de estructura de oportunidad según la accesibilidad y el potencial de crecimiento**

Capital Humano	Crecimiento potencial		
		Estancado	Expansivo
	Altos umbrales		Post Industrial/ cualificado
Bajos umbrales	Apertura en mercados vacantes	Post industrial/ no cualificado	

Fuente: Kloosterman (2010).

**1.- Mercado estancado con inmigrantes altamente cualificados:** en este caso la estructura de oportunidades se caracteriza por altos requerimientos de capital humano pero en mercados que no evolucionan. Es de esperar que individuos en estas condiciones se trasladen a mercados en expansión, en caso de que los beneficios perseguidos sean no monetarios (reconocimiento, independencia, etc.). Por ello, el autor considera que son pocos los casos que responden a este perfil.

**2.- Aperturas en mercados vacantes:** comenzar una empresa en estos sectores no requiere de recursos humanos cualificados, y suele estar asociados a bajas economías de escala y procesos productivos mano de obra intensiva. El crecimiento potencial de estas empresas está directamente relacionado con el crecimiento de la demanda del producto. Generalmente depende del consumo de los individuos que conforman su grupo de pertenencia y de las redes sociales. Asimismo, la competencia en estos mercados es por precios y no por calidad. Para sobrevivir estos emprendedores reducen los costes de producción destinando muchas horas al trabajo y reduciendo salarios. Muchas de estas empresas evaden las regulaciones mediante su inserción en el mercado informal. Además, las posibilidades de nuevos ingresos son escasas y suelen ser mercados que alcanzan rápidamente los niveles de saturación económica que sólo pueden superar si se amplía o reestructura las redes sociales involucradas. Estas empresas pueden desarrollarse si existe una elevada cohesión social e identidad dentro del grupo étnico al que pertenece el emprendedor.

**3.- Economía post industrial con inmigración de baja cualificación:** este tipo de estructuras tiene alto potencial de crecimiento especialmente en el área relacionada con los servicios personales. Estos mercados no requieren de habilidades especiales y abre nuevas posibilidades para los inmigrantes provenientes de países menos desarrollados. Actividades como el cuidado del hogar, en estructuras familiares donde ambos miembros de la pareja se emplean en

actividades remuneradas, dan lugar a la aparición de estos nichos empresariales ligados al autoempleo en servicios. También el autor ejemplifica otros sectores que han quedado vacantes por cambios en la regulación pública o privatizaciones, poniendo ejemplos en el área de servicios postales, transporte y comunicaciones. Las posibilidades de expansión dentro de este grupo respecto a las que se tienen dentro de los mercados vacantes es superior, fundamentalmente porque estos emprendedores pueden entrar en contacto con otras redes fuera de la étnica, en especial con nativos. Pertenecer a redes sociales heterogéneas puede ser la clave para iniciar una empresa porque permiten acceder a nueva información sobre los hábitos de consumo en la sociedad de origen.

**4.- Economía post industrial con inmigración de alta cualificación:** este es el grupo que responde a un “mundo dinámico de alta tecnología donde el emprendedor schumpeteriano pueden hacer fortuna en poco tiempo” (Kloosterman, 2010: 32). Además de estas empresas basadas en tecnología, el autor incluye a las pequeñas empresas productoras de servicios que demandan empleo cualificado como consultorías, empresas de asesoramiento jurídico, publicitarias, etc. El autor considera que si los emprendedores pueden acceder al permiso de residencia legal y puede homologar su nivel educativo obtenido en el país de origen, estaría en las mismas condiciones que los emprendedores nativos; la única diferencia que contempla es la conformación de las redes sociales. Si sólo se orientan a su propia red étnica puede presentar las mismas dificultades que en los casos anteriores y no acceder a los mercados de crecimiento potencial. En cambio si conforman redes sociales heterogéneas estas pueden aportar recursos decisivos para crear y explotar oportunidades innovadoras de alto crecimiento.

De acuerdo a las características que vinculan a la estructura de oportunidades con las cualidades de los emprendedores, el modelo de incrustación mixta analiza las interrelaciones de la oferta de capacidades emprendedoras y la demanda de oportunidades teniendo en cuenta tres niveles de análisis: nacional, regional y local. A nivel nacional, destacan el papel de las leyes, reglas y regulaciones que determinan qué tipo de bienes son comercializables y cuales no, y definen en gran medida la asignación de los recursos. Asimismo, determina las potencialidades empresariales mediante leyes de regulación empresarial o bloqueos en el mercado de trabajo. A nivel regional, los autores destacan la importancia de las diferentes regiones en cuanto a la estructura de oportunidades que ofrece dentro de un mismo país. Se destaca la capacidad innovadora de algunas regiones frente a otras que logran agrupar especialmente empresas que pueden obtener ventajas competitivas mediante el aprovechamiento de externalidades de aglomeración. A nivel local, los autores describen la situación favorable para el surgimiento de

empresas étnicas del agrupamiento de inmigrantes del mismo origen, que generan una demanda cautiva de productos de consumo étnico. En este nivel es importante la consideración de las redes sociales como soporte a estas actividades tanto por ser los destinatarios de dichas actividades como por su aporte de recursos étnicos que facilitan el comienzo y posterior desempeño de estas iniciativas empresariales (Rath y Kloosterman, 2000).

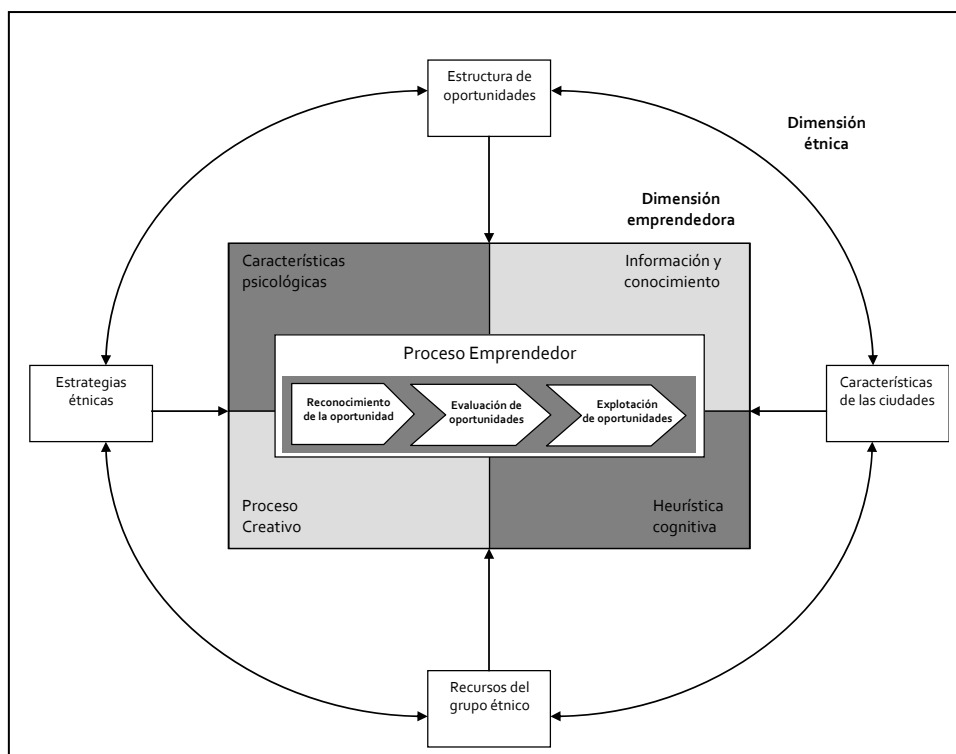
Tanto los tipos ideales de empresas creadas de acuerdo a la estructura de oportunidades y al nivel de cualificación del emprendedor como los factores que a nivel micro, meso y macro determinan las condiciones de los mercados inciden no sólo en los recursos necesarios en cada uno de los casos sino también dan cuenta de las motivaciones a iniciar la empresa y de las potencialidades de éxito a largo plazo. Kloosterman (2010) sintetiza estas trayectorias argumentando que las empresas iniciadas en mercados vacantes necesitan una red social homogénea. Los emprendedores son empujados a actividades empresariales por escasas posibilidades en el mercado formal de trabajo. En el caso de los emprendedores de baja cualificación en una economía post industrial las posibilidades del mercado son expansivas, ya que los consumidores pertenecen a estratos sociales elevados y requiere del desarrollo de redes sociales heterogéneas. Las estrategias se orientan a la diferenciación del servicio. Las motivaciones a emprender se asocian más por incentivos a aprovechar oportunidades y las posibilidades de éxito son elevadas. Por último, los emprendedores altamente calificados en una sociedad post industrial inician empresas porque consideran la existencia de ideas empresariales atractivas que pueden ser aprovechadas. En este tipo de iniciativas el desarrollo de redes sociales heterogéneas es importante y las estrategias se orientan a los servicios y la exclusividad. Volery (2007) considera que el modelo de incrustación mixta aún está en la fase experimental y requiere de mayor evidencia empírica que demuestra su alcance explicativo.

## **5.6. Modelos de empresas**

El modelo propuesto por Volery (2007) tiene en cuenta que el individuo pertenece a un grupo étnico, pero también es un emprendedor. La siguiente figura esquematiza las relaciones entre las dimensiones consideradas en el modelo propuesto por este autor. El modelo parte por reconocer que personas con la misma nacionalidad y el mismo grupo étnico tienen diferentes capacidades para reconocer y explotar oportunidades de negocios. Estas diferencias, según el autor, se explica por cuatro aspectos: 1) las características psicológicas específicas (necesidad de logro e independencia, la propensión a tomar riesgos); 2) la información y conocimiento no conocidos

por otros que puede motivar a una persona para explotar un negocio específico, donde las redes sociales juegan un rol importante en el aporte de la información; 3) la habilidad para reconocer y explotar comercialmente una idea de negocio (aptitudes, capacidades especiales), y 4) la confrontación con nuevos retos que requiere de juicio y decisiones rápidas. A estas cualidades directamente ligadas al proceso emprendedor, se añaden las características étnicas. La dimensión étnica tiene en cuenta las diferencias culturales entre el país de origen y destino, el grado de discriminación del emprendedor y las experiencias en el nuevo entorno. Las ventajas de este enfoque es que resalta aspectos que definen a un emprendedor en sus acciones orientadas a detectar oportunidades. Su condición de inmigrante, es visualizada como una oportunidad y no como una situación de desventaja. En la misma línea, es decir, considerando que ser emprendedor inmigrante puede responder, en el sentido austríaco, a la capacidad de aprovechar oportunidades, Deakins et al. (2003) afirman que, por ejemplo, dentro de las peculiaridades de estos emprendedores se destaca el conocimiento que tienen de las dos culturas y, en muchos casos, de dos idiomas, que les permite llegar a un mayor número de consumidores de su producto.

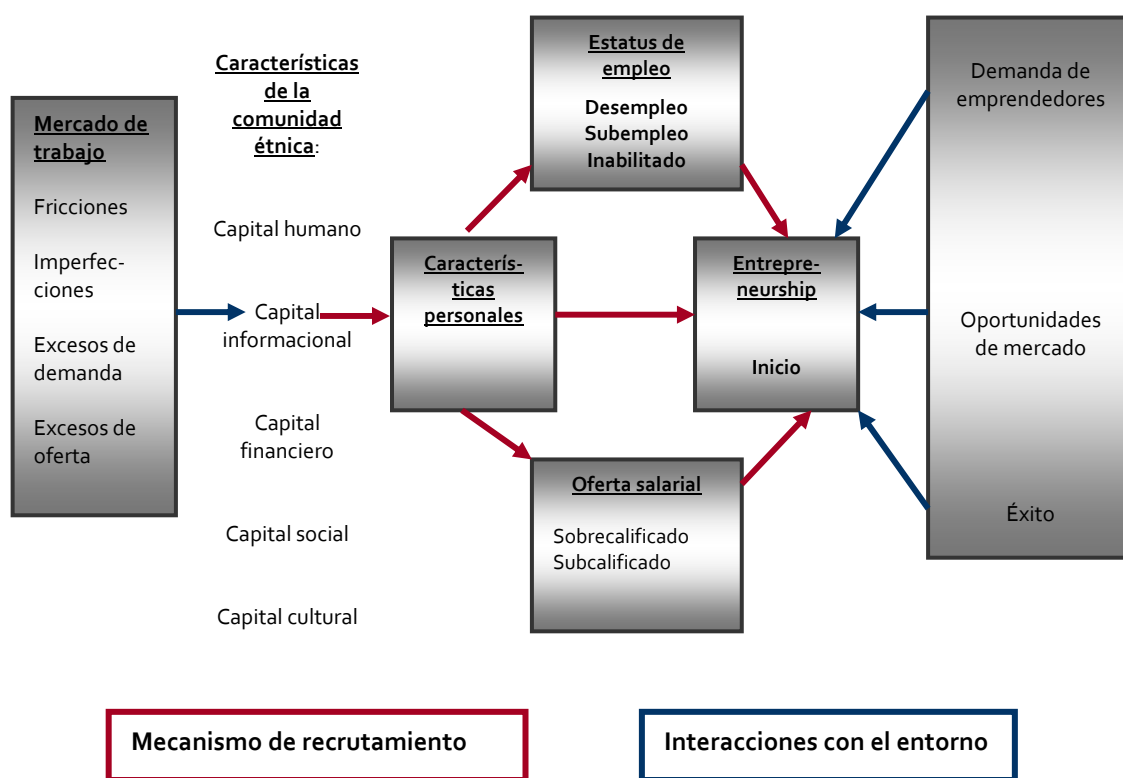
Figura 13: Modelo interactivo en el contexto de *entrepreneurship*



Fuente: Volery (2007).

El modelo propuesto por Rettab (2001) parte de considerar que la creación de empresas de inmigrantes puede darse por dos razones. La primera, es la de ser la “mejor elección” que permite mejorar la posición económica, mejora su posición social y favorece a su integración en el país de destino. La segunda, es la de ser “la segunda elección”, que responde a situaciones de desempleo, subempleo o insatisfacción en su trabajo. Los primeros son definidos como “emprendedores voluntarios”, y los segundos son “emprendedores no voluntarios”. En función de estos dos grupos, el autor construye un modelo conceptual para explicar los determinantes de los emprendimientos étnicos que se muestra en la siguiente figura.

**Figura 14: Modelo conceptual de los determinantes de la creación de empresas de inmigrantes.**



Fuente: Rettab (2001).

El modelo considera la interacción de tres agentes en el proceso emprendedor inmigrante: el propio emprendedor y sus características personales, las características de su comunidad étnica, y la estructura de oportunidades en el país de destino. Rettab (2001: 23) considera que “el inmigrante usualmente carece de una larga historia en el país de destino. Como resultado, los inmigrantes individuales descansan en los recursos acumulados y en la experiencia de su comunidad de pertenencia. En primera instancia, ingresan a un grupo de su mismo origen que

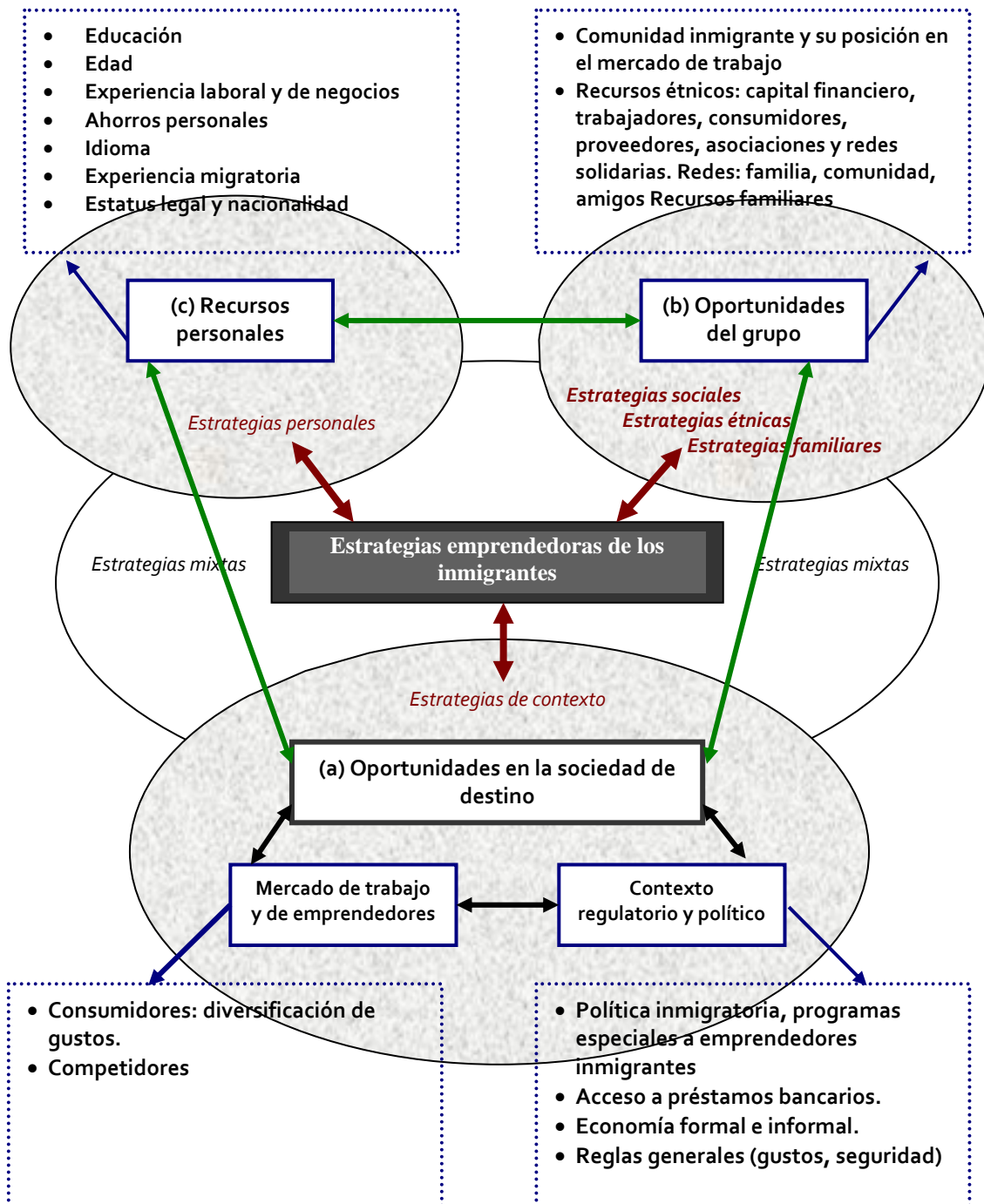
reside en el país de destino para acceder al conocimiento de las preferencias de su grupo como también a los recursos y oportunidades que existen fuera del mismo. Muchas veces, el obstáculo del idioma y la falta de contactos con la sociedad de acogida los hace inmigrantes altamente dependientes de su grupo étnico.”

Para analizar el papel que juega el propio grupo de pertenencia y la sociedad de acogida, el autor establece dos vías de conexión. Por un lado, el mecanismo de reclutamiento, que relaciona las características personales del inmigrante, sus posibilidades de empleo y sus motivaciones para iniciar la empresa y, por otro lado, la interacción con el entorno, que define las posibilidades de éxito en los mercados, la estructura de oportunidades y los recursos (en gran parte ofrecidos por la comunidad étnica) que sirve de soporte a la iniciativa empresarial. De acuerdo a estos elementos, la creación de empresas de inmigrantes y las estrategias que elaboran para desarrollar sus empresas están vinculadas a: 1) la dotación de recursos (financieros, humanos, sociales y culturales) que le son ofrecidos dentro de su comunidad; 2) a la valoración que hace el mercado laboral de su formación y las características de la oferta de empleo (sobrecualificado o subcualificado), y 3) las posibilidades de visualizar oportunidades empresariales en el nuevo contexto y a las condiciones de entorno que inciden en su desempeño. A diferencia del modelo de Volery, que analiza al emprendedor inmigrante dentro del proceso de creación de empresas, Rattab adopta una perspectiva más culturalista, resaltando la importancia del grupo étnico como factor determinante de la creación de empresas de origen inmigrante.

Por último, hacemos referencia al modelo heurístico planteado por Reis Olivera (2003, 2007). Su importancia radica en la contextualización del planteamiento, que permite indagar en las estrategias de los emprendedores inmigrantes en las economías de Europa del Sur. En base al estudio de los colectivos chinos, de Cabo Verde e indios en Portugal, esta autora elabora un modelo conceptual que reconoce la interacción de tres dimensiones que intervienen en el proceso emprendedor: los recursos personales, las redes sociales y la estructura de oportunidades, como muestra la siguiente figura.



**Figura 15: Modelo heurístico de creación de empresas de inmigrantes**



Fuente: Reis Olivera (2007).

Reis Olivera propone analizar las estrategias empresariales de los inmigrantes partiendo de la idea de que su análisis es un campo complejo que va más allá de observar los determinantes de la oferta y demanda de estos emprendedores y sus determinantes. Según Reis Olivera (2007: 63), “los trabajos de investigación previos no consideran que las oportunidades del lado de la

demanda tienen que estar y ser accesibles para los emprendedores potenciales.” De esta forma, su modelo discute el rol que juegan las instituciones públicas y semi-públicas en la regulación, obstaculización o fijación de reglas en las decisiones de iniciar una empresa dentro del colectivo inmigrante. Si bien, estos aspectos son considerados por Kloosterman y Rath (2001) en su modelo de incrustación mixta, según Reis Olivera, “estos autores reconocen que el modo en que los inmigrantes está inmersos en la esfera cultural, social, económica y política puede ser diversa, pero no tienen en cuenta al inmigrante en sí mismo, a las oportunidades y a los recursos a los que accede para desarrollar sus estrategias y que no mezcla necesariamente todas estas esferas en la que está integrado.”

Según esta autora, existen diferentes razones que justifican esta afirmación: 1) mayores oportunidades en el mercado abierto o mayores estímulos instituciones reducen la dependencia de recursos étnicos, en cuyo caso la esfera cultura disminuye su importancia para analizar la integración económica de estos inmigrantes; 2) muchos inmigrantes pueden no visualizar estas oportunidades y sólo seguir las estrategias de otros empresarios étnicos, son similares aspiraciones, sin ser innovadores y siguiendo los patrones de otros coétnicos, y 3) y el caso más ignorado por la literatura es el de emprendedores que no disponen de recursos étnicos ni de estímulos de la sociedad de acogida y que, sin embargo, pueden ser exitosos en el desarrollo de su empresa. En función de estas consideraciones, el modelo elaborado relaciona los factores y recursos personales del emprendedor inmigrante, las redes y atributos del grupo de pertenencia y la estructura de oportunidades que ofrece la sociedad de destino. Para Reis Olivera (2007: 65), los inmigrantes “reaccionan a las oportunidades y restricciones con las que se encuentran durante el proceso de creación de empresas. Por lo tanto, los emprendedores inmigrantes no son agentes pasivos, ni tienen un comportamiento racional estricto en sus elecciones económicas. El uso de recursos y relaciones privilegiadas pueden ser parte del comportamiento económico racional puesto en práctica a través de las estrategias étnicas.”

La dimensión relacionada a las oportunidades empresariales en la sociedad de destino tiene en cuenta el marco regulatorio y político y las condiciones del mercado de trabajo del país receptor de inmigración. Para poder desarrollar sus negocios, los emprendedores inmigrantes deben poder detectar nichos de mercado evitando las restricciones que puede ofrecerle el sistema regulatorio del país de destino. La dimensión relacionada a las oportunidades que da el grupo de pertenencia asume que las redes de la comunidad étnica son importantes como oferentes de recursos necesarios para la puesta en marcha de la empresa. Sin embargo, esta autora considera que los lazos familiares y los contactos privilegiados que pueden originarse entre redes no

étnicas pueden motivar la creación de empresas dentro del colectivo inmigrante. Por último, y según Reis Olivera la dimensión menos considerada, destaca los recursos y estrategias personales. Dentro de estos aspectos son de elevada importancia la educación, el nivel de ahorros, la experiencia laboral, la edad y el estatus legal, que determinan en gran medida las motivaciones y aspiraciones emprendedoras.

Como resultado de estas relaciones, Reis Olivera describe cuatro tipos ideales de estrategias empresariales que son: 1) estrategias sociales, que básicamente dependen de los recursos de las redes sociales étnicas, incluidas las estrategias étnicas y familiares; 2) estrategias contextuales, definidas dentro de las estructuras de oportunidad del país de acogida; 3) estrategias personales, basadas en los recursos individuales, y 4) estrategias mixtas donde no puede establecerse una fuente principal que incide en las motivaciones emprendedoras y todas las descritas anteriormente están igualmente representadas. De acuerdo a estas conclusiones, podemos destacar que la ventaja de este marco conceptual es que considera los aspectos mencionados en las teorías antes desarrolladas pero discute aspectos ligados directamente a contextos diversos. Contextos que no son considerados en otros enfoques como el enfoque americano de Aldritch et al. (1990), o bien que son analizados pero no indagan en profundidad el caso de los países de Europa del Sur, como es el caso de España, en los modelos de incrustación mixta de Kloosterman y Rath (2001).

### **5.7. Economía y enclave étnico, y emprendeduría transnacional**

Desde una perspectiva culturalista, se suele utilizar el calificativo de étnico para referirse a las acciones económicas que involucran a los inmigrantes en la sociedad de destino. Así, una economía étnica incluye cualquier persona inmigrante que sea empleador, autoempleado o que esté empleado en empresas coétnicas (Arjona y Checa, 2006). Para Logan et al. (2003: 698), “el entorno de una economía étnica está definido por raza, etnicidad u origen nacional, caracterizándose por alcanzar ventajas en las relaciones entre propietarios de negocios y entre propietarios y trabajadores del mismo origen nacional.” Sin embargo, el calificativo requiere, desde la perspectiva interactiva, de mayores precisiones que adecue su uso y significado. Muchas veces se define el concepto de economía étnica (Bonacich, 1988; Light, 1972; Bonacich y Modell, 1980) asimilándolo al de enclave étnico (Portes 1980; Salaff y Greve, 2002). Sin bien ambos términos están directamente relacionados, el de economía étnica considera tanto las acciones desarrolladas dentro de la comunidad étnica de pertenencia como las que se realizan

fuera, ya sea como empresarios o empleados (Zhou, 2004; Min, 1996; Light, 2003). Su campo es mucho más amplio, incorporando aspectos como la propiedad étnica, relaciones étnicas entre propietarios y empleadores, la densidad étnica, etc. Light y Karageorgis (1994: 647) definen una economía étnica como “los autoempleados y empleadores, sus trabajadores familiares no asalariados, y sus empleados coétnicos”. Una década más tarde esta definición es válida únicamente para describir la economía de propiedad étnica, que tan sólo es un componente de una economía étnica sin abarcar la totalidad (Light y Gold, 2000). Tal como se entiende actualmente, “la economía étnica consta de dos sectores: la economía étnicamente controlada, y la economía de propiedad étnica. Una economía de propiedad étnica todavía se define por la propiedad de los negocios. Por otra parte, la economía étnicamente controlada, requiere el control étnico, pero no es imprescindible la propiedad. Las economías étnicamente controladas existen cuando, y en la medida en que, los empleados coétnicos ejercen un importante y duradero poder de mercado sobre los lugares de trabajo debido a su cantidad, concentración y organización, pero también allí donde son destinados por poderes externos políticos o económicos” (Light, 2006: 41-42). Además, tanto “la economía étnicamente controlada como la economía de propiedad étnica tienen subsectores formales, informales e ilegales. El sector formal está compuesto por empresas que pagan los impuestos y están registradas oficialmente. El sector informal incluye empresas que, produciendo bienes y mercancías legales, lo hace sin pagar impuestos ni tener reconocimiento oficial. El subsector ilegal está formado por empresas que manufacturan o distribuyen productos o mercancías prohibidas, incluye drogas, juego y documentos falsos” (Arjona y Checa, 2006: 130).

Esta amplitud del concepto de economía étnica, según Zhou (2004: 4), lleva a considerar dentro de la misma categoría a los empresarios étnicos, que responden a un modelo de “intermediación de minorías” (Bonacich, 1975), con los “emprendedores étnicos”, integrados a una red solidaria y próxima definida como enclave étnico. El enclave étnico incluye principalmente todos los aspectos que están dentro de la comunidad étnica de pertenencia, como son las relaciones sociales y sus estructuras coétnicas, la localización y el funcionamiento de las redes sociales dentro de estas comunidades cerradas; redes sociales en relación al empleo y las oportunidades de negocio. Zhou considera que “el enclave es un caso especial de economía étnica; un caso que está limitado por las relaciones coétnicas y la localización. No todo grupo dentro de la economía étnica puede considerarse un enclave”.

Wilson y Portes (1980) introducen el término de enclave relacionando las actividades comerciales de los inmigrantes, las instituciones étnicas y la proximidad geográfica. Según este

análisis, en las etapas iniciales, los emprendedores inmigrantes dependen fundamentalmente de los recursos que las mismas instituciones étnicas proveen (fuerza de trabajo étnica, capital inicial, capital relacional). Por otra parte, la localización favorece a las empresas acercando a la demanda del producto tanto para identificar a los consumidores potenciales, como para ofrecer aquellos productos que satisfacen los requerimientos de la demanda de productos étnicos. En la interrelación de estos elementos, se define el enclave como el espacio donde interactúan compradores y vendedores del mismo origen, amparados en instituciones que sostienen su funcionamiento. Estas interrelaciones se sostienen mediante fuertes sentimientos de solidaridad y confianza entre sus miembros (Wilson y Martin, 1982; Portes y Zhou, 1992). Para Zhou (2004), la solidaridad es creada por los individuos en virtud de su condición de extranjero, y es un aspecto culturalmente distintivo que simboliza un origen étnico común, herencia cultural y obligaciones mutuas entre miembros de una misma comunidad, con sentimientos espontáneos. La confianza es el mecanismo por el cual los emprendedores inmigrantes aceptan las normas establecidas por la comunidad de pertenencia y depende directamente de la estructura del grupo étnico de referencia.

Entendiendo las diferencias entre el ámbito de análisis de la economía étnica, Zhou (2004: 10 y 19) analiza cuáles son los principales debates que surgen de atribuir a toda empresa creada por inmigrantes, pertenecientes a la economía étnica, las características de un enclave étnico, destacando que existen situaciones que un enclave étnico no explica, como: 1) por qué se crean oportunidades de empleo, tanto autoempleo como empleo en relación de dependencia en la sociedad de destino, existiendo oportunidades en el mercado de trabajo no étnico; 2) no todos los emprendedores de origen inmigrante descansan en la contención, mediante la oferta de recursos para el inicio de la empresa, por parte de la comunidad étnica; 3) la formación y habilidades pueden obtenerse de sistemas formales e informales, tanto de las relaciones dentro de la comunidad étnica como fuera y geográficamente dispersas; 4) existen inmigrantes que observan ventajas en cuanto a los ingresos percibidos como empresario en relación a otras formas de empleo, especialmente los que se generan en los enclaves étnicos, que suelen penalizar los ingresos a favor de ganar competitividad (Hum, 2001), y 5) los emprendimientos étnicos afectan tanto las proyecciones económicas de los miembros pertenecientes a la comunidad étnica como de los integrantes de la sociedad de destino. Al respecto, cabe señalar que no tiene “importancia si la creación de empresas responde a una salida al desempleo sino que crea oportunidades de empleo para el mismo inmigrante y para otros pertenecientes a la comunidad étnica o que esté fuera de esta”. Esta última controversia lleva al autor a indagar más que en sus orígenes, en sus implicancias, manifestadas en las consideraciones acerca del

impacto económico que este tipo de iniciativas pueden generar en la economía donde se establecen. Al respecto, el autor propone aumentar el nivel de complejidad en el análisis incorporando el concepto de emprendeduría transnacional. Bajo esta perspectiva emergente, según Zhou se estimula una “nueva forma de pensar acerca de cómo el contexto de salida y de destino interactúan y afectan a la probabilidad de ser empresario, cómo se constituye la estructura y acceso a las oportunidades, que permite a los individuos con diferentes experiencias socioeconómicas, aún teniendo la misma nacionalidad, iniciar negocios transnacionales, como éstas afectan o son afectadas por la experiencia pasada y presente del emprendedor inmigrante y por qué difieren las tasas de creación de empresas entre estos colectivos y los nativos.”

En referencia a la aparición de vínculos, afiliaciones, identidades y formas de acción públicas y políticas más allá de la pertenencia a una determinada nación y a su territorio, los estudios sobre comunidades transnacionales y sobre los instrumentos e instituciones del transnacionalismo han protagonizado nuevas e innovadoras líneas de investigación desde finales de la década de 1990 (López Sála, 2005; Pries, 2001), y es que en el marco de las transformaciones económicas globales, la economía étnica también debe ser analizada más allá de los contextos locales o nacionales donde se ubican, puesto que una de las características fundamentales en los procesos migratorios es el modo de vida transnacional. La aparición de esta nueva estructura de oportunidades debe llevar a los investigadores de este fenómeno a romper los armazones conceptuales y analíticos de tendencias pasadas, haciendo mayor hincapié en las nuevas estructuras de oportunidades y los elementos novedosos que aporta el concepto-balanza, diversidad, densidad, regularidad de movimientos, etc.-

El transnacionalismo o “el vivir transnacional se refiere a una amplia panoplia de relaciones sociales, culturales, políticas y económicas transfronterizas que emerge, intencional e inspiradamente, de la presión de los migrantes por mantener y reivindicar a distancia su ambiente socio-cultural de origen” (Guarnizo, 2004: 57). El transnacionalismo es, por tanto, un concepto que involucra diversos aspectos, desde los sociopolíticos hasta los económicos, como que también involucra la acción del inmigrante individual y la sociedad receptora con sus instituciones. En cuanto al aspecto sociopolítico, el concepto relacionado a estas nuevas formas de organización multicultural es el de ciudadanía transnacional. Este concepto no sólo adquiere relevancia en el ámbito sociopolítico, sino que puede tener impacto directo en las actividades económicas, como sugiere el análisis de GEM que hemos desarrollado previamente. En este sentido, Margen (2006) considera que es necesario reconceptualizar el término ciudadanía; término que ya no queda asociado a límites territoriales cerrados sino a una forma institucional

nueva, postnacional. Institución que, dada su existencia, modela las motivaciones individuales al momento de decidir la adopción de la ciudadanía de destino. Motivación que puede estar relacionada también con un compromiso del inmigrante de adoptar los valores de la sociedad de acogida, o bien responder a un cálculo racional que permite obtener ventajas económicas y/o políticas frente a los que no la poseen.

Desde el análisis económico, Chen y Tan (2009) argumentan que la creación de empresas de inmigrantes ya no debe verse en la actualidad como un enclave espacial y socialmente definido. Por el contrario, el emprendedor inmigrante puede generar redes “*glocalizadas*”; término que se utiliza para capturar la interacción entre lo local y lo global (Robertson, 1994). Para estos autores, estas redes dependen de los lazos fuertes y débiles tanto en la sociedad de acogida como de origen, de su tamaño, de los recursos comprometidos y de la diversidad étnica. Así, estas redes no responden a vínculos establecidos por proximidad geográfica, sino que se componen de distintas redes que actúan simultáneamente en el ámbito local y global. Para Chen y Tan, estos emprendedores transnacionales pueden establecer, a través de sus lazos familiares, comunitarios o redes profesionales y de negocios, un mayor alcance (fuera de las fronteras) de sus actividades emprendedoras. De ahí la necesidad de caracterizar, previamente a definir al emprendedor transnacional, el contexto de globalización que da sentido a su figura.

Según Light (2007) lo que distingue a un emprendedor transnacional de un intermediario de minorías, como establece la perspectiva culturalista, es la internacionalización de sus redes y recursos. Según este autor, mientras que los intermediarios de minorías dependen de los recursos de clase de su comunidad étnica, estos emprendedores adquieren estos recursos de su capital social internacional. Esto no sólo ha disminuido la importancia del enclave geográfico como determinante de las actividades empresariales, sino que ha facilitado el desarrollo de negocios internacionales llevados a cabo por estos empresarios inmigrantes. La globalización se ha dado no sólo en el aspecto económico, mediante la reducción de las barreras al comercio y la movilidad de trabajadores, especialmente de los países menos desarrollados a los avanzados sino, también, a nivel cultural, destacándose la hegemonía del idioma inglés como lengua global (ciencia, negocios, etc.), y la información, que han generado un aumento en la demanda de productos culturales y exóticos, especialmente en los países de mayor ingreso. Todas estas características han dado lugar a la aparición de los “*transinmigrantes*”, relegando la figura del emprendedor inmigrante y del enclave étnico. De esta forma, Portes et al. (2002) definen al emprendedor transnacional como aquel individuo que es capaz de establecer un negocio en la sociedad de destino, pero orientado a ofrecer su producto a un mercado más amplio que el de la

sociedad de acogida. Para ello, este emprendedor establece vínculos con su país de origen e incluso con terceros países. Una de las principales conclusiones a la que arriban en su estudio es que estos emprendedores suelen tener elevados niveles educativos y capacidad de gestión obteniendo de sus actividades ingresos más elevados que la mayoría de los inmigrantes asalariados.

Asociado a estas cualidades, Margen (2006: 98) analiza los factores que se asocian al emprendedorismo transnacional, agrupándolos según si: 1) están ligados directamente con los objetivos del negocio, o 2) no están ligados a estos objetivos. Dentro de las primeras, el autor destaca las redes personales, el idioma y las habilidades humanas y financieras. De esta forma, según este autor, cuando más débiles son los lazos coétnicos, cuanto mayor es el dominio del idioma de la sociedad de destino, cuanto mayor sea su experiencia gerencial y formativa en la sociedad de origen y mayor su capacidad financiera, entonces existe una probabilidad más alta de que estos individuos puedan desarrollar negocios transnacionales y fomentar este tipo de relaciones, no sólo vinculando ambas culturas, la de origen y la de destino, sino con posibilidades de integrar terceras culturas. Por otra parte, los aspectos no comerciales que influyen en la capacidad de desarrollo de empresas transnacionales, son la frecuencia y propósito del retorno al país de origen, su posición social y formativa, sus expectativas de asimilación en la nueva cultura. Según Margen, cuanto menor es la frecuencia de retorno, o bien los viajes se realizan con el objetivo de atender cuestiones familiares, mayor es la conciencia de estos inmigrantes de que la asimilación es un proceso de integración recíproco y menor es la dependencia con otros inmigrantes de igual origen o con sus recursos; bajo estas condiciones mayor impacto tendrá su actuación en los vínculos transnacionales. Una diferencia importante que considera este autor en cuanto a las características del emprendedor inmigrante actual y las definidas en los enfoques tradicionales es que “los emprendedores inmigrantes demostraron que la adaptación sociopolítica es una experiencia altamente individual. La adaptación de grupos con suficiente capital humano, financiero y cultural, es de naturaleza más individual, en contraste con las teorías tradicionales de trabajo inmigrante, que abordan casos de grupos con escasos recursos humanos y financieros, que siguen una trayectoria más colectiva, usando sus redes étnicas.”

Asimismo, Rath (2006: 6) expone varias razones por las cuales el inmigrante emprendedor constituye un nexo entre las economías de origen y receptora. Estas razones son: 1) el comercio puede mejorar ambas economías, porque los inmigrantes demandan bienes de origen (alimentos, música, etc.); 2) los inmigrantes disponen de acceso y conocimiento de los mercados en el país



de origen que pueden favorecer las vinculaciones entre países; 3) los vínculos comerciales pueden crecer hacia la apertura de nuevos negocios en el país donde se ha establecido el emprendedor y/o en el país de origen, convirtiéndose en un círculo virtuoso de migración, y 4) las vinculaciones no sólo son de bienes sino también de servicios, que puede ser de especial importancia en el país de origen fundamentalmente en aspectos asociados a transferencia de tecnología.

En función de estas características, Landolt et al. (1999) analizando los patrones de inserción de los emprendedores salvadoreños en Estados Unidos, proponen establecer una tipología de empresas transnacionales que tienen en cuenta el tipo de transacciones y flujos que establecen los inmigrantes residentes en la sociedad de destino con su país de origen. De esta forma, estos autores establecen cinco tipos de empresas transnacionales: a) las empresas de circuito: son las empresas típicas dentro de los negocios transnacionales porque sostienen el flujo de recursos tangibles e intangibles entre el país de origen del inmigrante y el de establecimiento. Se incluyen dentro de este grupo las empresas formales e informales de envío de dinero, productos, etc.; b) empresas culturales: cumplen el rol tácito de ser promotoras de la identidad nacional. Los sectores donde más se desarrollan son los medios de comunicación que distribuyen información acerca del país de origen, por ejemplo, prensa étnica, programas televisivos o radiales, etc.; c) empresas étnicas: son empresas pequeñas agrupadas geográficamente que atienden exclusivamente al mercado étnico, por ejemplo, pequeños almacenes, restaurantes, peluquerías, carnicerías, etc.; d) empresas de migrantes retornados: suelen ser empresas de servicios o comercios establecidos por inmigrantes en el país de origen invirtiendo sus ahorros obtenidos en el país de destino. Habitualmente, son negocios de baja rentabilidad que obliga al emprendedor a buscar trabajo en relación de dependencia en el país de destino para sostener la actividad empresarial en su país de origen, y e) empresas transnacionales en expansión: son empresas establecidas en el país de origen o nuevos negocios que conciben al inmigrante como parte del mercado local. De esta forma, desarrollan estrategias de vinculación que permiten conectar ambos mercados generando verdaderos flujos internacionales de capitales, como por ejemplo, empresas internacionales de distribución. Además, estos autores relacionan estos modelos de negocios con distintas dimensiones del proceso productivo, como se muestra en el siguiente cuadro.

**Cuadro 17: Tipología de empresas transnacionales en relación al proceso productivo**

Tipo de empresa	Capital inicial	Trabajo	Recursos para el mantenimiento y la expansión	Consumo
Circuito	Transnacional	Transnacional	Transnacional y local	Local/Local (origen/destino)
Cultural (país de destino)	Local	Local	Local y transnacional	Local
Étnica (país de destino)	Local	Local	Transnacional	Local
Migrante de retorno	Transnacional	Local	Transnacional	Local
Expansión transnacional	Transnacional	Transnacional	Transnacional	Local (país de destino)

Fuente: Landolt et al. (1999).

A las dimensiones económicas que definen el perfil transnacional de las empresas de inmigrantes, Portes et al. (1999) profundiza el análisis incorporando la dimensión política y sociocultural (véase el siguiente cuadro).

**Cuadro 18: Transnacionalismo y sus tipos**

		Sector		
		Económico	Político	Socio-cultural
Nivel de institucionalización	Bajo	*Comercio entre países informal *Pequeñas empresas creadas en el país de origen por inmigrantes retornados *Circulación de trabajadores inmigrantes de larga distancia	*Comités cívicos del país de origen creados por inmigrantes. *Alianzas de comités inmigrantes con asociaciones políticas del país de origen * Recaudación de fondos para los candidatos electorales en el país de origen.	*Competiciones deportivas amateur entre ambos países. *Grupos musicales presentándose en centros de inmigrantes. * Religiosos del país de origen visitando ya sus seguidores en el exterior.
	Alto	*Inversiones multinacionales en países del Tercer Mundo. * Desarrollo del mercado turístico de ciudades del exterior. * Agencias bancarias del país de origen en centros de inmigrantes.	Consulados oficiales y representaciones políticas de ambas partes en el exterior *Doble nacionalidad garantizada por el gobierno en el país de origen. * Inmigrantes elegidos para la legislatura en el país de origen	*Exposiciones internacionales de arte nacional. * Principales artistas del país de origen actuando en el exterior. *Eventos culturales realizados con regularidad en las embajadas.

Fuente: Portes et al. (1999).

La clasificación propuesta por Portes et al. (1999) relaciona al ámbito de desarrollo (económico, político o sociocultural) con el nivel de formalización de estos vínculos entre la sociedad de origen del emprendedor inmigrante y la de destino. Lo interesante de esta tipología es que

permite describir adecuadamente el contexto de desarrollo de estas empresas y facilita la evaluación de las distintas dimensiones de acuerdo a su grado de desarrollo. De ahí que pueden darse situaciones de alto grado de vinculación formal a nivel político o sociocultural y bajo grado de fortalecimiento de las relaciones, o bien cualquier otra de estas combinaciones. Analizar estos aspectos por separado permite realizar exhaustivo diagnóstico de situación y proponer mejoras que permitan potenciar las interrelaciones nacionales, en los casos en que existan este tipo de relaciones transnacionales.

El aspecto más interesante de este enfoque de *entrepreneurship* transnacional es el análisis de su impacto en las sociedades de origen y destino. Al respecto, Chen y Tan (2009: 1081) sostienen que “por una parte, la creación de empresas transnacionales contribuye al desarrollo económico en muchos de los países de origen, a través de los flujos de inversión y transferencia de tecnología. Por otra parte, la economía en el país de origen afecta a la clase de negocios que los emprendedores transnacionales pueden realizar entre los dos países. De ahí que la importancia de los lazos sociopolíticos entre el país de origen y destino es fundamental para lograr el desarrollo de emprendimientos de estas características.” Del mismo modo, Portes et al. (1999: 228) concluyen que esta clase de emprendedores transnacionales “emergen para salvar las necesidades distintivas y complementarias de los inmigrantes y la población de su país de origen. La demanda de información y noticias, alimentos y productos culturales de sus países de origen es elevada entre las comunidades inmigrantes, mientras que el deseo de productos electrónicos de avanzada e inversiones financieras se extiende entre la población de origen.”

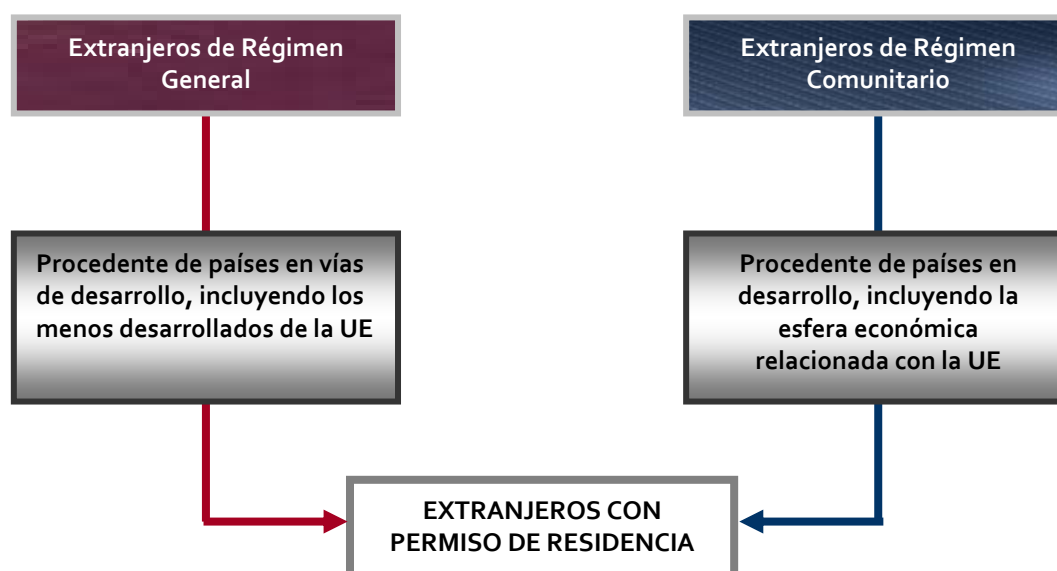
### **5.8. La incidencia del origen del emprendedor en las motivaciones a emprender**

Los estudios que indagan en las motivaciones a emprender de los individuos han unánimemente aceptado la división entre emprendedores por necesidad- son llevados a iniciar emprendimientos “forzados” por su situación en el mercado laboral (barreras de ingreso o insatisfacción en el trabajo)-, y emprendedores por oportunidad- voluntariamente crean una empresa a fin de explotar oportunidades de negocio- (Reynolds et al. 2002; Minniti et al. 2006; Colin, 2009; Smallbone y Welter, 2004). Según Block y Wagner (2006: 2-3), esta distinción ha permitido indagar en aspectos interesantes del proceso emprendedor: 1) la relación significativa entre los niveles nacionales de creación de empresas por oportunidad y el crecimiento económico dónde países con ratios de emprendimientos por oportunidad respecto a los de necesidad elevadas tienen mayor nivel de ingreso per cápita; 2) no existe relación entre la tasa de los

emprendimientos por necesidad y la tasa de emprendimientos por oportunidad, lo cual indica que son otras las causas en cada una de ellas, y 3) que los emprendedores por necesidad tienen diferentes aspiraciones que los de oportunidad, siendo mayor entre estos últimos la expectativa de crecer rápido.

Sin embargo, estudios recientes han comenzado a analizar esta dicotomía resaltando que esta visión categórica puede guiar hacia la excesiva simplificación de la realidad emprendedora. Colin et al. (2006) muestra en su estudio que algunos emprendedores que inicialmente comenzaron empresas motivados por necesidad han tenido a lo largo del tiempo una actitud proactiva que les permitió detectar nichos desabastecidos y convertirse en emprendedores por oportunidad. De este modo, estas dos categorías no son excluyentes sino que en el análisis dinámico, las distintas motivaciones, sean por necesidad u oportunidad, se entrelazan. Este tipo de argumentación es el que proponemos discutir en este trabajo de investigación, para el caso del empresariado inmigrante argentino. Según el GEM (2009), las motivaciones implícitas en la creación de empresas están directamente ligadas al origen del emprendedor, como queda representada en la siguiente figura.

**Figura 16: Composición de la población extranjera con permiso de residencia en España**



Fuente: Informe GEM (2009).

El GEM, en el caso de España, agrupa a los emprendedores inmigrantes en dos categorías legales. Por un lado, aquellos provenientes de países en vías desarrollo que ingresan al régimen general, es decir, con el otorgamiento de un permiso de trabajo y permanencia en España y, por

otro lado, a los emprendedores de origen comunitario, que gozan de todos los derechos de ingreso, permanencia y movilidad laboral dentro del territorio comunitario. De acuerdo a la forma legal de ingreso, el informe GEM atribuye una relación directa de ésta con las motivaciones que el emprendedor tiene al momento de iniciar un proyecto empresarial. De esta forma, y siguiendo las definiciones vinculadas al concepto de emprendedor por oportunidad y por necesidad, el GEM engloba dentro del grupo de emprendedores por necesidad a los inmigrantes que ingresan a España por Régimen general, mientras que considera emprendedores por oportunidad a los inmigrantes comunitarios. Esta vinculación entre el lugar de procedencia y el tipo de motivaciones a emprender adoptado por el GEM ha sido analizada de la misma forma en otros contextos. Por ejemplo, Chrysostome (2010) establece las características que definen cada uno de los grupos, necesidad-oportunidad, y que son resumidas en el siguiente cuadro:

**Cuadro 19: Perfil de los emprendedores inmigrantes por necesidad y por oportunidad**

CARACTERÍSTICAS	EMPRENDEDORES INMIGRANTES POR NECESIDAD	EMPRENDEDORES INMIGRANTES POR OPORTUNIDAD
EDAD	Edad media	Edad media
SEXO	Hombres	Hombres
EDUCACIÓN	Desde escuela secundaria a universitaria	Educación universitaria
ESTADO CIVIL	Casado	Casado
EXPERIENCIA PROFESIONAL	Limitada	Buena
MANEJO DEL IDIOMA EN EL PAÍS RECEPTOR	Limitada	Funcional
PAÍS DE ORIGEN	Países en vía de desarrollo	Países en desarrollo y en vías de desarrollo
PAÍS DONDE SE EDUCÓ	Origen	Origen y destino
NACIONALIDAD DE LOS EMPLEADOS	Nacionalidad de origen	Nacionalidad de destino
SEGMENTO DE MERCADO	Mercado étnico	Mercado abierto
ACCESO A CAPITAL INICIAL	Limitado	Bueno
ACCESO AL SISTEMA FINANCIERO	Limitado	Bueno
FUENTES DE CAPITAL	Redes sociales	Sistema de financiamiento formal
NIVEL DE INTEGRACIÓN	Limitado a la comunidad étnica	Buena

Fuente: Chrysostome (2010).

A diferencia de la definición adoptada por el GEM, dónde el lugar de procedencia y el régimen legal de ingreso es el factor determinante de las motivaciones a emprender, este autor amplía las dimensiones de análisis comparando, además del país de procedencia del emprendedor, aspectos demográficos y del emprendimiento. En primer lugar, el autor destaca que en general, los inmigrantes que emprenden por necesidad son nacidos en países menos desarrollados, han

recibido su educación en su país de origen y no poseen educación formal elevada. Además, su experiencia profesional suele ser limitada y lo que caracteriza sus comienzos es la falta de capital, que generalmente obtienen mediante sus redes coétnicas. Asimismo, suele tener una estrategia de negocio cerrada, tanto en la oferta de su producto como en las políticas de contratación de la fuerza de trabajo. En cierta medida, este perfil responde a las explicaciones propuestas por las teorías culturalistas y ecologistas, en cuanto a relacionar este proceso emprendedor con situaciones de marginación, conformaciones de enclaves étnicos y estrategias de negocios orientadas a la supervivencia. En segundo lugar, Chrysostome (2010) destaca de los atributos de los emprendedores inmigrantes que inician por oportunidad la elevada integración con el país de acogida, o bien porque es allí donde reciben educación formal superior o porque tienen estrategias de negocio mixtas, que apuntan a mercados abiertos en lo que refiere a la contratación de empleados o al tipo de consumidores de sus productos. De la misma forma, Díaz y González (2005) consideran que las intenciones de los emprendedores inmigrantes están relacionadas con las intenciones de permanencia en la sociedad de acogida. Los factores que determinan esas intenciones son: 1) accesibilidad al mercado o a los consumidores; 2) nicho étnico; 3) el acceso al capital; 4) tolerancia de la sociedad de acogida; 5) las redes de apoyo; 6) buen nivel educativo; 7) a mayor edad, mayores intenciones de permanecer; 8) las experiencias empresariales previas, y 9) el tiempo de residencia en la sociedad de acogida, que incide en el proceso de aculturación.

Un avance importante que incorpora el análisis de estas características, según Chrysostome (2010), es que permite ampliar el análisis distinguiendo, dentro de los emprendedores por oportunidad, entre: 1) aquellos inmigrantes que emigraron con el objetivo de iniciar una empresa en el país de destino (*tradicional opportunity entrepreneurs*); 2) aquellos inmigrantes que llegaron para adquirir entrenamiento o formación profesional en el país de destino y después decidieron crear una empresa (*diaspora entrepreneurs*); 3) aquellos que emigraron para aprovechar una oportunidad laboral en el país de destino y después inician una empresa para aprovechar una oportunidad de negocio (*transnacional entrepreneurs*), y 4) aquellos inmigrantes de segunda generación, que son los hijos de inmigrantes que nacieron en el país de destino (*global immigrant entrepreneurs*). Además, este autor considera que dada la importancia que han adquirido los diferentes tipos de emprendedores inmigrantes en la actualidad, sería “una buena contribución proponer una tipología del emprendedor inmigrante contemporáneo” (Chrysostome 2010: 150).

En esa línea se orienta nuestro trabajo de investigación, a pesar que dentro del entorno GEM se ha comenzado a profundizar en estas definiciones, especialmente en lo que refiere a la relación entre los países en vías de desarrollo y los emprendimientos por necesidad, todavía suele darse una confianza, matizada, a este tipo de relación. Por ejemplo, en el informe del GEM (2008) se incorpora el caso de empresarios de origen extracomunitario con doble nacionalidad, como es el caso de la mitad de la población argentina residente en España, analizando que aún en el caso de extranjeros de régimen comunitario proveniente de países en vías de desarrollo la tasa de creación de empresas por necesidad sigue siendo superior al 25% del total. Nuestra crítica a este enfoque no es la definición en sí, sino los aspectos que son tenidos en cuenta en la clasificación, más teniendo en cuenta que afecta directamente en el impacto de su actividad en el territorio. Uno de los aspectos menos analizados en el campo de la creación de empresas de origen inmigrante es la capacidad de estos individuos de ejercer su vocación emprendedora en el país de destino, no para resolver problemas estructurales derivados de los obstáculos de inserción a los que se enfrenta, sino para aprovechar oportunidades empresariales y favorecer el entorno económico mediante su capacidad de innovación. Al respecto, Kupferberg (2004:74) sostiene que “extrañamente la falta de interés en las motivaciones personales y las capacidades innovadoras de los emprendedores ha caracterizado las investigaciones en la creación de empresas de inmigrantes. Aunque este tipo de *entrepreneurship* atrajo la atención de sociólogos, su interés en conocer sus motivaciones y potencial creativo han estado ausentes.” Y en el caso en que han sido considerados, se ha limitado al análisis de inmigrantes de países desarrollados.

Sin embargo, Kloosterman y Rath (2001: 191) exponen que “aunque el típico emprendedor inmigrante procedente de país en vía de desarrollo básicamente se ajusta al estereotipo de alguien que carece de recursos financieros y educacionales, hemos visto que recientemente emerge un nuevo tipo de emprendedor étnico. Especialistas de China e India se han convertido en emprendedores importantes en Silicon Valley. De ahí que sugieren que emprendedores inmigrantes altamente cualificados del Tercer Mundo pueden ser importantes en el futuro próximo”. Por lo demás, Kloosterman (2010) sostiene que en muchas economías avanzadas se pueden observar grandes contingentes de profesionales altamente cualificados provenientes de países que no pertenecen a la OECD, aún cuando también todavía existe un flujo importante de inmigrantes de baja cualificación. Por ello para entender el empresariado étnico deben considerarse ambos extremos, comprendiendo que los inmigrantes pueden iniciar una empresa que requiera elevados niveles de capital humano. Es más, Kupferberg (2004) considera que el problema identificado en el análisis de las motivaciones a emprender dentro del colectivo inmigrante es que se adoptan los mismos enfoques aplicados al análisis del emprendedor

tradicional, ignorando la importancia que tiene en este caso su valor social. La falta de reconocimiento social del inmigrante puede aumentar la necesidad de demostrar cuánto puede aportar con su trabajo. Necesidad que puede llevarlos a asumir y tolerar mayores riesgos, que es un aspecto esencial, entre otros, para decidir la realización de un emprendimiento innovador.

Por lo tanto, Kupferberg (2004: 77) argumenta que es necesario ajustar la noción de emprendedor innovador en este agente social, ya no adoptando una definición objetiva y aislada de los factores subjetivos que llevan a que estos individuos innoven en otro contexto. Este autor destaca, también, la importancia de atender al emprendedor como un agente reflexivo que busca reconstruir su mundo, negocia su identidad y elige estrategias apropiadas para su adaptación y de acuerdo a sus objetivos particulares. Una vez que se conocen estos aspectos, puede entenderse el tipo de motivaciones y estrategias que elabora y el por qué. De esta forma, “no puede abstraerse el éxito de un negocio del origen de la persona que lo crea, de cuáles son sus ambiciones en la vida, en qué sentido ser empresario es una forma de vida o cómo ser empresario inciden en su estatus social”. Bajo esta idea, este autor destaca que la marginalidad en la sociedad de destino puede tener una connotación positiva, reflejada en la capacidad de innovación. Innovación que se define como la estrategia por la cual un agente “reflexivo” hace frente a las injusticias sociales.

### **5.9. La creación de empresas de inmigrantes en España e hipótesis de la investigación**

Los estudios empíricos sobre el empresariado étnico en España han sido abordados desde dos ejes centrales: 1) los basados en la metodología del GEM, que parten del análisis de resultados de la encuesta anual, y 2) los basados en otras fuentes de información a nivel regional. Las investigaciones basadas en los datos del GEM, adoptan la relación entre emprendedores por oportunidad/necesidad y el lugar de procedencia. En esta perspectiva, se destacan Coduras (2008, 2007, 2006), De la Vega y Coduras (2005, 2007), Irastorza y Peña (2007). Estos autores analizan las condiciones que determinan la creación de empresas en España por parte de los inmigrantes, sus características sociodemográficas y los factores que inciden en que estos grupos posean una tasa de creación de empresas superior a la de los autóctonos. También, diferencian las motivaciones de los emprendedores de acuerdo a su nivel de procedencia: extracomunitarios/necesidad y comunitario/oportunidad.

Las investigaciones empíricas de emprendedores inmigrantes en España a nivel regional se han centrado en el análisis del fenómeno emprendedor, desde las perspectivas teóricas que hemos



explicado anteriormente: culturalista, ecológica e interactiva. Dentro de la perspectiva culturalista, se destacan la investigación de Cebrián y Bodega (2002), que analiza los emprendimientos comerciales de inmigrantes en el centro de Barcelona, y Beltrán (2000, 2003), que estudia los negocios étnicos del colectivo inmigrante chino. Estos autores, basan sus análisis en la influencia de las redes sociales en el establecimiento de las empresas étnicas y en la conformación de las estrategias, y ello tiene lugar mediante el aprovechamiento de los “recursos de clase” propios de los enclaves étnicos. Por lo demás, desde la perspectiva ecológica, que otorgan especial importancia a la dimensión geográfica y la concentración comercial, como causas de la aparición de emprendimientos étnicos, se destacan los estudios de Moreras (1999), Serra (2006) y Aramburu (2002), que analizan el caso de inmigrantes en Barcelona, Buckley (1998) y García Ballesteros et al. (2006) para el caso de Madrid, y Torres (2006), en Valencia. Estas investigaciones destacan el efecto revitalizador de las actividades comerciales de los inmigrantes en la estructura económica, especialmente dinamizando sectores económicamente abandonados y deprimidos.

Los aportes desde la perspectiva interactiva, que tiene en cuenta factores institucionales y de la estructura de oportunidades, son investigaciones llevadas a cabo por Solé et al. (2007), Solé y Parella (2005), para el estudio del empresariado étnico en Cataluña, y Arjona (2004), para el caso de inmigrantes en Almería. En estos trabajos, se cuestionan los modelos de economía étnica y se propone ampliar el análisis incorporando las condiciones estructurales de las sociedades de destino, al igual que sugieren tener en cuenta que existen otras motivaciones para el autoempleo, especialmente describen que muchos inmigrantes consideran el autoempleo como una opción atractiva y no como una salida al desempleo y la marginación. Según Arjona y Checa (2006: 124) en “España se pone de manifiesto la necesidad de buscar nuevos aportes teóricos que explique una realidad muy determinada por el contexto de recepción y el marco del régimen normativo más estricto”. En este sentido, Solé et al. (2007), tomando en cuenta estas dimensiones y aplicando el modelo conceptual de Landolt, establece una tipología de empresas de inmigrantes en Cataluña, que constituye el aporte más exhaustivo y amplio que, a nuestro entender, se ha desarrollado en la investigación aplicada al caso español. De los resultados que este trabajo obtiene, destacamos aquellos que se relacionan directamente a las motivaciones a emprender entre el colectivo inmigrante en España. Solé et al. (2007: 169) argumentan que “cabe distinguir aquellas iniciativas empresariales internas que no son el resultado de un contexto determinado, sino de un proyecto migratorio impregnado, desde su génesis, de la cultura emprendedora y de los recursos materiales y educativos necesarios para conseguir el éxito empresarial. Además, en relación a los perfiles de inmigrantes, con un nivel educativo

bajo y sin experiencia empresarial previa, predominan los negocios por necesidad. Finalmente, hay otro perfil de empresarios que atribuyen su iniciativa a los obstáculos insalvables del mercado de trabajo. No crean negocios por necesidad. Se trata, a menudo, de personas con un nivel educativo elevado, relegados a situaciones objetivas de inconsistencia de estatus en el mercado general. Saben aprovechar, de manera creativa, las nuevas oportunidades que ofrecen los procesos de globalización económica y migración internacional.”

Las conclusiones de Solé abren la posibilidad de investigar aspectos no considerados en el análisis tradicional de economía étnica. Arjona y Checa (2006: 135) concluyen que deberían “abrirse nuevas líneas teóricas que abordaran más en profundidad y de forma exclusiva, por un lado, las diferencias existentes de estos negocios con los de economía abierta, donde se explique si las divergencias estriban en la procedencia de los empresarios o, si por el contrario, las diferencias radican en las estrategias, las relaciones empleador/empleado, los productos ofertados, la clientela, la ubicación espacial o la combinación de todos.” Estas líneas llevan a incorporar otras dimensiones de análisis, como las características individuales del emprendedor y las condiciones de entorno específicas del contexto español. En este sentido, consideramos interesante destacar las reflexiones finales que proponen Arjona y Checa (2006: 136) respecto a la necesidad de considerar un nuevo concepto que explique el comportamiento emprendedor de los inmigrantes en España. Según estos autores, “el transnacionalismo es un elemento fundamental para explicar el funcionamiento de la economía étnica actual, donde se rompe la idea de un tejido empresarial formado por empresas pequeñas, informales y circunscritas al espacio donde se ubican. No obstante, la relación transnacional no impacta necesariamente de igual forma a título individual que en la comunidad. Incluso sus resultados y conclusiones están poco definidas debido a que su base se fundamenta en estudios de caso y no global”. Por ello, proponen diferentes niveles de análisis de los negocios étnicos que les han ayudado “a solventar cuestiones en proceso de revisión. En primer lugar, abordar, de forma inicial, el estudio del empresariado étnico a título individual, para conocer así las motivaciones que les llevan a instalarse y descubrir el carácter innovador. En segundo lugar, estudiar los elementos que utilizan de la estructura de oportunidades, haciendo especial hincapié en la densidad y tamaño de las redes, al igual que la confianza desarrollada entre coétnicos. En tercer lugar, conocer el marco político-institucional donde se enmarcan los negocios y el carácter transnacional. Y, en cuarto lugar, aunque sea en estudios de caso, comparar y buscar elementos comunes con los resultados de investigaciones internacionales.” Por último, en relación a la existencia de estudios contextualizados en España, hacemos referencia a los trabajos realizados respecto al empresariado argentino en España. Si bien el desarrollo a nivel español de este tipo de

investigaciones, para el caso concreto del colectivo argentino, es escaso. Así, se destaca el trabajo de Oso y Villares (2005) que analizan el caso de los latinoamericanos, incorporando en la muestra empresarias argentinas y venezolanas radicadas en Galicia. Para estas autoras, lo que condiciona las posibilidades de éxito de estas empresas son las que se describen en el cuadro.

**Cuadro 20: Factores condicionantes del éxito o fracaso en los negocios de latinoamericanos**

FACTORES CONDICIONANTES DE LA TRAYECTORIA DE ÉXITO O FRACASO EN LOS NEGOCIOS	
<p>Factores que favorecen la trayectoria empresarial, más presentes entre la población latinoamericana procedente de países vinculados con la emigración española (Argentina, Venezuela, Uruguay).</p> <p>Tener la nacionalidad española. Estar en situación de regularidad jurídica.</p> <p>Disponer de capital o propiedades en el país de origen.</p> <p>Tener contactos con la población española que faciliten conseguir un aval. Haber homologado la titulación. Contar con el apoyo de las redes familiares y/o comunitarias en la sociedad de destino, para conseguir ahorros, un préstamo informal, o para resistir los primeros golpes en la puesta en marcha del negocio. Tener contactos para conseguir socios transnacionales.</p> <p>Acceder a subvenciones (ayuda al retornado, etc.). Poder acceder a los programas de ayuda para emprendedores, lo cual facilita el acceso a micro-créditos. Disponer de tiempo para asistir a los cursos de formación. Haber tenido experiencia en negocios similares en el país de origen. Ser capaz de reciclar habilidades extra-profesionales. Formación en el ámbito empresarial. Estar socializado desde la infancia en el trabajo por cuenta propia. La presencia de "enclaves étnicos" o redes comunitarias de solidaridad. No tener cargas familiares. La especialización de la actividad del negocio. Optar por la modalidad empresarial de la franquicia o .</p>	<p>Factores que bloquean o perjudican la trayectoria empresarial, más presentes entre la población Latinoamericana originaria de países sin vínculos con la emigración española (Perú, R. Dominicana, Ecuador, Colombia). Y entre las mujeres que migran solas.</p> <p>Estar en situación de irregularidad jurídica. Tener que pasar previamente por el trabajo asalariado para conseguir la documentación por cuenta propia. Haber salido del país con una deuda o sin capital disponible para invertir. El aislamiento respecto a las redes de contacto con españoles dificulta el poder conseguir un crédito. No conseguir homologar la titulación. Haber emigrado solo. No disponer de una red de apoyo del colectivo migrante. Tener familiares dependientes en el país de origen (necesidad de envío de remesas). No tener el apoyo de un miembro de la familia que pueda dar estabilidad económica al hogar trabajando como asalariado al inicio del proceso. Trabajar como asalariado y no disponer de tiempo para poder acogerse a un programa de ayuda para emprendedores.</p> <p>No tener experiencia en el autoempleo.</p> <p>No disponer de formación empresarial.</p> <p>Las cargas familiares en la sociedad de destino. Poner en marcha un negocio en el marco de un mercado saturado. No conocer el mercado de trabajo español.</p>

Fuente: Oso y Villares (2005).

## **PARTE II**

# **METODOLOGÍA Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

---

---

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

FACTOR EMPRESARIAL Y FLUJOS MIGRATORIOS ARGENTINOS A ESPAÑA. UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA

Fabiola Baltar

ISBN:978-84-694-2173-4/DL:T. 1031-2011

## CAPÍTULO VI

---

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

FACTOR EMPRESARIAL Y FLUJOS MIGRATORIOS ARGENTINOS A ESPAÑA. UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA

Fabiola Baltar

ISBN:978-84-694-2173-4/DL:T. 1031-2011

## CAPÍTULO VI: DISEÑO METODOLÓGICO

*“Todavía en la práctica, el razonamiento humano es lo suficientemente complejo y flexible que es posible investigar preguntas predeterminadas y probar hipótesis acerca de ciertos aspectos de un programa de investigación, mientras éste sea lo bastante abierto y natural en la búsqueda de otros aspectos de dicho programa.”*

Patton, M (1990).

### 6.1. Introducción

En función a las preguntas de investigación y a los objetivos planteados en esta tesis, a continuación se presenta el diseño adoptado para la confirmación de la hipótesis. La hipótesis de nuestro trabajo es que existe en los(as) inmigrantes argentinos(as) un stock de capacidades intelectuales, financieras y de experiencia empresarial, que facilita el aprovechamiento de oportunidades de negocio en un contexto institucional que brinda condiciones favorables para su desarrollo. De hecho, las características del entorno son claves para explicar el proceso de creación de empresas, y es que dónde existen reglas institucionales eficientes y menores costes de transacción, especialmente en contextos dónde los esfuerzos por la búsqueda de información disminuyen, se incrementa la posibilidad de visualizar las oportunidades del mercado. Además, a diferencia de otros grupos no comunitarios, si bien existen emprendedores(as) que se asemejan a las características de las personas que emprenden por necesidad, también hay otro grupo que emprende motivado por la búsqueda de oportunidades no explotadas en el mercado, y son capaces de crear empresas innovadoras. Por ello, el impacto positivo de sus actividades en el país de destino, así como la pérdida para el país de origen es elevado.

Previamente a definir el diseño implementado, es necesario considerar aspectos ligados a la postura epistemológica que valida el uso de las técnicas escogidas y nuestro posicionamiento teórico-metodológico dentro del proceso de investigación (Taylor y Bodgan, 1992; Tersch, 1993). A tal fin, mencionamos algunos atributos particulares de nuestro objeto de estudio que justifican nuestro posicionamiento. En primer lugar, analizar a los(as) emprendedores(as) argentinos(as) en España, implica estudiar a una “población oculta”. Esto es, una población de la que no existe un registro censal que incluya a todos los individuos de dicho universo (Del Castillo, 1991). Ello se debe a que cerca de la mitad de los(as) inmigrantes argentinos(as) que han ingresado a España poseen nacionalidad comunitaria. Por ello en las estadísticas oficiales se subestima su presencia, hecho que impide la selección de unidades muestrales mediante



procedimientos aleatorios. En segundo lugar, estudiar a los(as) emprendedores(as) que crean empresas motivados por “oportunidad” implica realizar un análisis exploratorio previo que dé cuenta de su existencia. De allí que para el cumplimiento de los objetivos de la investigación, ha sido necesario aplicar un diseño metodológico secuencial. Por otra parte, se ha considerado relevante caracterizar previamente el objeto de estudio dada la ausencia de información descriptiva del colectivo de inmigrantes argentinos en España.

De acuerdo a estas consideraciones, el primer paso ha sido indagar en estudios previos de base empírica realizados en la temática para observar las metodologías implementadas, las características del objeto de estudio y el paradigma epistemológico predominante en el área de conocimiento de creación de empresas de origen étnico (cuadro 21).

**Cuadro 21: Muestra de trabajos empíricos de creación de empresas étnicas (1995-2010)**

AUTORES	AÑO	METODOLOGÍA	MUESTRA	FUENTE	PAIS DE ORIGEN	PAIS DE DESTINO
Phizacklea y Ram	1995	CL	SI (17)	Pr	Pakistán y Magrev	Francia y UK
Kaplan	1997	CN	NO	E y C	Indochina	USA
Lardiés	1999	CN	SI (169)	E y C	Europa del Norte	España y Francia
Li	2001	CN	NO	E y C	Inmigrantes general	Canada
Camarota	2000	CN	NO	E y C	Inmigrantes general	USA
Min y Bozorgmehr	2003	CN	NO	E y C	Corea e Irán	USA
Raijman y Tienda	2000	CN/CL	SI (204)	E y C	India, México, Arabia y Rusia	USA
Razin y Scheiberg	2001	CN	NO	E y C	Rusia	Israel
Chaganti y Greene	2002	CN	SI (112)	E y C	Asia y Latinoamerica	USA
Kim	2003	CN	SI (420)	Pr	Corea y China	China
Reis Olivera	2003	CN/CL	SI (224)	Pr	China	Portugal
Bradley	2004	CN	NO	E y C	Inmigrantes general	USA
Chiang	2004	CL	SI (103)	E y C	Taiwan	Australia
Hammarstedt	2004	CN	NO	E y C	Inmigrantes general	Suecia
Masurel et al.	2004	CL	SI (14)	Pr	Marruecos	Holanda
Praham y Andersson	2004	CL	SI (14)	Pr	Inmigrantes general	Suecia
Alici	2005	CL	SI (32)	Pr	Inmigrantes general	Suecia

Aparicio y Tornos	2005	CN	SI (512)	E y C	China, Rumania, Marruecos y Ecuador y Senegal	España
Mora y Davila	2005	CN	NO	E y C	Inmigrantes general	USA
Morris y Schindehutte	2005	CL	SI (31)	Pr	Japón, Corea, Filipinas, China, Vietnam y nativos	USA
Parella Rubio	2005	CL	SI (26)	Pr	China, Filipinas, Paquistán, Ecuador, Perú, Colombia, Marruecos, Argelia, Guinea,	España
Toussaint-Comeau,	2005	CN	NO	E y C	Inmigrantes general	USA
Ley	2006	CN	SI (90)	Pr	Hong Kong, Taiwan y Korea	Canada
Medina Audelo	2006	CL	SI (6)	Pr	Latinoamericanos	España
Serra del Pozo et al.	2006	CN	SI (25)	Pr	Pakistan y Magrev	España
Balaz y Williams	2007	CL	SI (87)	E y C	Vietnam	Eslovaquia
Baycan Levent y Nijkamp	2007	CN	NO	E y C	Inmigrantes general	Europa
Constant et al.	2007	CN	NO	E y C	Turquía	Alemania
Garrido	2007	CN/CL	SI(Barrido )	Primaria	Inmigrantes general	Almeria
Irastorza y Peña	2007	CN	NO	E y C	Inmigrantes general	España
Rusinovic	2008	CL	SI (252)	Pr	Inmigrantes general	Holanda
Sinerges	2007	CL	SI (16)	Pr	Inmigrantes general	España
Solé, Parella y Cavalcanti	2007	CN/CL	SI (51)	E y C	Inmigrantes general	España
Kanas et al.	2009	CN	NO	E y C	Turquía, Marruecos, Surinam y Antillas	Holanda
Kariv, Menzies, Brenner y Filion	2009	CN/CL	SI (590)	E y C	China, Italia, Israel India y Vietnam	Canada
Lofstrom	2009	CN	NO	E y C	Inmigrantes general	USA
Nestorowicz	2009	CL	SI (30)	E y C	India	Polonia y Bélgica
Ozdemir y Karadeniz	2009	CN	NO	E y C	Turquía	Turquía
Toledano, Urbano y Ribeiro	2009	CL	SI (3)	Pr	Venezuela	España
Díaz Serrano	2010	CN	NO	E y C	Latinoamericanos	España

Fuente: Elaboración propia.

\* CN= metodología cuantitativa; CL= metodología cualitativa y CN/CL= ambas.

\*\* E y C= Estadísticas y Censos; Pr: información primaria

En el cuadro anterior se han clasificado los estudios previos de acuerdo al contexto de aplicación, a los grupos de inmigrantes estudiados y el tipo de información que analizan. De esta forma, se observan dos tipos de estudio bien diferenciados. Aquellos que utilizan metodología cuantitativa, analizando datos estadísticos agregados de colectivos inmigrantes (asiáticos, hispanos, etc.). Y, trabajos que elaboran información primaria a partir del estudio en profundidad de muestras pequeñas y focalizadas en grupos específicos de inmigrantes. En los

últimos años, se destaca la tendencia a utilizar enfoques mixtos (cuanti y cualitativos) para estudiar el fenómeno de creación de empresas étnicas. Utilizamos esta información para comparar y describir nuestro diseño de investigación. Así, siguiendo la síntesis metodológica, este capítulo presenta la estrategia de investigación adoptada, dando respuesta a las siguientes preguntas: 1) ¿cuál es el paradigma dominante en el estudio de la creación de empresas de inmigrantes?; 2) ¿qué aspectos caracterizan la unidad de análisis en los estudios sobre la temática?; 3) ¿cuál es el contexto de verificación donde han sido desarrolladas las teorías en relación a la creación de empresas de inmigrantes?, y 4) ¿cuáles son los vacíos metodológicos que han sido identificados y que dan lugar a la propuesta metodológica de este estudio?

### **6.1.1. Positivismo versus Constructivismo. La adopción de la epistemología pragmática**

Según Páramo y Otálvaro (2006:3) se entiende por “postura epistemológica o paradigma al conjunto de suposiciones de carácter filosófico de las que nos valemos para aproximarnos a la búsqueda del conocimiento, la noción que compartimos de la realidad y de verdad, y el papel que cumple el investigador en esta búsqueda del conocimiento, al igual que la manera como asumimos el sujeto estudiado”. Por otra parte, los autores definen a la estrategia metodológica como “el plan de realización de la investigación en el que se especifican los participantes o la forma de identificarlos, las fases de exploración, así como las técnicas y los instrumentos que se utilizan para capturar la información”, es decir, debe existir coherencia entre el método y la postura epistemológica que se adopta. Habitualmente se asocia la metodología cuantitativa con la postura positivista y la cualitativa con la comprensiva-hermenéutica (Ballester y Colom, 2005). Las características que definen ambos paradigmas se describen en el cuadro 22.

**Cuadro 22: Diferencias entre el Paradigma Positivista y el Comprensivo-Hermenéutico.**

PARADIGMA EXPLICATIVO-POSITIVISTA	PARADIGMA COMPRENSIVO-HERMENÉUTICO
*Conceptualización y significación de la realidad "a priori" (a través de variables teóricas). *Verificación y confirmación de teorías.  *Observación controlada de la realidad (experimentación). *Unicidad de método (monismo metodológico).  *Primacía del método: el objeto de estudio se adecua al método (reduccionismo metodológico).  *Método explicativo-causal, confirmatorio, hipotético-deductivo e inferencial. *Método orientado por la fiabilidad y validez.  *Estudio de casos múltiples (nomotético): análisis cuantitativo para establecer leyes generales. *Estudios orientados a las variables.  *Uso de instrumentos formales para recolectar datos.	*Conceptualización y significación de la realidad durante el proceso de producción de conocimiento. *Descubrimiento y generación de teorías.  *Observación naturalista de la realidad.  *Pluralidad metodológica.  *Primacía del objeto de estudio: el método se adecua al objeto de estudio.  *Método descriptivo-comprensivo, exploratorio e iluminativo. *Método orientado por la relevancia.  *Estudio de casos particulares (idiográfico): interpretación cualitativa de significados. *Estudios dirigidos esencialmente a los casos.  *El investigador como instrumentos para recolectar datos.
<b>Acostumbra a obtener datos de naturaleza cuantitativa.</b>	<b>Acostumbra a obtener datos de naturaleza cualitativa.</b>

Fuente: Canveltus, J., (2000).

En cuanto a la metodología cuantitativa cabe destacar las siguientes características: 1) la capacidad para generar datos generalizables al conjunto de la población de estudio (debido a la aleatoriedad de las muestras y el tamaño); 2) la capacidad de obtener resultados manteniendo la independencia entre el objeto investigado y el investigador, que fortalece la relación causa-efecto; 3) la facilidad en la captación y análisis de sus datos, en términos de tiempo de ejecución y rapidez, y 4) la capacidad de predecir comportamientos. Sin embargo, su carácter ahistórico es una debilidad frente a la utilización de otras metodologías, especialmente en estudios que focalizan en el comportamiento social. Muchos cuantitativistas centran su trabajo en la contrastación de hipótesis preestablecidas más que en la teoría o en la generación de hipótesis (Burke Johnson y Onwuegbuzie, 2004). Como consecuencia, muchas veces puede abusarse de la manipulación de las variables en búsqueda del modelo que más se "ajusta" a la realidad a estudiar, reduciendo de esta forma el poder explicativo de los modelos planteados como "fiel reflejo" de la misma. En general, se suele criticar de esta metodología que muchos estudios basados en datos cuantitativos descansan en el rigor estadístico, pero carecen de una amplia interpretación de los resultados, especialmente porque ignoran las características del contexto donde se aplican, perdiendo la información idiosincrásica y particular del objeto inserto en un contexto determinado (Jovchelovitch y Bouer, 2000; Santamarina y Marinas, 1993,1995).

Los trabajos empíricos cuantitativos utilizan generalmente fuentes secundarias de información, como Censos, estadísticas del GEM o Encuestas Nacionales que permiten elaborar modelos con muestras de gran tamaño que facilitan la generalización. Es de considerar que, en estos trabajos, la generalización de los resultados penaliza el conocimiento específico de determinados colectivos inmigrantes debido a la utilización agregada de los datos. Si bien estos estudios disponen de información estadística fiable, centran el análisis en caracterizaciones generales y relaciones causales con variables agregadas. Por estos motivos suelen hablar de “hispanos” o “asiáticos” como un colectivo integrado y homogéneo. Por otra parte, la metodología cualitativa tiene como principal fortaleza la posibilidad de generar datos teniendo en cuenta sus condiciones históricas y culturales (Taylor y Bodgan, 1992). A diferencia del enfoque cuantitativo, en este caso el investigador puede indagar en profundidad diversas categorías que son interpretadas por los mismos sujetos y que permite describir situaciones complejas y dinámicas (Burke Johnson y Onwuegbuzie, 2004). Más aún, el análisis de la información en casos reducidos permite explorar situaciones que no se orientan al contraste de hipótesis previamente definidas, sino que son capaces de dar lugar a nuevos interrogantes y planteamientos. La objeción en este caso, es que muchos cualitativistas pueden “abusar” de la subjetividad interponiendo en el discurso de otros sus propios prejuicios. Además, la ganancia en “profundidad” que alcanzan sus resultados se logra sacrificando su “alcance”, dada su imposibilidad de generalización.

En los últimos años se observa una mayor utilización de técnicas cualitativas, especialmente orientadas al estudio en profundidad de determinados colectivos de inmigrantes emprendedores. Una dificultad que manifiestan los autores que analizan el fenómeno desde esta perspectiva (Chiang, 2004; Masurel et al. 2004; Prahm y Andersson, 2004; Parella, 2005), es la barrera de acceso a las unidades de observación. Por ello, muchos de estos trabajos seleccionan casos que muchas veces han sido considerados porque son “hallados” y no por su “interés” para los objetivos de la investigación. De acuerdo a estas características, hemos optado por la complementariedad de estas metodologías para abordar el objeto de estudio. Esto coincide con la tendencia observada en el análisis de la creación de empresas de inmigrantes. Nuestra postura se centró en la conjunción de ambas técnicas de investigación. Para ello se ampliaron las posibilidades epistemológicas que diversos autores consideran y que son presentadas en el cuadro 21 (Ruiz Bolívar, 2007; Armitage, 2007; Sundin y Johannison, 2004; Calventus y Salvador, 2000; Guba, 1990).

**Cuadro 24: Principales paradigmas en la investigación**

CARACTERÍSTICAS	POS-POSITIVISMO	CONSTRUCTIVISTA	TRANSFORMATIVO	PRAGMÁTICO
Etiquetas asociadas con el paradigma	Experimental Cuantitativo Causal Comparativo	Naturalista, Fenomenológico, Hermenéutico, Interaccionista Etnográfico	Teoría crítica, Neo marxista, Feminista. Participativo, Emancipatorio	Métodos y modelos mixtos o híbridos
Supuestos de la realidad	Una realidad conocida en términos de probabilidad.	Múltiples realidades, construidas socialmente.	Múltiples realidades, formadas por el contexto social, político, económico, cultural y étnico.	Lo que es útil para explicar un fenómeno es lo verdadero.
Supuesto del conocimiento y relación entre el investigador y el objeto	La objetividad es importante, el investigador observa, mide y manipula variables, se desprende de sus tendencias.	Conocimiento interactivo, producto del vínculo entre investigador y participantes. Los valores son explícitos y generan descubrimientos.	El conocimiento es interactivo, producto del vínculo entre el investigador y los participantes. Se sitúa social e históricamente.	Las relaciones entre el investigador y el fenómeno, están determinadas por lo que considera como apropiado para cada estudio en particular.
Supuesto metodológico	Básicamente cuantitativo e intervencionista	Básicamente cualitativo, hermenéutico y dialéctico.	Con bases cualitativas, pero pueden utilizarse métodos cuantitativos y mixtos. Los factores históricos están incluidos.	El método depende del planteamiento del estudio. Son válidas las técnicas cuantitativas, cualitativas y mixtas.

Fuente: Ruiz Bolívar (2000).

De acuerdo a estas posturas epistemológicas, y en función de las preguntas de investigación, los objetivos planteados y las características del objeto de estudio, se decide adoptar la postura pragmática. Burke y Onwuegbuzie (2004: 16) consideran que “filosóficamente la postura pragmática es un tercer movimiento en investigación que aparta la guerra de paradigmas ofreciendo una alternativa lógica y práctica. Esta lógica incluye la inducción (o descubrimiento de patrones), la deducción (contrastación de teorías e hipótesis), y la abducción (descubriendo y confiando en lo mejor de una serie de explicaciones para comprender cada uno de los resultados)”. Bajo este paradigma, se legitima la adopción de múltiples métodos de distinta naturaleza en vez de restringir su uso, siempre que aporte poder explicativo que responda a las preguntas de investigación. Siguiendo a estos autores, se presentan las principales características de la postura pragmática: a) niega el dualismo tradicional (racionalismo versus empirismo, etc.) y generalmente adopta una postura más moderada y de sentido común basado en cómo el estudio resuelve los problemas planteados; b) reconoce la existencia e importancia de la realidad incluyendo lenguaje, cultura, instituciones humanas y pensamientos subjetivos; c) otorga un papel importante a la influencia de la experiencia humana en acción en la realidad social; d) el

conocimiento es visto como una construcción basado en la realidad; e) las teorías son vistas instrumentalmente (son verdaderas en diferentes grados en función de cómo predicen y puede aplicarse); f) la validez actual, el significado, y el conocimiento es tentativo y cambiante a lo largo del tiempo; g) la validez instrumental es una cuestión de grado (algunos estimadores son más ciertos que otros). La validez no es estática y a futuro lo que hoy es cierto puede ser falso; h) prefiere la acción a la especulación filosófica, y i) la situación presente siempre es un punto de partida.

De acuerdo a nuestra argumentación, se presentan las ventajas e inconvenientes que la literatura ha identificado para las investigaciones de carácter pragmático.

**Cuadro 25: Ventajas e inconvenientes de la Investigación con métodos mixtos.**

VENTAJAS	INCONVENIENTES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Palabras, figuras y relatos pueden ser usados para interpretar números.</li> <li>• Números pueden ser usados para añadir precisión a las palabras, figuras y relatos.</li> <li>• Los investigadores puede generar y testar una "teoría fundamentada en datos"</li> <li>• Puede responder un amplio y completo rango de preguntas de investigación porque el investigador no esta atado a un único método o enfoque.</li> <li>• Permite el diseño secuencial de la investigación y por etapas.</li> <li>• El investigador puede utilizar las fortalezas de un método adicional mediante el uso de ambos en el estudio.</li> <li>• Puede proveer de una evidencia fuerte mediante la convergencia y corroboración de los resultados hallados.</li> <li>• Puede añadir otra visión y comprensión que puede perderse utilizando un único método.</li> <li>• Puede ampliar la representatividad de los resultados.</li> <li>• Los métodos cualitativos y cuantitativos utilizados conjuntamente pueden completar la información necesaria para informar la teoría y la práctica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puede ser difícil llevarla a cabo por un único investigador.</li> <li>• Existe un costo de aprendizaje de distintos métodos y de cómo mezclarlos apropiadamente.</li> <li>• Es más costoso</li> <li>• Lleva más tiempo su realización.</li> <li>• Su consolidación, en los problemas del paradigma mixto y de cómo interpretar datos conflictivos entre los resultados cuantitativos y cualitativos aún es incipiente.</li> </ul>

Fuente: Burke y Onwuegbuzie (2004).

Habiendo evaluado las ventajas e inconvenientes de la utilización de metodología mixta, se decide su aplicación. Como establecen Tashakkori y Teddlie (2003), esta metodología permite contestar simultáneamente preguntas exploratorias y confirmatorias y brinda la oportunidad de expresar diferentes puntos de vista en la interpretación de los resultados. Además, en este estudio en particular se admite la combinación de información estática y dinámica y hacerlo de

una manera secuencial. Teniendo en cuenta que nuestros objetivos de investigación se orientan a identificar emprendedores(as) argentinos(as) por oportunidad en un momento dado y a estudiar en alguno de ellos sus trayectorias socio profesionales, esta estrategia se considera la más adecuada.

Cabe destacar que la elección de los métodos mixtos realizada no se considera una triangulación metodológica, entendiendo que ésta consiste en “la combinación de métodos de investigación (no similares) en la medición de la misma unidad de análisis. Con ello se pretende paliar las limitaciones de cada método, contrarrestándolas con las potencialidades de los otros métodos, siendo el vehículo de validación cruzada cuando se alcanzan los mismo resultados con distintos métodos” (Brunet, 2005: 6). En cambio, en la aplicación de diseños mixtos cada método responde a una pregunta de investigación y objetivo diferente, por lo cual no existe primacía de uno sobre otro, ni se esperan obtener los mismos resultados. Cada método aplicado tiene su lógica y procedimiento de recolección de datos y diseño de la muestra, e incluso sus propios criterios de validez y triangulación. Por ejemplo, tanto en el diseño cuantitativo de esta investigación como en el cualitativo se han utilizado fuentes de información primaria y secundaria. Por ello, en el planteo de este diseño metodológico se utiliza el concepto propuesto por Armitage (2007) de “*Diseños de Investigación Mutuos*”, para definir la aplicación de multimétodos donde el análisis y la recolección de datos pueden ejecutarse paralelamente o de manera secuencial y responder a distintas preguntas de investigación estrechamente relacionadas.

### **6.1.2. La definición de la unidad de análisis**

Para la definición de la unidad de análisis se han tenido en cuenta las características específicas del colectivo inmigrante seleccionado. En primer lugar, se observó que la mayoría de los estudios identifican colectivos inmigrantes con características socioeconómicas distintas a las de la sociedad receptora (distinto idioma, religión, nivel de educación, nivel de ingresos, etc.). Sin embargo, pocos son los estudios que analizan el proceso de creación de empresas de inmigrantes con elevado grado de asimilación cultural, como es el que se presenta en esta tesis donde estas variables se asemejan en ambas sociedades. Por ejemplo, en el caso de España se han analizado colectivos latinoamericanos pero ninguno ha incorporado al colectivo argentino dentro de la muestra analizada (Parella, 2005; Aparicio y Tornos, 2005; Medina, 2006; Toledano et al. 2009 y Díaz Serrano, 2010). La importancia de este colectivo, que lo diferencia de otros grupos latinoamericanos, es que provienen de una sociedad emprendedora con



estrechos vínculos institucionales e históricos. Además, Argentina, según datos del Global Entrepreneurship Monitor (2009), es uno de los países más emprendedores del mundo, ubicándose entre los 20 primeros (cuadro 26).

**Cuadro 26: Países más emprendedores e inmigrantes más emprendedores (as) en España- 2009**

Países más emprendedores (as) (tanto de oportunidad como necesidad)	Colectivos más emprendedores (as) en España
1. Uganda	1. Argentina
2. Guatemala	2. Rumania
3. Yemen	3. Colombia
4. Jamaica	4. Perú
5. Colombia	5. Ecuador
6. Perú	6. Venezuela
7. China	7. Uruguay
8. Venezuela	8. Alemania
9. República Dominicana	9. EEUU
10. Tonga	10. Francia
11. Argelia	11. R. Unido
12. Ecuador	12. Brasil
13. Brasil	13. Marruecos
14. Líbano	14. China
15. Chile	15. Ucrania
16. Argentina	16. Senegal
40.- España	17. Bélgica

Fuente: GEM (2009).

Si bien durante el 2009 Argentina se retira de los puestos de liderazgo del ranking emprendedor mundial, su posición sigue siendo elevada, especialmente si se la compara con la de España (puesto 40). También, desde el año 2005, a nivel de España, los(as) argentinos(as) lideran dentro de los colectivos inmigrantes, con una tasa del 15.4%, descendiendo únicamente a la segunda posición durante el año 2006 (12.5%). En el 2009, se observa el porcentaje más elevado, con una tasa de emprendimientos del 17.4%. Según el GEM (2009: 104) “la distribución de los países de origen de los(as) emprendedores(as) extranjeras(as) muestra una concentración superior a la de los últimos años de personas procedentes de Argentina, nación que viene encabezando esta clasificación desde que se comenzó a medir la actividad emprendedora extranjera, salvo en el año 2006, en que Ecuador la desplazó de esta posición. En los países que sigue, se advierte una disminución de los porcentajes causada por la crisis”. Asimismo, muchos de los(as) argentinos(as) que ingresan a España lo hacen en condiciones legales favorables existiendo, dentro de este grupo, un gran número de individuos que poseen doble nacionalidad. Esto los hace “administrativamente invisibles” en las estadísticas oficiales.

Si habitualmente el estudio en profundidad de inmigrantes se caracteriza por contar con unidades de difícil acceso (barreras de localización geográfica y baja representatividad), en este caso, la presencia de cerca del 49% de los(as) argentinos(as) en España con nacionalidad comunitaria genera un desafío metodológico importante si el objetivo es caracterizar al colectivo e identificar perfiles emprendedores dentro del mismo. De este modo un método generalmente reconocido para el estudio de “poblaciones ocultas” es el muestreo por Bola de Nieve. En este trabajo se propone, también, incorporar el análisis de redes virtuales para la ampliación de la representatividad y el alcance de la muestra, como se detalla posteriormente.

### **6.1.3. Contexto de aplicación del diseño metodológico**

Dada nuestra postura epistemológica, es necesario hacer algunas consideraciones sobre el contexto donde se ha desarrollado esta investigación, porque las condiciones que definen la relación entre los(as) emprendedores(as) argentinos(as) y la sociedad española difieren considerablemente con el contexto donde se han desarrollado las teorías que explican el fenómeno emprendedor dentro del colectivo inmigrante. Tradicionalmente, los estudios empíricos provienen de países desarrollados con fuerte trayectoria como países receptores de inmigración. Asimismo estos países pertenecen a la vertiente anglosajona, destacándose los trabajos realizados en Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Holanda y Alemania (Baycan Levent y Nijkamp, 2007; Raijman y Tienda, 2000; Kloosterman y Rath, 2007; Aldritch y Waldinger, 1990). Los estudios provenientes de países del sur de Europa son más recientes y su desarrollo comparativo es escaso (Reis Olivera, 2003; Parella, 2005; Medina, 2006; Garrido y Olmos, 2007; Solé et al. 2007; Coduras, 2008; Toledano et al. 2009). Una explicación es que estos países presentan una “nueva trayectoria migratoria” y están caracterizados por condiciones institucionales y sociales que hacen necesaria la adaptación de dichos modelos a estos contextos.

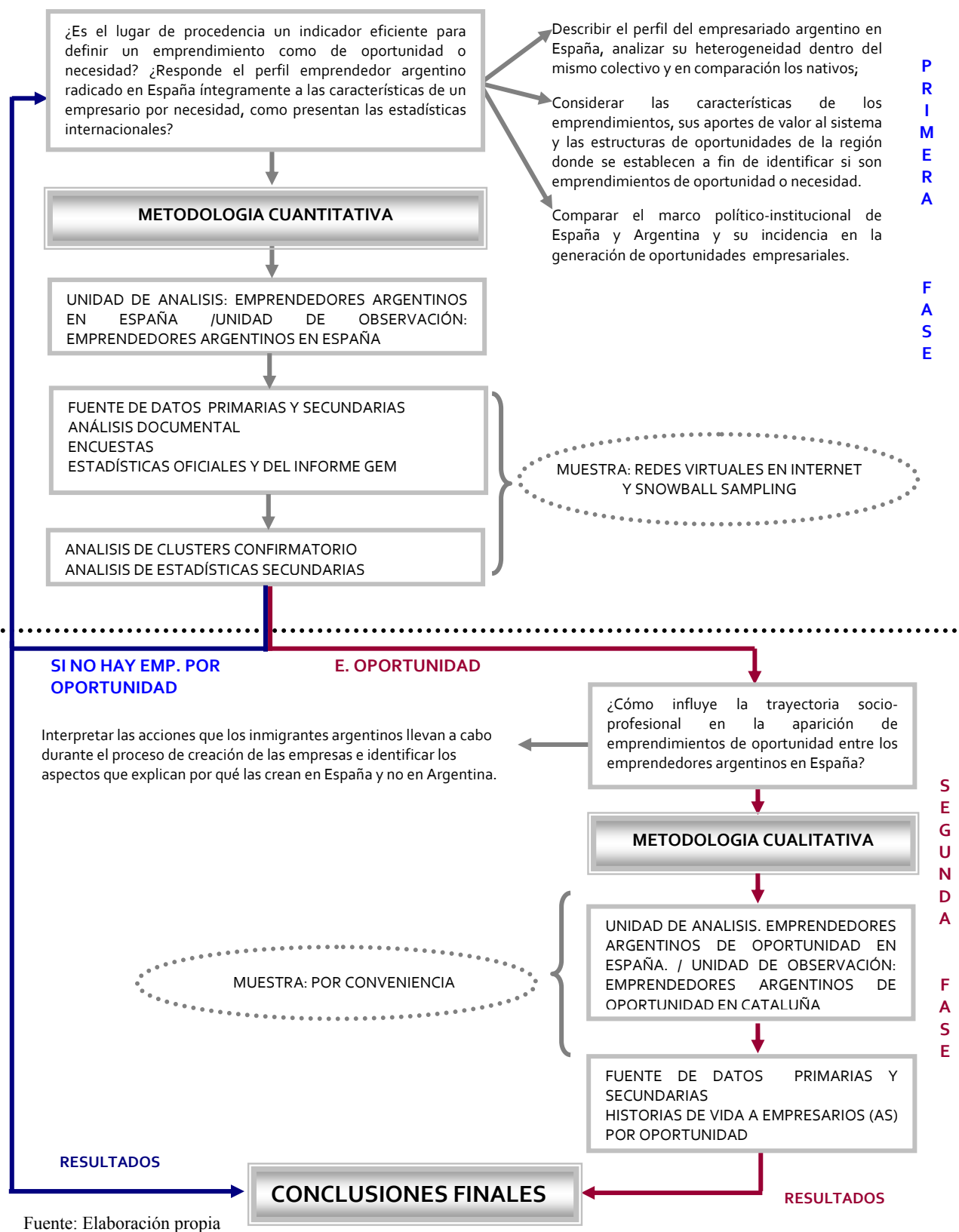
A partir de estas consideraciones, proponemos aportar nuevos datos y planteamientos teórico-prácticos que se adapten a las condiciones del entorno socioeconómico español. Dentro de la fase cuantitativa, se identifica un tamaño considerable de casos en territorio español que aumenta la representatividad de los datos a nivel nacional. En la fase cualitativa, el estudio se centraliza en Cataluña. Las razones de esta elección son: 1) que es una Comunidad que concentra el porcentaje más alto de localización de argentinos(as) en España, junto con Madrid, y 2) se siguió el criterio de accesibilidad, es decir, alcanzar el mejor resultado posible con menor coste, dadas las restricciones económicas y en tiempo.

#### **6.1.4. Vacíos metodológicos y propuestas de este estudio**

De acuerdo con la argumentación desarrollada, destacamos los siguientes puntos que fundamentan la propuesta metodológica y el empleo de métodos cuantitativos y cualitativos combinados y la selección del objeto de estudio; 1) el análisis de emprendedores(as) argentinos(as) en España no ha sido estudiado previamente. Su doble condición legal permite indagar dentro del mismo colectivo en la relación teórica “comunitario(a) = emprendedor(a) por oportunidad” y “extracomunitario(a) = emprendedor(a) por necesidad”; 2) la condición de muestras ocultas para este colectivo, presenta un desafío en la aplicación de la técnica de muestreo ya que la mitad de los(as) argentinos(as) que residen en España no figuran en las estadísticas públicas como “argentinos(as)”. En este contexto planteamos el desarrollo de un nuevo método de detección de casos para el estudio de la creación de empresas de inmigrantes, en particular, y de otras poblaciones con estas características, en general, y 3) la aplicación de los métodos combinados ha generado en los últimos años algunos interrogantes en relación a los conflictos que se pueden producir entre métodos. La aplicación de una estrategia mixta (cuantitativa) permitirá, también, poner a prueba esos argumentos.

Dada la corta trayectoria en el estudio de los(as) emprendedores(as) inmigrantes en España, y aún más acotada la disponibilidad de información de los(as) argentinos(as), la investigación se divide principalmente en dos fases: la primera consiste en un análisis descriptivo de la unidad de análisis, focalizado en dos aspectos relevantes: 1) la identificación de casos ocultos, y 2) la amplitud del alcance territorial en función de la técnica de muestreo propuesta para este estudio. Una vez identificados los casos y analizados los rasgos característicos, la segunda fase de investigación, se centra en el análisis confirmatorio de las teorías que explican la creación de empresas de inmigrantes de países no comunitarios. Esta fase confirmatoria consta de dos procedimientos: 1) el análisis cuantitativo con el agrupamiento de casos en función de las categorías teóricas planteadas por investigaciones previas (Análisis de Cluster de tipo confirmatorio), y 2) el análisis cualitativo con la narración de historias de vida de emprendedores(as) argentinos(as) en España. El esquema de análisis es el que se muestra en la figura 17.

**Figura 17: Diseño de la investigación del estudio de los(as) emprendedores(as) argentinos(as).**



Siguiendo la figura 17, la lógica de la estructura del diseño de investigación consiste en indagar, en los aspectos más generales para, en función de esos resultados, avanzar en la interpretación cualitativa. Para tal fin, en primer lugar, se realizó el trabajo de campo exploratorio con metodología cuantitativa, con lo que se identificó las unidades de observación y se evaluó la existencia de emprendedores(as) por oportunidad dentro del colectivo de inmigrantes argentinos. Así, si el resultado muestra que “no existen emprendedores(as) por oportunidad”, entonces se confirma la hipótesis de procedencia, asumiendo que el colectivo argentino perteneciente al grupo de inmigrantes extracomunitarios, sólo puede crear empresas por necesidad. En cambio, si se identifican individuos que responden al perfil de emprendedores(as) por oportunidad, se diseña una segunda fase para analizar en profundidad sus características, mediante el uso de técnicas cualitativas que indagaran en la trayectoria de estos(as) emprendedores(as) en España.

## **6.2. El diseño de investigación en la fase cuantitativa**

### **6.2.1. Unidad de observación y el diseño de la muestra cuantitativa**

El objeto de estudio son los(as) emprendedores(as) argentinos(as) que iniciaron negocios en España. Consideramos aquellos inmigrantes de primera generación (mayores de edad, nacidos en Argentina), dado que de esta forma se puede valorar el impacto directo de las condiciones del país origen en el comportamiento emprendedor, y evitar el proceso de aculturación (adopción de una nueva cultura) que se observa en las generaciones posteriores (Portes y Zhou, 1993). La población de argentinos(as) en España presenta una elevada movilidad geográfica y no existe un marco muestral que contenga el registro de todos los individuos de la población, lo que hace difícil su localización e identificación. Otro problema común en los estudio de este tipo de poblaciones es el elevado nivel de no respuesta, especialmente en grupos como, por ejemplo, ilegales o con permisos de residencia provisional. Estos aspectos inciden en el diseño muestral y en la representatividad de sus resultados y en el alcance de la investigación. Frente a estas dificultades, al momento de elaborar una estrategia de acceso a esta población, se han tomado como referencia las preguntas propuestas por Brackertz (2007), que permiten guiar al investigador en la caracterización de su objeto de estudio y son resumidas cuadro 27.

**Cuadro 27: Preguntas para identificar la estrategia de acceso a la población de estudio.**

CARACTERÍSTICAS	ATRIBUTOS	PREGUNTAS RELACIONADAS
<b>DEMOGRÁFICAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Gran número</li> <li>*Población dispersa</li> <li>*Lugar de residencia</li> <li>*Condición de empleo</li> <li>*Edad</li> <li>*Sexo</li> <li>*Nivel educativo</li> <li>*Ingreso</li> <li>*Situación de arrendamiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*¿Dónde se encuentran estos grupos?</li> <li>*¿Cuántos integrantes hay en ese grupo?</li> <li>*¿Dónde se puede localizar juntos?</li> <li>*¿Quién más los contactó y cómo?</li> </ul>
<b>CULTURALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Falta de redes de información estables.</li> <li>*Imposibilidad de acceder a los servicios con facilidad</li> <li>*Idioma</li> <li>*Experiencia étnica o cultural previa</li> <li>*Invisibilidad social</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*¿Con qué organizaciones podemos trabajar para desarrollar la red de información?</li> <li>*¿Qué red de información estable utilizan estas personas y cómo ingresar a ellas?</li> <li>*¿Hay individuos con los que podemos trabajar conjuntamente? ¿Cómo?</li> <li>*¿Cuáles son las alternativas a la información escrita y puntos de contacto?</li> </ul>
<b>COMPORTAMIENTO Y ACTITUDES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Desconfianza a las agencias gubernamentales</li> <li>*Falta de disposición para acceder a servicios</li> <li>*Falta de tiempo</li> <li>*Estructura interna y comunicación difusa o poco organizada</li> <li>*Mala experiencia previa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*¿En quién confían?</li> <li>*¿Cómo podemos educar e informar sobre la relevancia o la necesidad de consultarlos?</li> <li>*¿Qué métodos para acceder a la población podemos usar?</li> <li>*¿Cómo podemos establecer nuevas relaciones?</li> <li>*¿Cómo controlar el tiempo de la intervención?</li> </ul>
<b>ESTRUCTURAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*Burocracia</li> <li>*Disponibilidad de información en idiomas, medios y trabajos de impresión</li> <li>*Procedimientos complicados</li> <li>*Actitudes de las instituciones</li> <li>*Tiempo y localización de participación pública.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*¿Qué cambios podemos proponer para acceder al grupo?</li> <li>*¿Cómo podemos mejorar la forma de proveer información y comunicarla?</li> <li>*¿Cómo otras organizaciones facilitan el acceso?</li> </ul>

Fuente: Brackertz (2007).

Siguiendo este esquema, se observa que dentro del grupo argentino existe: 1) una elevada dispersión geográfica, siendo la mayor concentración en Madrid y Barcelona; 2) una subestimación en el número de argentinos(as) residentes<sup>1</sup>; 3) existen argentinos(as) en situación ilegal; 4) en muchos casos los factores que motivaron la emigración son negativos, por lo que

<sup>1</sup> A partir del año 2008, las estadísticas de INE presentan los datos del grupo de argentinos con nacionalidad comunitaria mediante los padrones municipales, aunque la consulta de dicha información no permite conocer datos de identificación. El trabajo de elaboración del marco muestral se realizó durante el año 2007.

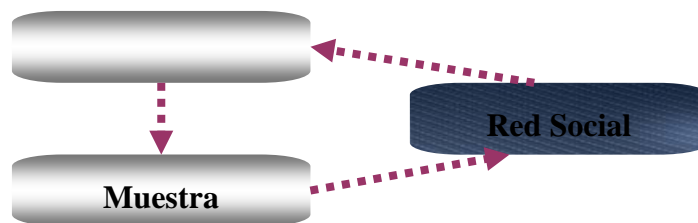
puede generar una reticencia a contestar; 5) el grupo de empresarios(as) suele disponer de poco tiempo para destinar a otras tareas que no se relacionan con la empresa, y 6) pueden ser temerosos de brindar información de sus actividades, especialmente los inmigrantes que están con permisos de residencia, si no se confía en los objetivos que persigue la investigación y el destino de la información. Analizando los métodos usualmente utilizados para obtener información de poblaciones que comparten estos atributos, se consideró la necesidad de construir el marco muestral. Una dificultad que se plantea ante esta opción es que puede ser extremadamente costosa y, hasta puede resultar imposible. De ahí que el método de muestreo habitualmente utilizado sea el de bola de nieve. En términos generales, este muestreo no aleatorio permite aproximar al investigador al objeto a estudiar, ampliando el tamaño de la muestra en función de las conexiones que este primer grupo puede brindar de los siguientes (Del Castillo, 1990).

Podemos clasificar a las técnicas de muestreo por bola de nieve en dos grupos. Por un lado, las que seleccionan individuos de acuerdo a la segmentación siguiendo un atributo en particular, teniendo en cuenta el tiempo y el espacio donde son identificados (*targeted sampling* y *time-space sampling*) y, por otro lado, las técnicas que utilizan las redes sociales de los individuos (*respondent-driven sampling*) (Wang et al. 2005). El muestro selectivo generalmente se asocia con un trabajo de campo “callejero” y es aplicable cuando no existe dispersión geográfica, ya que es fácil acceder a las unidades de observación mediante el “rastreo” de los individuos si existe proximidad de localización. El problema más destacado de este tipo de muestreo es que es difícil obtener muestras de gran tamaño. Como alternativa se presenta el muestreo en tiempo y espacio, que consiste en asistir a la misma hora y al mismo lugar y captar la información de individuos que aleatoriamente se encuentran en dicho momento. Este tipo de muestreo permite realizar inferencias estadísticas debido a que cada una de las unidades muestrales tiene la misma probabilidad de ser seleccionadas. Sin embargo, no siempre es posible identificar un lugar para encontrarlos (Stueve et al.2001).

En cuanto al muestreo por redes, Van Meter (1986) considera que esta es la técnica más adecuada para ampliar el tamaño de la muestra, en estudios que utilizan el método de bola de nieve. Este autor considera que esta técnica permite obtener suficientes datos para el análisis formal y las comparaciones. Acharya (2008) propone una técnica de rastreo donde los participantes no son seleccionados a partir de un marco muestral, sino de una red social integrada por miembros de la población. En vez de estimar directamente la muestra, como se

haría en un diseño convencional, primero se aproxima a la población mediante el uso de su red social y desde ahí se construye la muestra, como se representa en la figura 18.

**Figura 18: Esquema de un método de muestreo por redes sociales.**



Fuente: Acharya (2008)

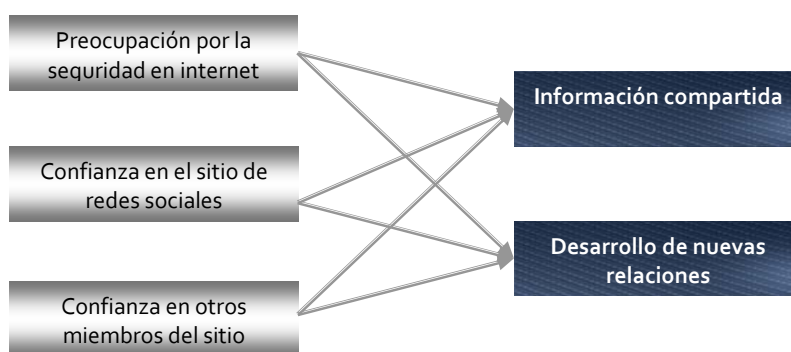
Se evaluaron los tres métodos (muestreo por segmentación, en tiempo y espacio y mediante las redes sociales) para decidir sobre cuál sería el más adecuado. El muestreo selectivo tiene como debilidad la dificultad de encontrar la población y lograr muestras grandes. En nuestro caso, el tamaño muestral es un aspecto esencial para garantizar la representatividad de la muestra y poder incluir dentro de los perfiles emprendedores un número relevante de casos. Además, el muestreo en tiempo y espacio implica la posibilidad de identificar un lugar determinado donde cada día concurren miembros que cumplan con los criterios de inclusión. Siendo la población inmigrante argentina un colectivo disperso en territorio español, esta forma de muestreo reduciría el alcance del estudio.

Por ello se considera que la mejor opción es el muestreo a través de redes sociales. Sin embargo, somos conscientes de las dificultades en su aplicación. En primer lugar, no se dispone de una red social de individuos argentinos radicados en España para realizar el primer contacto. En segundo lugar, existe una baja vinculación entre estos individuos y las instituciones argentinas en España, al igual que con los Consulados. Y, por último, no existen concentraciones geográficas visibles de estos(as) argentinos(as), como se dan en otros colectivos como, por ejemplo, los barrios chinos, las carnicerías árabes, etc. Para hacer frente a estas dificultades, se ha optado por considerar que si existen barreras para la localización geográfica, este contacto puede hacerse prescindiendo de la dimensión espacial. La forma de construir una red social que disminuya la importancia de la concentración territorial es a través de las tecnologías de la información.



Para ello, se utilizan las redes sociales virtuales, específicamente “Facebook” ([www.facebook.com](http://www.facebook.com)). “Facebook” es una red virtual creada en el año 2004 que permite crear perfiles personales visibles por cualquier miembro inscrito en la red. Dewyer et al. (2007: 1) definen este sitio como “un espacio donde las personas se unen, crean su perfil, después establecen conexiones con amigos y con otras personas que encuentran en la red. También pueden incluir fotografías, lugar de nacimiento, religión, raza e intereses personales. Los miembros se conectan entre sí enviándose mensajes que deben ser aceptados por la otra parte para establecer el vínculo. Esto le da a ambas partes el acceso a su perfil y a su red social”. Según estos autores, hay tres aspectos que influyen en el funcionamiento de las redes informáticas, en su capacidad de brindar información y en la confianza que sus integrantes depositan en dicha red. Ellos son: la seguridad de Internet, la confianza en el sitio virtual y en los otros miembros de la red.

**Figura 19: Modelo de confianza y privacidad de la información**



Fuente: Dwyer et al. (2007).

Teniendo en cuenta estas características, y sabiendo que existen numerosos sitios de redes sociales, se tomó como referencia el estudio de Dwyer et al. (2007) para la elección de “Facebook” como instrumento de muestreo. Estos autores comparan este sitio con “My Space”, red considerada como la más popular teniendo en cuenta el número de miembros. La conclusión de este trabajo es que en “Facebook” sus miembros tienen una mayor propensión a revelar datos y que, además, tienen una mayor confianza en el sitio y están más predispuestos a compartir la información. Por su parte, durante los últimos años, “Facebook” ha sido utilizado en áreas del conocimiento como herramienta para la investigación (Acquisti y Gross; 2005; Beer y Burrows, 2007; Boyd y Ellison, 2007; Lampe et al. 2007; Ellison, 2007; Joinson, 2008; Boyd, 2008; Zhao et al. 2008). Los ámbitos de estudio más comunes se relacionan con: 1) el análisis de las redes sociales, especialmente en estudiantes; 2) estudios de análisis de las preferencias de los

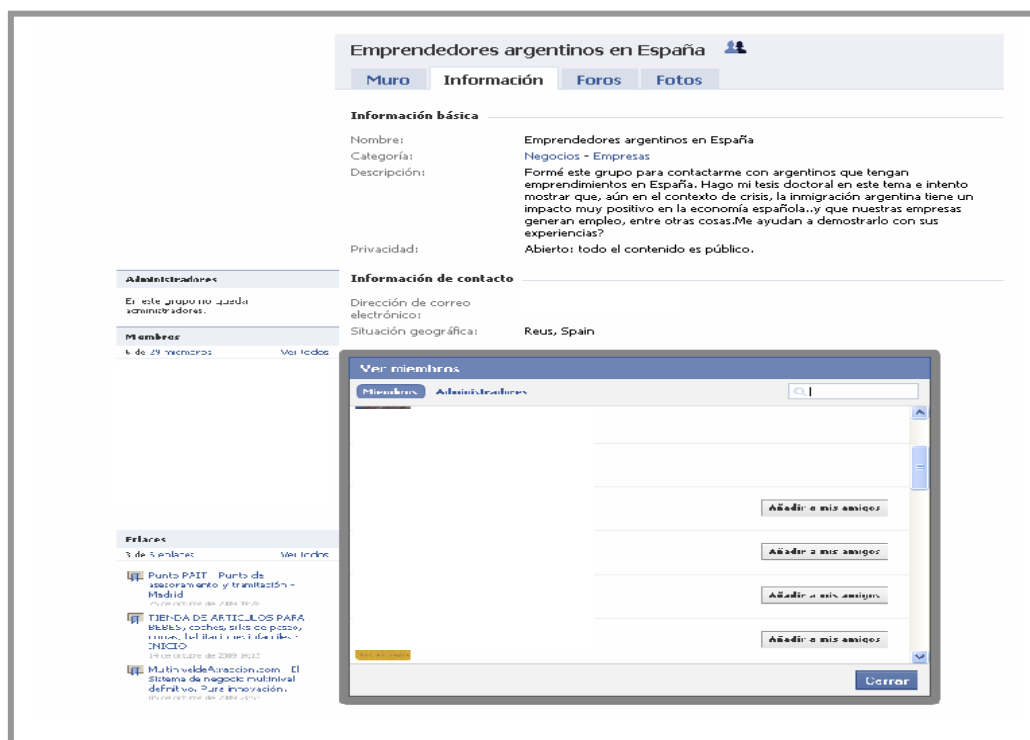
individuos, en el área de marketing, y 3) análisis de la composición sociodemográfica de un grupo particular. Todos estos trabajos se basan en los perfiles que brindan sus miembros. Sin embargo, es escaso el desarrollo de técnicas de muestreo basadas en el uso de esta herramienta.

Teniendo en cuenta que nuestra investigación se encuentra en una fase exploratoria y nuestro principal objetivo es reclutar un número considerable de casos, y no la generalización de los resultados a la población, se ha considerado que “Facebook” puede dar información que nos acerque a las unidades de observación, especialmente teniendo en cuenta que: 1) el uso de Internet por parte de los inmigrantes que mantienen conexión con su país de origen puede ser elevado; 2) que la predisposición puede ser mayor si se les ocupa su tiempo libre, que es cuando puede consultar la red social, y 3) que el acercamiento informal, comprometiéndose los propios datos del investigador y explicando los propósitos puede incrementar el nivel de confianza de los respondientes.

#### **6.2.2. “Facebook” como soporte al muestreo por Bola de Nieve**

En primer lugar, se ingresó a la red registrándose como usuario personal. Existiendo la posibilidad de crear grupos dentro de la página que atraiga individuos con los mismos intereses, el 18 de marzo de 2009 se creó un grupo denominado “Emprendedores argentinos” siendo el investigador el administrador de ese grupo. A través del mismo se informaba del objetivo del grupo y se ofrecía un espacio de discusión en relación a la creación de empresas de argentinos(as) en España (figura 20).

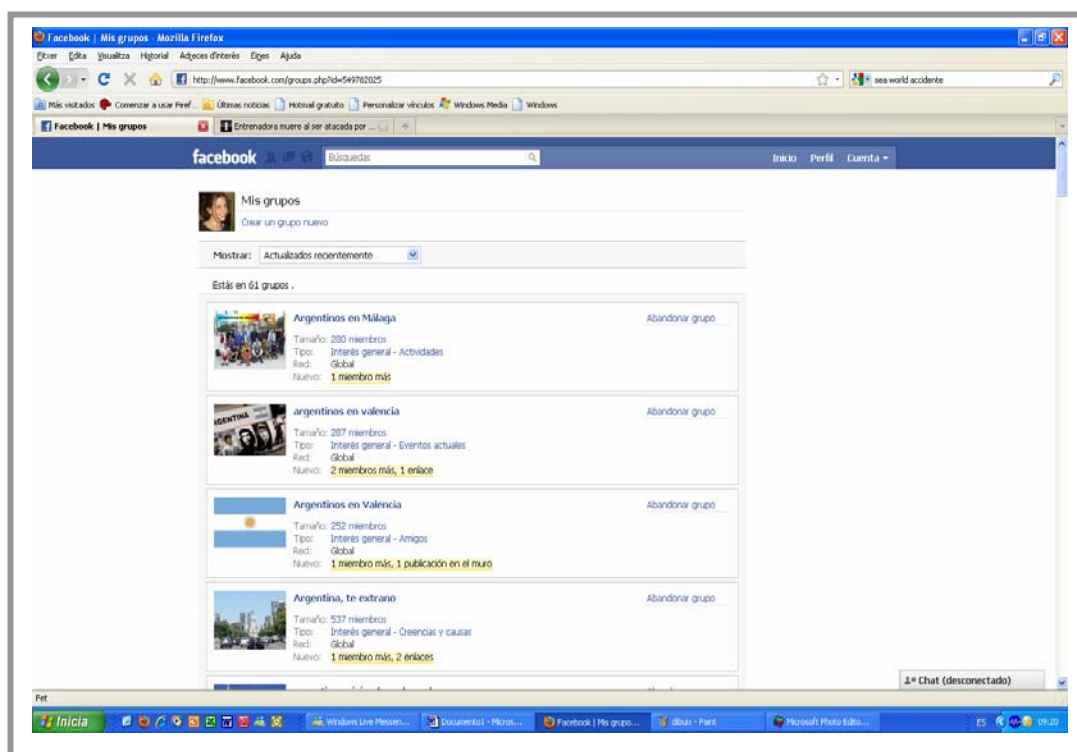
Figura 20: Grupo virtual creado para reclutar unidades de observación.



Fuente: Elaboración propia en base al Facebook.

Sin embargo, la creación del grupo no tuvo el resultado esperado. Sólo 29 personas se inscribieron, y la mitad eran argentinos(as) de la red personal del investigador. Por ello se diseñó otra alternativa. En vez de crear el propio grupo, se ingresó a otros como miembro para contactar a sus integrantes. De esta forma, en vez de realizar un muestreo en “tiempo y lugar” se realizó un muestreo en “tiempo y espacio virtual”. Para ello se comenzó la búsqueda de grupos que presentaran dos características: ser argentinos(as) y vivir en España. Así se identificaron 52 grupos. Ejemplo de estos grupos son: “Argentinos en España”, “Yo me tuve que ir de Argentina”, “Argentinos en Barcelona”, “Argentinos en Madrid”, “Argentinos en Valencia”, etc.<sup>2</sup>, ilustrados en la siguiente figura.

<sup>2</sup> Puede consultarse el listado de nodos contactados en el Anexo metodológico.

**Figura 21: Listado de grupos de argentinos(as) en España en el Facebook.**

Fuente: Elaboración propia en base al Facebook.

Cada grupo, presenta en su página inicial el objetivo de su existencia (social, laboral, académico, etc.) y un listado de los miembros que han decidido unirse por algún motivo. Asimismo en cada una de ellas hay un “administrador” que condensa toda la información del grupo. Existen varias opciones para contactar a los integrantes. La primera es a través del administrador, a fin de que éste reenvíe a todos los miembros. La dificultad que observamos en este procedimiento es que, al estar dirigido a todos en general, disminuye el grado de involucramiento de cada individuo en particular. Otra opción es publicar en el “muro de la página” la petición. Al igual que en el caso anterior, consideramos que depende de la frecuencia de acceso de los miembros y de la cantidad de publicaciones que se realicen por día. Muchos individuos podrían no verlo o requeriría de una publicación frecuente que puede “cansar” a los lectores. Para resolver ambas dificultades se generó una tercera opción, enviar a cada miembro un mensaje personal, explicando el propósito del estudio y la importancia de su colaboración. La ventaja de este procedimiento es que: 1) al ser personalizado, aumenta el involucramiento de los individuos; 2) el participante accede directamente a los datos del investigador, elevando el nivel de confianza, y 3) el mensaje no sólo queda registrado en la página sino que es recibido en su email personal, con lo cuál es visto con mayor rapidez.

**Figura 22: Estructura de la página de un grupo y la forma de contactar a sus integrantes.**



Fuente: Elaboración propia en base al Facebook ([www.facebook.com](http://www.facebook.com)).

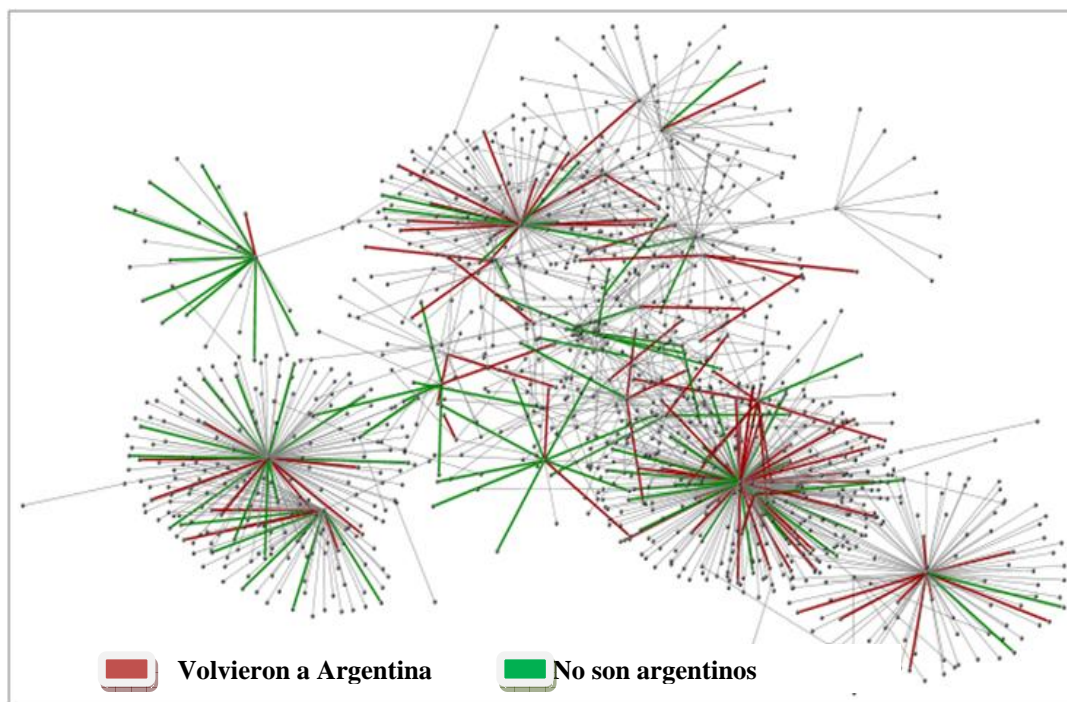
En base a estos 52 grupos, se construye un registro de 1910 personas a los que se les envió un mensaje de correo preguntando si eran argentinos(as), si vivían en España y si tenían empresa. Y si no eran emprendedores(as), se les preguntó de qué provincia argentina venían y su lugar de residencia en España. La figura 23, ilustra un ejemplo de contacto con un integrante y el mensaje que fue enviado.

**Figura 23: Mensaje enviado a través del Facebook a argentinos (as) en España.**

Fuente: Elaboración propia en base al Facebook.

De este envío resulta que 179 personas no responden a las características de la muestra (102 regresaron a Argentina o son familiares de otros(as) argentinos(as) que viven en España y 77 son individuos con otra nacionalidad). El registro se redujo a 1731 personas. La figura 26 muestra la relación entre los casos detectados válidos y los que se filtraron por no cumplir con los criterios de selección.

**Figura 24: Individuos excluidos de la muestra por no cumplir con los criterios de selección.**

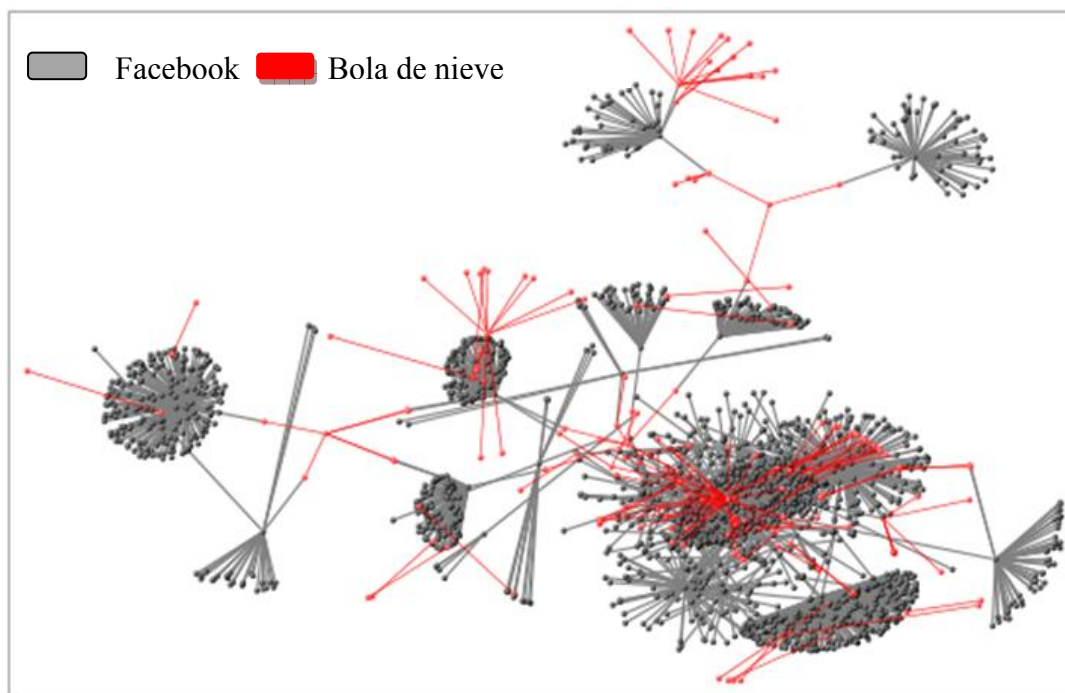


Fuente: Elaboración propia en base a los datos de redes en base a Microsoft Node Template 2007

De los individuos restantes, 845 respondieron al mensaje, de los cuales 200 son emprendedores(as). El nivel de respuesta es del 48,82%. Además, a través del muestreo virtual, se obtiene el 91,45 % del total de respuestas obtenidas de la encuesta a emprendedores(as) argentinos(as). Esto demuestra la elevada eficacia de esta técnica para identificar casos en poblaciones ocultas. Para ampliar la muestra y también verificar la confiabilidad de los datos obtenidos por medios virtuales, posteriormente se aplicó la técnica de muestreo por bola de nieve que consiste en que las personas que cumplen las características de selección de las unidades muestrales recomienden a otras personas con los mismos atributos. Así, se les preguntó (tanto emprendedores(as) como no) si conocían a alguien que sea “argentino(a)” y “empresario(a)”. Adicionalmente, se contactó con la Embajada Argentina en Madrid y el Consulado de Barcelona, que también facilitaron un listado de empresas. El resultado de la aplicación de la técnica de bola de nieve tradicional, se representa en la figura 25.



**Figura 25: Mapa de redes de argentinos(as) en España: virtuales y por bola de nieve tradicional.**



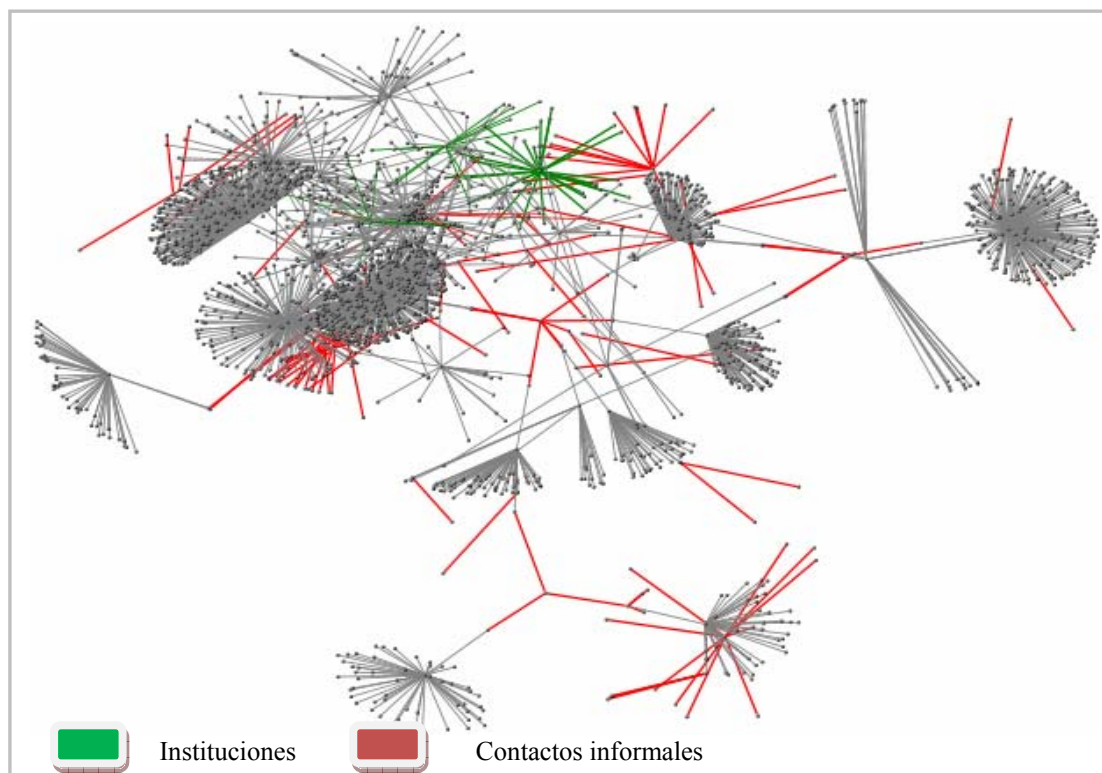
Fuente: Elaboración propia en base a los datos de redes en base a Microsoft Node Template, 2007.

Como se observa, los grupos virtuales identificados son de distinto tamaño. Los nodos más grandes representan los grupos más genéricos y los que nuclean argentinos(as) por áreas geográficas de gran dimensión (Argentinos en España, Argentinos en Barcelona y Argentinos en Madrid). Como se analiza en la figura, se han contactado a muchos individuos de manera virtual siendo mayor la expansión de la red a través de este proceso que por bola de nieve tradicional. Por otra parte, en muchos casos, el caso detectado por contacto personal ha permitido llegar a nuevos grupos virtuales, siendo aún más importante el impacto en el número de individuos con las características buscadas.

El resultado de esta ampliación de redes fue: 924 respuestas de las cuales 268 eran emprendedores(as) y 646 no. De estos 268, 214 respondieron la encuesta (79,85%). Además de conseguir un tamaño de muestra mayor, en esta segunda fase pudo constatar que muchos individuos habían sido identificados previamente en alguno de los grupos virtuales. Cabe destacar que el mayor aporte de casos en esta fase ha sido por medio de contactos informales. En la figura 28 se observa el conjunto de casos detectado a través de las personas identificadas mediante las redes virtuales y las halladas por medio de instituciones, el Consulado de Barcelona y la Embajada de Madrid.



**Figura 26: Casos detectados a través de contactos informales y contactos institucionales.**

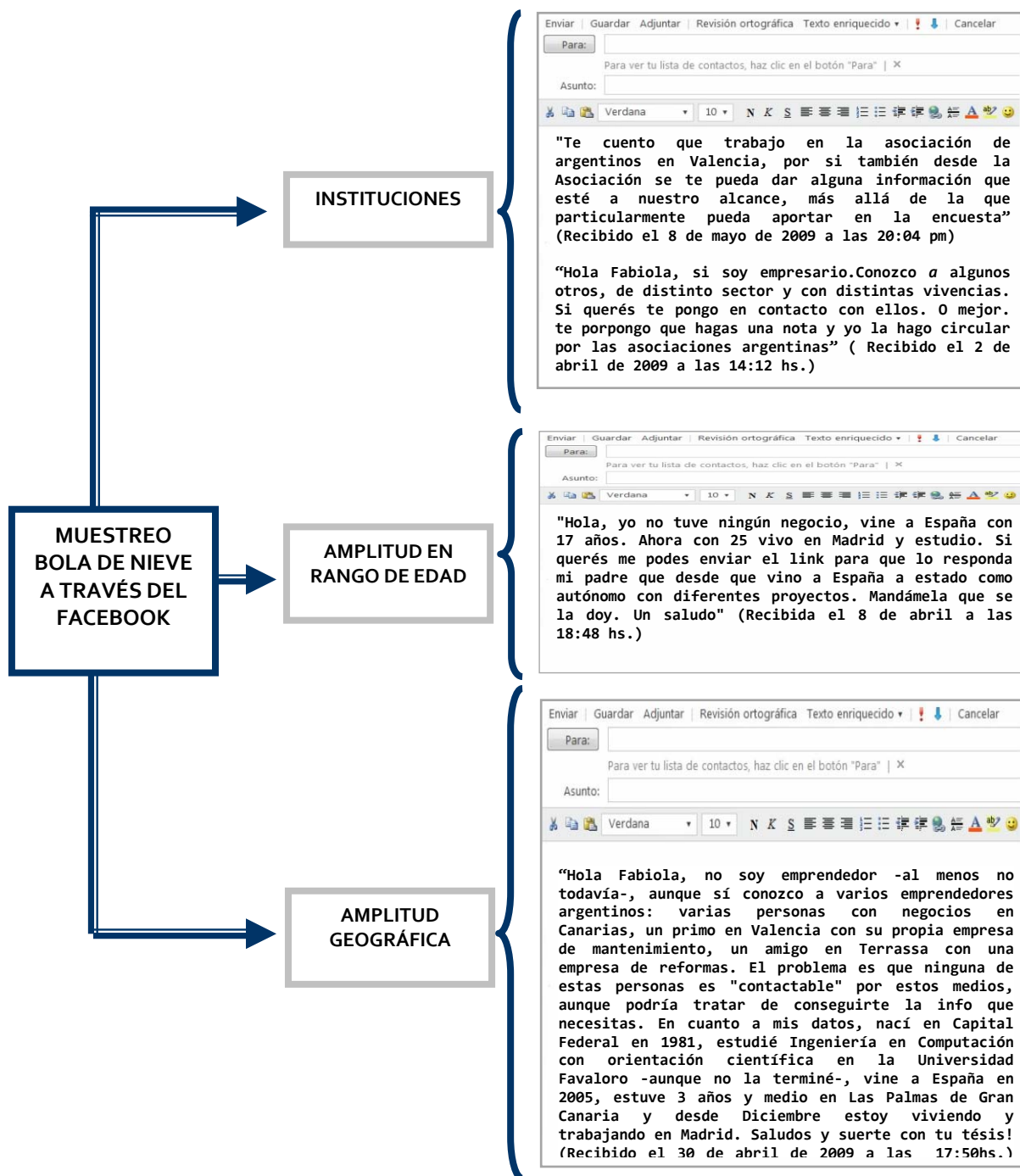


Fuente: Elaboración propia en base a los datos de redes en base a Microsoft Node Template 2007

Dentro de la submuestra construida en base a los contactos informales de los(as) argentinos(as) detectados(as) en la red virtual (113 casos), 51 respondieron el mensaje de contacto (45,13%). El resto de los(as) emprendedores(as) no accedieron a contestar el cuestionario, pero igualmente pudieron ser identificados. Por otra parte, de la información de las instituciones, sólo se pudieron contactar 50 empresas, dado que las instituciones disponen de información desactualizada. De éstas, 17 accedieron a participar en el estudio, siendo la tasa más elevada de respuesta (56%).

Este método de bola de nieve, si bien tiene como desventaja el “efecto selección” es el único método viable cuando se trata de acceder a información oculta. Un aspecto que suele discutirse en el uso de técnicas informáticas, es que sean utilizados por un segmento limitado de la población, especialmente los jóvenes. A modo de ilustración, a continuación en la figura 29, se presentan ejemplos de casos donde a través de esta técnica se puede acceder a contactos institucionales, familiares y de mayor alcance territorial

Figura 27: Ejemplos de casos detectados por bola de nieve recibidos a través del Facebook



Fuente: Elaboración propia en base a información primaria.

Como se observa en figura, las redes virtuales permiten acceder a instituciones y a individuos que no están en la red pero se relacionan con algún miembro de la misma (padres, tíos, compañeros de trabajo o de estudio, etc.). Esto permite ampliar geográficamente la muestra. Por

ejemplo, aún cuando algunos miembros fueron descartados por estar en Argentina, se pudo contactar por medio de éstos, a otros argentinos(as) residentes en España. Finalmente, respecto a la incorporación de este método, haremos una reflexión sobre la ética en el uso de dicha información. Muchos debates se dan en la actualidad respecto a la ética en la utilización de los datos publicados en Internet, no sólo por el “peligro” que puede suscitar, sino también por la violación de los derechos a la privacidad. Asimismo, también suele discutirse acerca de la veracidad de la información que las personas suben a la red (Adams y Moody, 2007; Beer, 2008; Boyd, 2007). En esta investigación, estas consideraciones también fueron evaluadas.

En cuanto al dilema ético, a diferencia de estudios que analizan los perfiles publicados sin necesidad del consentimiento de las personas, en este caso mediante el envío del mensaje privado sólo se accedió a esta información con la autorización de los respondentes. Además de que la información fue procesada agregadamente, sólo se consideró aquella información explícitamente ofrecida por el individuo y se descartó aquellos datos que aún estando disponibles no estuvieran debidamente documentados en las respuestas obtenidas en los mensajes de correo electrónico de los contactados. En cuanto a la veracidad de los datos, el margen de error puede ser mayor en la población que contestó el mensaje inicial, pero no en las unidades de estudio: los(as) emprendedores(as). La combinación de esta identificación con la aplicación de un cuestionario *online* permitió la identificación de las empresas y su control, y evitó la duplicación de casos.

### **6.2.3. Selección de las técnicas de recolección de datos de la fase cuantitativa**

Una vez identificados los casos, comenzamos el trabajo de campo con el envío del link al cuestionario online. La apertura de la encuesta se realizó el 17 de marzo del 2009 y se cerró el acceso al público el 17 de junio de 2009. Se consideró que un plazo de tres meses era adecuado en función de la cantidad de respuestas que se recibieron en las últimas semanas y del cronograma preestablecido en el proyecto de investigación. El cuadro 28, muestra la evolución en la recepción de cuestionarios durante esos meses.

**Cuadro 28: Evolución de la recepción de respuestas durante el período de vigencia de la encuesta.**

Día de recepción de la encuesta	Frecuencia	%
DEL 21/3 AL 27/3	16	7,5%
DEL 28/3 AL 3/4	19	8,9%
DEL 4/4 AL 10/4	16	7,5%
DEL 11/4 AL 17/4	26	12,1%
DEL 18/4 AL 24/4	26	12,1%
DEL 25/4 AL 1/5	32	15,0%
DEL 2/5 AL 9/5	25	11,7%
DEL 10/5 AL 17/5	22	10,3%
DEL 18/5 AL 25/5	19	8,9%
DEL 26/5 AL 2/6	13	6,1%
	<b>214</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta online.

Como se observa en los datos, existe un mayor porcentaje de respuesta en las semanas intermedias. Esto se debe a que finalizada la primera etapa de mensajes, se reenvió un segundo recordatorio para los que no habían respondido. Dada la disponibilidad de tiempo de los que responden, no se reclamó la información más que una vez. El instrumento de recolección de datos utilizado fue un cuestionario estructurado. La elección de esta técnica se fundamentó en la falta de información secundaria detallada por país de origen, especialmente en el caso de los(as) argentinos(as) comunitarios(as) y en la necesidad de identificar perfiles y construir información primaria para ser respondida por un tamaño de muestra amplio. Se elaboraron preguntas cerradas, de elección única, de elección múltiple y de escala de valoración de Likert. En todos los casos se tuvo en cuenta que cada pregunta fuera exhaustiva, es decir, contemple todas las categorías posibles de respuesta. Además, para las preguntas de respuesta única, se cumplió con criterio de exclusividad, es decir, que sólo exista una categoría como respuesta. El esquema de variables del análisis construido se presenta en la figura siguiente. Las dimensiones consideradas fueron extraídas de las categorías teóricas desarrolladas en el marco conceptual. Respecto a los indicadores, puede consultarse el formulario adjuntado en el anexo metodológico.

**Figura 28: Principales dimensiones y variables incluidas en el cuestionario a emprendedores(as).**



Fuente: Elaboración propia en base al cuestionario diseñado.

El cuestionario fue administrado *online*. Para ello se utilizó la suscripción de la Universitat Rovira i Virgili en la página Encuesta Fácil ([www.encuestafacil.com](http://www.encuestafacil.com)). La ventaja de esta herramienta es la facilidad para su aplicación y formulación, que permite tener un seguimiento al instante del número de cuestionarios entregados y contestados así como los resultados.

Figura 29: Análisis del cuestionario online aplicado.

The screenshot shows the 'encuestafacil.com' dashboard. At the top, there are language options: Español, English, Portugués, Italiano, Francés, and De. Below this is a navigation bar with links: OCULTA | NUEVA ENCUESTA | MIS ENCUESTAS | MIS LISTAS | MI CUE.

**ACCESO DE USUARIOS:**  
 Dirección de correo: fabalder@hotmail.com  
 Contraseña: [input field] Logout

**Mis encuestas**  
 Utiliza este cuadro para editar tus encuestas, abrirlas o cerrarlas al público, determinar el método de envío y ver los resultados.

**Cuenta:** Bono ORO Universia desde el 11/02/2010 hasta el 11/02/2011  
**Nº de encuestas y respuestas:** Ilimitadas  
**Límite de visualización:** Ilimitados cuestionarios por encuesta.  
 Visita la página de [Funcionalidades](#) para conocer en detalle las características de cada cuenta.

**Ejemplos de plantillas:**  
 Satisfacción del cliente  
 Clima laboral  
 Perfil del visitante  
 Test de producto  
 y muchas más...

**Contratar:**  
 Tarjeta de crédito o Paypal

**Más información:**  
 Productos y servicios  
 Funcionalidades  
 Tarifas  
 Guía rápida  
 Preguntas frecuentes  
 Afiliados  
 Ayuda Online

**Table of Survey Statistics:**

Título	Entrea.	Contestados	Eliminados	Alta	Abrir/Cerrar
Emprendedores argentinos en España	483	219	64	17/03/2009 17:22:38	<a href="#">Abierta al público</a>

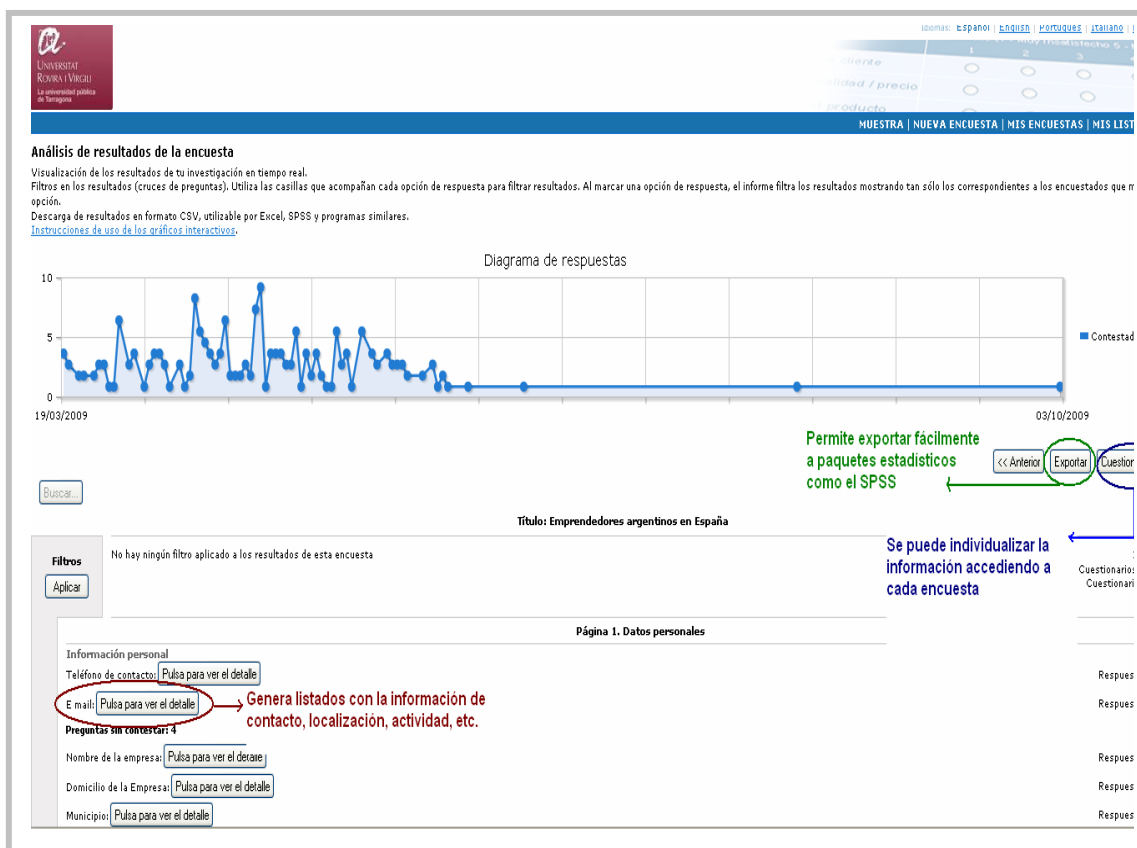
Encuestas por página: 10

**Entregadas:** Nº de veces que han hecho click en el link de la encuesta y se ha entregado un cuestionario.  
**Contestadas:** Nº de cuestionarios de una encuesta con al menos una pregunta contestada.

Fuente: Página del cuestionario online aplicado.

La plantilla informática autoriza a los encuestados a ingresar mediante un link en Internet. Si bien la encuesta no fue administrada personalmente, este tipo de formato permite el seguimiento instantáneo de la información, dando datos sobre el ingreso de la persona para contestar el cuestionario y, en el caso de no finalizarla, poder contactar al instante con el (la) emprendedor(a) y consultar cuál es la causa. De ahí que la cantidad de encuestas incompletas es marginal (8 casos de las 214 encuestas). Por otra parte, este tipo de cuestionario ofrece una serie de ventajas que se complementan adecuadamente con la técnica de muestreo diseñada. Los miembros de la red virtual encuentran más “amigable” esta forma de acceso en relación con otras alternativas como, por ejemplo, el envío de la encuesta por correo postal o electrónico o, la realización de la misma a través de una llamada telefónica. A nivel operativo, el beneficio para el investigador es que se pueden obtener respuestas con rapidez y a bajo coste. La posibilidad de que varios entrevistados ingresen simultáneamente a la encuesta, sin necesidad de administrarlos personalmente favorece a la obtención de resultados inmediatos. Asimismo, reduce costes de desplazamiento y de tiempo, dado que no sólo es eficaz en la recolección de los datos sino también es inmediato su traslado a paquetes estadísticos como el SPSS.

Figura 30: Aspectos operativos de la encuesta online.



Fuente: Página del cuestionario online aplicado.

Desde la perspectiva del encuestado, se destaca la posibilidad de que cada individuo controle el momento de acceso, pueda interrumpirla y continuarla posteriormente sin perder la información, además de poder hacerlo durante las 24 horas del día. Entendiendo que el empresario ingresa al “Facebook” en sus momentos de ocio, poder disponer inmediatamente del instrumento de recolección sin previa cita y demoras, eleva el índice de participación. Si bien la mayoría de las encuestas se realizan durante los días laborables, el horario más utilizado es fuera del horario comercial. Este aspecto es un punto fuerte de este método de muestreo, ya que confirma que en determinadas situaciones la no respuesta es consecuencia de la falta de tiempo y no de la negación por parte del encuestado, como es comúnmente visible en las entrevistas a empresarios(as).

Adicionalmente, el sistema controla los casos duplicados, ya que sólo permite ingresar una nueva encuesta desde una dirección IP (código de identificación personal) sólo una vez. Pero el aspecto más conveniente es la posibilidad de ampliar el alcance de la investigación,

prescindiendo de la localización y pudiendo obtener información de distintos lugares de España, elevando así su representatividad.

**Cuadro 29: Días y horarios utilizados por los encuestados para responder la encuesta**

Día de la semana que completó la encuesta	Frecuencia	%
Día laboral	148	69,2%
Fines de semana (incluida la fiesta de Semana Santa)	66	21,4%
	<b>214</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta online.

Horario que completó la encuesta	Frecuencia	%
Horario laboral (de 8 a 13 hs. y de 16 a 21 hs)	84	39,3%
Horario no laboral (de 13 a 16 hs., después de las 21 y fines de semana)	130	60,7%
	<b>214</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta online.

Otra ventaja para el encuestado es el tiempo de demora desde que comienza el proceso y llega a su fin. Entendiendo que el tiempo del emprendedor (a) es escaso, este aspecto aumenta el atractivo de este instrumento. En promedio, completar el cuestionario demora unos 20 minutos. Demora aceptable teniendo en cuenta que el formulario despliega cerca de 50 preguntas, la mayoría con múltiples opciones para leer. El formato electrónico facilita la visualización de las opciones y controla los errores que pueda cometer el encuestado, especialmente al contestar preguntas de respuesta única. El mismo sistema controla que sólo pueda indicarse una. Por último, esta técnica resulta más ágil y familiar para personas acostumbradas a utilizar medios informáticos, por lo cuál están mejor predispuestos frente a un formulario impreso.



Figura 31: Extracto de la encuesta en el modo de visualización online

**Emprendedores argentinos en España**

Abandonar-> Continuaré más tarde

**CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS**

¿Puede indicarnos a qué grupo de edad pertenece?

Opciones: Entre 18-25 años, Entre 26-33 años, Entre 34-41 años, Entre 42-49 años, Entre 50-57 años, Más de 57 años

¿Cuánta nació usted?

¿Dónde nació usted?

¿Cuánto tiempo lleva en España?

¿Cuál es su condición legal en España?

Ciudadano español  
 Ciudadano de otro país comunitario  
 Con permiso de residencia de trabajo  
 Con visa de estudiante  
 Ilegal  
 Otro (Por favor especifique)

Indique si los siguientes aspectos influyeron en la decisión de elegir como destino España y en qué grado.

	1. No influyó	2. Poca influencia	3. Influyó medianamente	4. Fue decisivo
El idioma	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La posibilidad de mejorar económicamente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existen buenos mecanismos de protección social	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existencia de allegados cercanos en el lugar.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flexibilidad de las leyes españolas en regulación migratoria	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poseer la nacionalidad española	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existencia de muchos argentinos en la zona.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oportunidad de explotar negocios inexplorados.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Considera que es un país que progresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Considera que los argentinos son bien aceptados en la sociedad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Posibilidad de interrumpirla y retomarla en otro momento sin comenzar nuevamente.

Agilidad en la elección de la opción

Autocontrol de las respuestas excluyentes

Posibilidad de mejorar la presentación de preguntas Likert, facilitando la indicación de las respuestas en cada una de las opciones

Fuente: Encuesta a Emprendedores(as) argentinos(as) en España.

Finalmente, esta fase cuantitativa, fue completada datos secundarios que aumentan la validez de los resultados obtenidos en la muestra. Las fuentes de información secundaria utilizadas fueron las estadísticas del GEM, del World Economic Forum y World Bank, la Corporación Latinobarómetro y estadísticas nacionales (INDEC para Argentina e INE para España). Estos datos permitieron, además, contextualizar la unidad de análisis.

#### 6.2.4. Las técnicas de análisis de la información

Para el análisis de los datos se utilizó el programa estadístico SPSS versión 17. Para la elaboración de los perfiles emprendedores se realiza un análisis de conglomerados confirmatorio. Esta técnica consiste en el agrupamiento de los casos de la muestra según características afines intragrupo y atributos intergrupales lo más heterogéneos posibles. Si bien, generalmente es utilizado para el análisis exploratorio a fin de detectar las dimensiones que explican esas diferencias en la muestra, en nuestro caso se utiliza para confirmar las dimensiones teóricas que son definidas en las estadísticas internacionales para clasificar a

los(as) empresarios(as) étnicos. El objetivo de este cluster es, por consiguiente, comprobar el potencial explicativo de dichas teorías y estratificar la muestra a fin de identificar un grupo de individuos que emprendan por oportunidad y sea la base de la muestra por conveniencia del trabajo cualitativo.

Según los datos presentados y las definiciones propuestas por el GEM (2008) para clasificar los(as) emprendedores(as) de origen no comunitario, analizamos los perfiles que hemos construido siguiendo las características de la muestra. Estos perfiles permiten observar la heterogeneidad dentro del grupo emprendedor para, en una fase posterior, realizar entrevistas en profundidad en cada uno de los subgrupos de la muestra. Para ello, se realizó un análisis de cluster de tipo confirmatorio, basándonos en tres criterios de clasificación: 1) si son emprendedores(as) por necesidad o por oportunidad; 2) la categoría ocupacional previa, y 3) la rama de actividad en la que se desarrolla el emprendimiento según esté basada en el conocimiento o no. Las variables adoptadas se definieron de la siguiente forma:

*a) Emprendedor(a) por necesidad:* se incluyen los casos que respondieron afirmativamente que las motivaciones para iniciar una empresa y no emplearse en relación de dependencia se relacionan con barreras o deficiencias del mercado de trabajo: a) “los salarios como empleados son inferiores a las ganancias como empresario”; b) “por mi condición de inmigrante no me emplean en relación de dependencia y creo mi propia empresa”, y c) “por el mismo trabajo pagan menos salarios a inmigrantes que a nativos y no es rentable”.

*b) Emprendedor(a) por oportunidad:* con el mismo criterio se define dentro de este grupo a aquellos que hayan respondido afirmativamente a algunas de las siguientes opciones: a) “quería explotar mi experiencia empresarial”; b) “tenía una idea de negocio que quería explotar y no pensé en otra opción”; c) “quería ser independiente y desarrollar mi vocación empresarial”, y d) “existen en España muchas oportunidades de negocio que no son explotadas”. Se validó el caso como de oportunidad si no ha indicado previamente alguna de las opciones que definen al emprendedor(a) por necesidad.

*c) Sectores basados en el conocimiento:* se sigue el criterio de Vence y González (2005) que define las actividades productivas según la clasificación de la OCDE. Dentro de este grupo se consideran las siguientes ramas (sólo las presentes en la muestra del estudio): a) “servicios gráficos”; b) “construcción de maquinaria de óptica y médicas”; c) “correos y telecomunicaciones”; d) “actividades informáticas”; e) “intermediación financiera y actividades

auxiliares”; e) “seguros y planes de pensiones” f) “actividades inmobiliarias, alquiler de maquinaria y equipos”; g) “actividades jurídicas, contables, de consultoría, arquitectura e ingeniería” ; h) “educación, sanidad”; i) “servicios sociales, actividades recreativas, culturales y deportes”.

*d) Sectores no basados en el conocimiento:* aquí se agrupan el resto de las actividades detalladas en la muestra como comercio por mayor y menor, gastronomía, hostelería, construcción, etc.

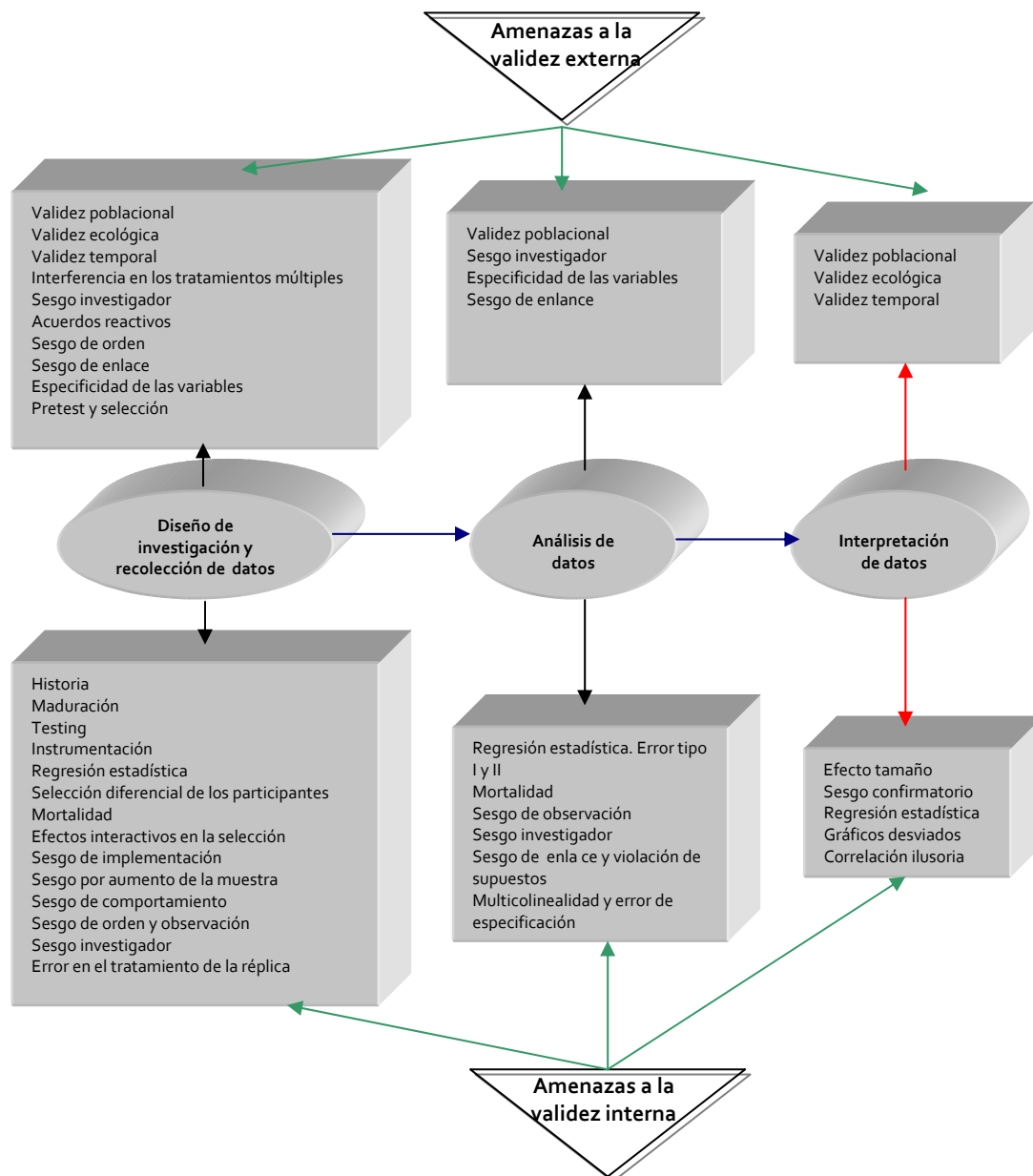
*e) Por trayectoria ocupacional previa:* se mide como la última actividad laboral que ejerció en Argentina antes de emigrar. Se agruparon los individuos en tres categorías: a) empresario en Argentina; b) empleado en empresa pública o privada en Argentina, y c) desempleados e inactivos.

Dentro de las medidas posibles de agrupación por cluster, se optó por realizar un conglomerado por fases. El mismo está basado en un algoritmo que produce resultados óptimos cuando las variables intervinientes son mixtas: categóricas y numéricas. La medida de distancia que se utiliza es el log-verosimilitud. Dado que el objetivo del agrupamiento de los individuos es confirmar la heterogeneidad de los grupos en función a las variables mencionadas en los modelos teóricos, se preestablece el número de conglomerados requeridos. Esto permite que no se agrupen casos que pueden ser interpretados como *outliers* y permite una descripción representativa de un grupo razonable de casos. A pesar de que la técnica lleva implícita la lógica matemática, no se fundamenta en análisis estadísticos. Por ello, debemos ser extremadamente cautos en la interpretación y alcance de los resultados hallados. No debe aceptarse ninguna solución sin una evaluación de su confianza y validez. En el caso de los clusters, la validación consiste en asegurar la representatividad y el alcance de los resultados. A continuación, se discuten los criterios de validez interna y externa considerados en esta fase del diseño de investigación.

### **6.2.5. Validez interna y externa de la fase cuantitativa**

Para analizar la validez externa e interna del diseño cuantitativo, se adoptó el modelo propuesto por Onwuegbuzie (2000) que establece criterios generales a tener en cuenta al evaluar la validez de estudios con la aplicación de este tipo de metodologías, como queda representada en la figura 34.

**Figura 32: Marco general para evaluar la validez en estudios de naturaleza cuantitativa**



Fuente: Onwuegbuzie, A (2000).

En el modelo presentado se describen los distintos aspectos que amenazan la validez de la investigación. Brunet et al. (2002: 176) definen la validez interna a “la concordancia entre los resultados obtenidos y la realidad investigada. Esto se cumple cuando el diseño de investigación controla todas las posibles explicaciones alternativas y se obtiene un solo significado y no hay variables perturbadoras”. Asimismo se entiende por validez externa a “la concordancia de la realidad de nuestra investigación con la realidad de otras poblaciones o fenómenos no investigado, diferentes pero similares”. Es decir, tiene que ver con la posibilidad de generalizar

a toda la población de la cuál se ha extraído la muestra. Teniendo en cuenta las características del diseño cuantitativo que hemos formulado anteriormente, centraremos el análisis de la validez en los aspectos que consideramos pertinentes para nuestro estudio.

Respecto a las consideraciones generales sobre la validez interna cabe destacar que el diseño metodológico propuesto se ajusta a los criterios de validez generalmente evaluados. Por ejemplo, el tiempo de ejecución del trabajo de campo es de tres meses, lo que disminuye el riesgo de que se presenten cambios en los sucesos, que amenacen la validez de los resultados. Asimismo, se controla el problema de la instrumentación, que consiste en obtener constructos no válidos e inconsistentes del instrumento de recolección de datos a través de la administración online del cuestionario que permite realizar una codificación inmediata de las encuestas y los resultados, detectando las fallas y pudiendo corregir los problemas de forma inmediata. Además, dentro de la encuesta, se elaboran preguntas control, cuya función es chequear la información relevante y analizar la consistencia de las respuestas, elevando el nivel de confianza de los resultados obtenidos.

Un peligro que surge de la fuente de identificación de datos utilizada (redes virtuales) es que a futuro, esos casos detectados desaparezcan de la red. En este caso, en la medida en que este hecho sea frecuente puede afectar el tamaño de la muestra y la representatividad. Sin embargo, en esta tesis, este fenómeno se da en individuos que son argentinos(as) pero no emprendedores(as), por lo que la muestra de estos últimos no sufre variaciones de este tipo. Es más, el contacto por las redes virtuales es sólo el comienzo; luego, se establecen relaciones con los(as) emprendedores(as) a través de datos de identificación personal como su correo electrónico personal o su teléfono que evita problemas por mortalidad en la muestra.

En cuanto a la posibilidad de existir sesgo de orden y de selección, este aspecto es uno de los más débiles dentro de esta investigación, como lo es en la generalidad de los estudios que se basan en poblaciones ocultas. Como sucede en las técnicas que utilizan sistemas digitales de contacto, existe un sesgo de selección en cuanto a que sólo están representadas aquellas unidades muestrales que disponen, en este caso, de Internet y aceptaron pertenecer a esta red virtual específica. Teniendo en cuenta este aspecto, se dispone de la búsqueda de individuos mediante otro sistema de rastreo por bola de nieve, recurriendo a instituciones públicas y asociaciones de argentinos(as). Dado que el objetivo de la investigación es exploratorio-descriptivo, se da mayor importancia a disponer de un tamaño considerable de casos sobre la generalización de los resultados.

Por otra parte, en el análisis de conglomerados, el orden de los casos determina su resultado. Por ello, se realizan diferentes clasificaciones variando el orden aleatoriamente a fin de observar si los perfiles permanecen estables. Así, se observa que si bien varía el número identificador del grupo, este conserva el número de individuos dentro de cada una de las submuestras y cada unidad muestral es clasificada en el mismo grupo, manteniendo las características de su perfil. Por último, cabe destacar que para garantizar la validez interna se tiene en cuenta la fiabilidad de los constructos y la estabilidad de los resultados, mediante la triangulación teórica, metodológica y de técnicas de recolección cuantitativas y cualitativas. La triangulación teórica garantiza la definición unívoca de los conceptos e indicadores utilizados en la medición de la unidad de análisis. Por lo demás, la utilización de diversas fuentes de información previene problemas relacionados a la veracidad de los resultados.

En relación a la posibilidad de poder generalizar los resultados, como es sabido, sólo en las muestras probabilísticas las conclusiones pueden generalizarse a la población. Pero ante la dificultad de no poder extraer una muestra estadística, si bien no podemos afirmar que los resultados responden fielmente a los que podrían obtenerse de la población podemos aproximarnos a través del análisis de su representatividad. Si bien la técnica de muestreo es por bola de nieve, se utiliza en la primera etapa un procedimiento al azar, contactando a posibles individuos que reúnen características de la muestra sin selección previa de los casos. Cohen (1990: 64) considera que un procedimiento de bola de nieve con "secuencias aleatorias", no es una muestra aleatoria pero es el mejor sistema para seleccionar usuarios de una forma representativa. Para valorar estadísticamente esta representatividad se consideró la diferencia de medias respecto a una característica poblacional tanto en el universo como en la muestra. Dicha variable no tiene que estar asociada a la muestra, de hecho, generalmente, se utilizan indicadores como género o edad, pero en el caso considerado, estas dos variables están muy correlacionadas con la población emprendedora. Por ello, se decide analizar la distribución territorial de los individuos de la muestra con los patrones de localización de la población, dado que se verificó previamente que no hay diferencias estadísticamente significativas entre la distribución territorial de los(as) emprendedores(as) y de los(as) no emprendedores(as). El cuadro siguiente muestra los resultados obtenidos.

**Cuadro 30: Relación entre los valores muestrales y poblacionales**

REGION	POBLACION	MUESTRA	VARIABLE	MEDIA	DES. TÍPICA	N
ANDALUCÍA	44.672/ 15.38%	30/ 14%	Muestra	10.9474	17.8713	19
ARAGÓN	3.993/ 1.37%	4/ 1.86%	Población	15277.94	19652.36	19
ASTURIAS	4.346/ 1.49%	0/ 0%	C.de Pearson	0.925		
ISLAS BALEARES	23.905/ 8.23%	19/ 8.87%	R2	0.856		
ISLAS CANARIAS	20.150/ 6.94%	2/ 0.93%	F	101.231	0.000	
CANTABRIA	1.770/ 0.61%	0/ 0%	Constante	-1.908	2.047	0.364
GALICIA	16.576/ 5.71%	9/ 4.20%				
GRANADA	5.415/ 1.86%	0/ 0%				
CASTILLA LA MANCHA	4.688/ 1.61%	1/ 0.46%				
CATALUÑA	68.195/ 23.49%	50/ 23.36%				
EXTREMADURA	1.249/ 0.43%	1/ 0.46%				
MADRID	42.118/ 14.5%	57/ 26.63%				
MURCIA	4.134/ 1.42%	3/ 1.40%				
NAVARRA	2.156/ 0.72%	0/ 0%				
PAÍS VASCO	5.763/ 1.98%	2/ 0.93%				
LA RIOJA	1.454/ 0.5%	0/ 0%				
CEUTA	57/ 0%	0/ 0%				
MELILLA	60/ 0%	0/ 0%				
VALENCIA	39.580 /13.63%	30/ 14%				
NO RESPONDE		8/ 3.73%				
<b>TOTAL</b>	<b>290.281</b>	<b>214</b>				

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta y el INE.

Podemos observar que los datos de la muestra tienen una distribución territorial similar al de la población. A partir de la aplicación de diferencias de medias se rechaza la hipótesis nula de que existen diferencias entre la muestra y la población. Esta semejanza permite decir que la muestra es representativa aún cuando no constituye una muestra probabilística y no puedan generalizarse los resultados. Además, para verificar que los criterios de decisión no estén correlacionados, condición para que el cluster sea válido, se analiza la asociación entre los mismos. El cuadro 28 muestra los valores de Chi cuadrado y del coeficiente de contingencia para cada una de las variables, en relación con las otras. La hipótesis nula es que existe asociación entre los criterios seleccionados.

**Cuadro 31: Confirmación de la no existencia de relación entre las variables que definen los perfiles**

DIMENSIONES	Oportunidad vs. necesidad	Según relación con el conocimiento	Según ocupación previa a emigrar
Emprendimientos por oportunidad vs. necesidad.		$\chi^2=0.511$ , Sig= 0.475 Cf.contingencia=0.049	$\chi^2=1.975$ , Sig= 0.372 Cf.contingencia=0.097
Tipo de emprendimiento según relación con el conocimiento.	$\chi^2=0.511$ , Sig= 0.475 Cf.contingencia=0.049		$\chi^2=2.711$ , Sig= 0.258 Cf.contingencia=0.11
Categoría ocupacional previa a emigrar.	$\chi^2=1.975$ , Sig= 0.372 Cf.contingencia=0.097	$\chi^2=2.711$ , Sig= 0.258 Cf.contingencia=0.11	

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

De acuerdo a estos resultados, se verifica que no existe asociación entre las variables criterio. La presencia de asociación afecta fundamentalmente a la heterogeneidad intergrupar y por otra parte agrupa individuos muy diversos dentro del mismo perfil.

### **6.3. El diseño de investigación en la fase cualitativa**

Una vez identificados los(as) emprendedores(as) y verificada la existencia de personas que emprenden empresas motivadas por la detección de oportunidades, se procede a la aplicación de técnicas cualitativas para analizar la trayectoria de estos individuos en su proyecto migratorio, y entender las acciones que realizan y las decisiones que definen cada una de las fases de dicho proceso. En este sub-apartado se define el diseño metodológico planteado en la fase cualitativa del estudio, la unidad de análisis, la técnica de recolección de datos, de interpretación de los resultados y las consideraciones en torno a la validez de los datos (Gahan y Hannibal, 1998).

#### **6.3.1. La unidad de observación. Definición y características de los entrevistados**

El objetivo de la fase cualitativa fue indagar en profundidad en la trayectoria socio-profesional de los(as) argentinos(as) que iniciaron empresas por oportunidad. Dadas las restricciones temporales y económicas, en este caso, las unidades de observación son los(as) emprendedores(as) que residen en Cataluña que fueron detectados en la muestra cuantitativa y accedieron a la entrevista en profundidad. Para esta etapa del estudio, se optó por un muestreo por conveniencia. Según Brunet et al. (2002: 245) este tipo de muestreo se da cuando “el investigador selecciona los informantes que deben ser parte de la muestra según un criterio estratégico personal (ahorro de tiempo, dinero, etc.), los que voluntariamente surgen en la búsqueda (los únicos que acceden a la entrevista), o los que por su conocimiento de la situación o del problema a investigar son los más idóneos y representativos de la población”. En este caso, se contacta nuevamente a los(as) emprendedores(as) argentinos(as) que iniciaron empresas por oportunidad en Cataluña y de aquellos que accedieron a ser entrevistados, se eligieron los individuos en base a tres criterios: 1) diversidad de la muestra para elevar la representatividad; 2) la saturación para definir el número de entrevistas, y 3) la proximidad geográfica para optimizar los recursos económicos de movilidad y el tiempo de ejecución. Las entrevistas se realizaron durante Octubre y Noviembre del 2009. Se registraron diez entrevistas en profundidad de una extensión promedio de una hora. El perfil de los entrevistados se detalla en el cuadro 32.



**Cuadro 32: Listado de los(as) emprendedores(as) argentinos(as) por oportunidad entrevistados**

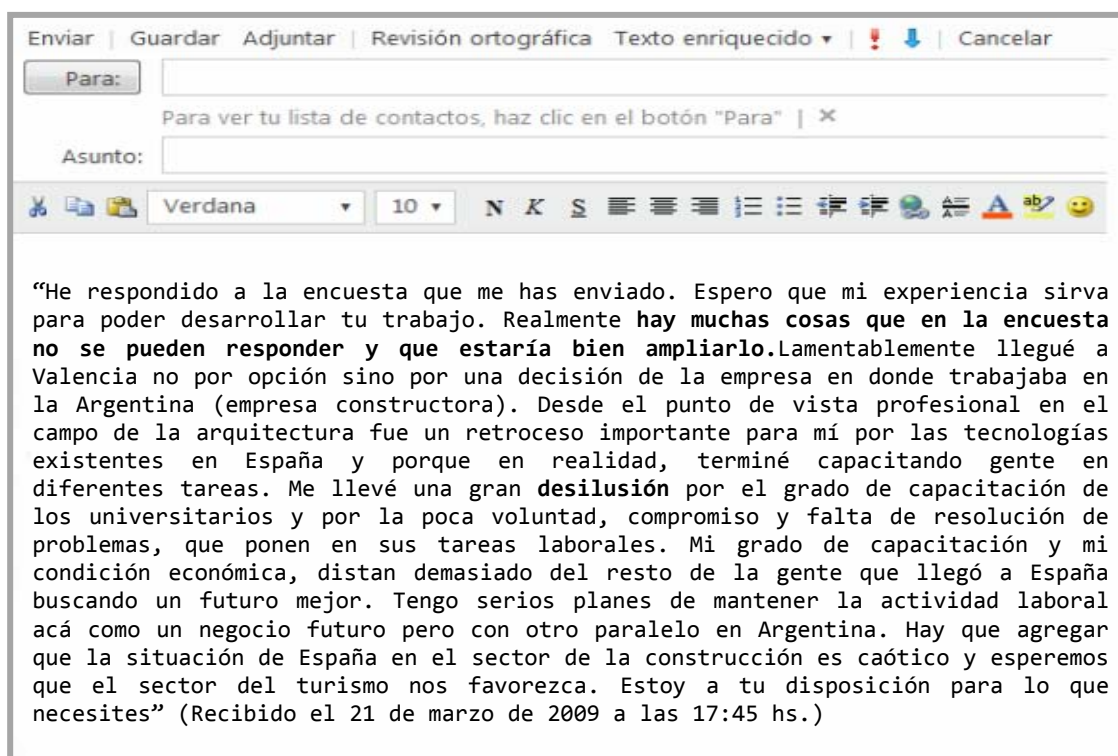
ENTREVISTADO	PERFIL
ENTREVISTADO 1	* Mujer * Entre 42 y 49 años * Reus/Tarragona * Año de arribo: 2004 * Con permiso de residencia * Psicóloga * Profesión en Argentina: Empleada * Emprendimiento: Centro integral de psicología
ENTREVISTADO 2	* Mujer * Entre 34 y 41 años * Tarragona * Año de arribo: 2002 * Comunitario * Universitaria incompleta * Profesión en Argentina: Empleada * Emprendimiento: Comercio tradicional y tienda online de artesanías
ENTREVISTADO 3	* Hombre * Entre 42 y 49 años * Vilaseca/Tarragona * Año de arribo: 2004 * Con permiso de residencia * Secundarios completos * Profesión en Argentina: Empleado * Emprendimiento: Comercio tradicional de venta de insumos a empresas fúnebres
ENTREVISTADO 4	* Hombre * Entre 34 y 41 años * Barcelona * Año de arribo: 2003 * Comunitario * Diseño gráfico * Profesión en Argentina: Empleado * Emprendimiento: Estudio de diseño gráfico
ENTREVISTADO 5	* Hombre * Más de 57 años * Salou/ Tarragona * Año de arribo: 2006 * Con permiso de residencia * Universitario incompleto * Profesión en Argentina: Empresario * Emprendimiento: Comercio tradicional de venta de indumentaria
ENTREVISTADO 6	* Hombre * Entre 50-57 años * Tarragona * Año de arribo: Antes de 1995 * Comunitario * Universitarios incompletos * Profesión en Argentina: Empleado * Emprendimiento: Asesoramiento integral a empresas

ENTREVISTADO 7	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Hombre</li> <li>* Entre 26 y 33 años</li> <li>* Barcelona</li> <li>* Año de arribo: 1999</li> <li>* Con permiso de residencia</li> <li>* Licenciado en Administración</li> <li>* Profesión en Argentina: Empleado</li> <li>* Emprendimientos: 2 restaurantes y una carnicería argentina (productos étnicos)</li> </ul>
ENTREVISTADO 8	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Hombre</li> <li>* Entre 26 y 33 años</li> <li>* Reus /Tarragona</li> <li>* Año de arribo: 2001</li> <li>* Con residencia de trabajo</li> <li>* Universitarios incompletos</li> <li>* Profesión en Argentina: Empleado</li> <li>* Emprendimiento: Telecomunicaciones</li> </ul>
ENTREVISTADO 9	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Hombre</li> <li>* Más de 57 años</li> <li>* Barcelona</li> <li>* Año de arribo: 2003</li> <li>* Comunitario español</li> <li>* Abogado e ingeniería incompleta</li> <li>* Profesión en Argentina: Empresario</li> <li>* Emprendimientos: estudio jurídico, fabricación de máquinas de hielo y promotora inmobiliaria</li> </ul>
ENTREVISTADO 10	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Mujer</li> <li>* Entre 50-57 años</li> <li>* Barcelona</li> <li>* Antes de 1995</li> <li>* Comunitario español</li> <li>* Arquitecta</li> <li>* Profesión en Argentina: Empleada</li> <li>* Emprendimiento: Estudio de arquitectura</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia en base a la información primaria.

### 6.3.2. La técnica de recolección de datos: entrevistas en profundidad

La realización de las entrevistas en profundidad permitió ampliar la información que los(as) emprendedores(as) brindaron en la encuesta estructurada y aportar nuevos resultados que surgen de sus relatos personales.

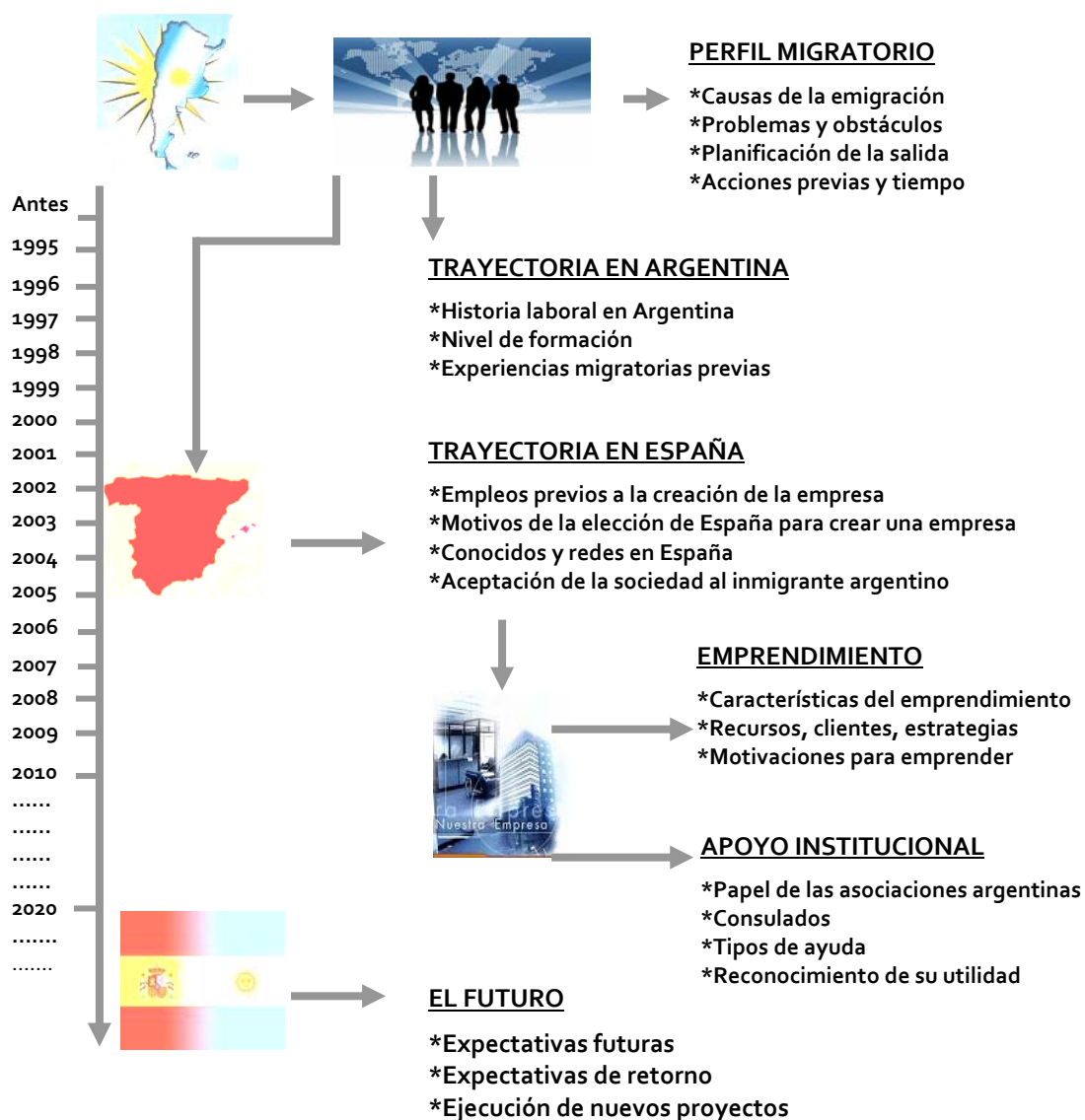
**Figura 33: Ejemplo de mensaje de un emprendedor argentino que justifica la fase cualitativa**

En el mensaje anterior recibido por un argentino, contactado a través de la red virtual, se muestra el por qué se considera esencial esta etapa del proceso de investigación. Por ello, entendiendo las limitaciones de la encuesta, la necesidad de captar opiniones y sentimientos e interés de los propios emprendedores(as) por contar su trayectoria inmigratoria, se opta por realizar entrevistas semi-estructuradas. Las ventajas de las entrevistas respecto a otras técnicas cualitativas (grupos focales u observación directa, entre otros) son las que se detallan a continuación, siguiendo la descripción propuesta por Brunet et al. (2002: 283): 1) riqueza informativa, intensiva, holística, contextualizada y personalizada. Facilita la obtención de una información más completa, profunda y rica, sobretudo en cuestiones comprometidas. El estilo especialmente abierto de esta técnica permite obtener esta amplitud informativa en las propias palabras de la persona entrevistada; 2) posibilidad de indagación en ámbitos no previstos. Proporciona al investigador la posibilidad de aclaración y seguimiento de preguntas y respuestas, en un marco de indagación más directa, personalizada, flexible y espontánea que no sucede en la administración de la encuesta; 3) es un buen contrapunto cualitativo de los resultados cuantitativos, facilitando la comprensión; 4) accesibilidad a información difícil de observar, y 5) preferible por su intimidad y comodidad. Se accede a personas que no están dispuestas a compartir sus experiencias con otros y, además, no exige desplazamientos.

Teniendo en cuenta que la experiencia laboral y la trayectoria migratoria de los individuos son personales y únicas, se prefirió esta técnica frente a los grupos de discusión. Si bien estos últimos pueden ser más apropiados para entender la visión que tienen estos(as) empresarios(as) del contexto argentino y español, consideramos que no es la técnica que proporciona la mejor información relacionada a la historia pasada y a la vida laboral de los(as) emprendedores(as) argentinos(as).

Las entrevistas en profundidad tienen una duración promedio de una hora en la que se realizaron preguntas abiertas, siguiendo la trayectoria de los(as) emprendedores(as) inmigrantes a lo largo de su vida. Para ello, el guión se construye en base a momentos de la vida laboral y personal que permiten comprender las acciones presentes en función de la información pasada y de las expectativas futuras. Asimismo, permite indagar sobre las motivaciones que llevan a estas personas a iniciar empresas en contextos nuevos y a comprender las fases del proceso, los obstáculos y las estrategias que guían al emprendedor(a) en cada etapa. Esta información indaga en profundidad en las definiciones teóricas del “emprendedor(a) por oportunidad” y el “emprendedor(a) por necesidad” que se discutirán en el capítulo de resultados y en las conclusiones de este trabajo. Para realizar las entrevistas en profundidad, se diseñó un guión que contiene los elementos esenciales para alcanzar los objetivos de la investigación y que se describen en la figura siguiente.

**Figura 34: Dimensiones medidas en las entrevistas a emprendedores(as) por oportunidad**



Fuente: Elaboración propia en base al guión de entrevista.

Este análisis histórico indaga sobre las vidas de los(as) emprendedores(as) destacando: 1) sus experiencias en Argentina y su influencia en la situación actual; 2) las acciones emprendidas en España, el grado de aceptación de la sociedad española y la construcción de vínculos en el nuevo contexto (laborales y personales); 3) la creación de la empresa, sus características y las motivaciones a emprender que guían sus decisiones y 4) la proyección futura de sus vidas personales y profesionales, sus deseos de retorno y tipos de vínculos con Argentina a futuro. Se realizaron preguntas abiertas que proponían el tema a conocer y en función de las respuestas

otorgadas por los individuos, se profundizó en aquellos aspectos no mencionados.<sup>3</sup> Gartner (2008: 359) plantea este mismo argumento explicando que “el fenómeno de la iniciativa empresarial es una lucha por ver cuántas diferentes maneras, diferentes tipos de individuos, en diferentes contextos, pueden comenzar diferentes tipos de empresas. No hay un tipo empresarial. De hecho, puedo ver que cada emprendedor(a) es inherentemente único, y que sólo mediante esfuerzos para crear agrupaciones de estos(as) únicos(as) empresarios(as) se podría sugerir que hay tipos y clases de empresarios(as). Sin embargo, estas agrupaciones son instrumentos intelectuales y estadísticos de la investigación para dar sentido a la diversidad que vemos. La variedad es, intrínsecamente, una característica fundamental de la iniciativa empresarial”. La virtud de las entrevistas es que facilita el entendimiento del pensamiento colectivo y cultural, atendiendo a la variedad de experiencias individuales.

### **6.3.3. Técnica de análisis narrativo: los relatos de vida**

Los relatos de vida pueden definirse como la técnica que permite interpretar cómo los protagonistas visualizan las cosas y cómo se pueden obtener interpretaciones sistemáticas de dichas visualizaciones. A diferencia de otras técnicas cualitativas, las historias de vida “permiten explicar situaciones cotidianas en la que se desenvuelve aquella parte de la sociedad que se pretende estudiar, pero que, en lugar de ser interpretada teóricamente desde fuera por el investigador, habla por sí misma” (Fernandez y Ocando, 2005: 4). El aspecto más favorable de esta técnica es que no constituye el relato de hechos testimoniales, sino que involucran la interpretación y reflexión acerca de esos hechos, todo esto implícito en sus narraciones (Santamaría y Marinas, 1993, 1995).

Por ello, Köhler (1993) sugiere que este método es altamente recomendable para el estudio de aspectos personales y de identidad, y también en trabajos que traten sobre la vida social y la cultura interpretada a través de las historias personales. Las características que definen el método narrativo son: 1) las historias siguen un orden cronológico. Siempre se interpreta bajo el interrogante de qué es lo que ha pasado después; 2) tiene en cuenta cómo fueron realizado los hechos (acciones), cuándo y dónde se hicieron (contexto), quién lo hizo (agente), y por qué (objetivo); 3) tiene en cuenta las emociones que definen la forma en que los individuos se expresan, dan relevancia a sus actos, establecen jerarquías, etc., y 4) las narraciones son interpretables, y por lo tanto requieren de interpretación.

---

<sup>3</sup> En el Anexo Metodológico puede consultarse el guión de la entrevista.

Gartner (2010) sugiere que para explorar las situaciones específicas que involucran la acción humana y la experiencia empresarial en un determinado momento es necesario adoptar otro modo de entender, que es el saber narrativo. A tal punto reconoce su importancia que propone la creación de una publicación denominada *Entrepreneurial Narrative: Text, Ethnomethodology & Reflexivity*, con investigaciones que analicen la realidad emprendedora desde la perspectiva narrativa. En el campo de *Entrepreneurship*, al igual que en las investigaciones sobre trayectorias migratorias, los relatos de vida suelen ser un instrumento apropiado para el alcance de los objetivos, siguiendo las consideraciones enumeradas por Fletcher (2007): a) examina de una forma en la que las narrativas empresariales toman forma de autobiografías, incluyendo la visión del fundador de la empresa y su visión de la realidad que cuenta. En muchos casos, esta realidad es el relato de un héroe exitoso y en otros es la narración de por qué las cosas pudieron haber salido mal; b) el enfoque narrativo para estudiar el espíritu empresarial anima a los investigadores a escribir su trabajo a modo de historia. Los investigadores pueden optar por centrarse en datos objetivos de hechos reales o descriptivos, pero esta mina la importancia de las historias, sobre todo para transmitir significados particulares y puntos de vista acerca de los procesos empresariales, y c) los múltiples relatos y los aspectos contextualizados de la iniciativa empresarial, permiten resaltar el carácter dinámico del fenómeno emprendedor y no estático. Mediante el análisis de las trayectorias personales constantemente se construyen en relación a otra cosa en el pasado, presente y futuro.

Cabe destacar que la finalidad de la aplicación del análisis narrativo a la investigación de los(as) emprendedores(as) argentinos(as) en España cumple, siguiendo la clasificación funcional propuesta por Bertaux (1989: 91), tanto una función exploratoria como analítica y sintética. La función exploratoria de los relatos de vida es “un medio de ‘entrar’ en un campo nuevo y de empezar a hacer aflorar en él los procesos esenciales, los rasgos estructurales más relevantes, los ejes centrales. En la fase analítica, el objetivo ya no es explorar sino analizar. Ello comprende dos ‘momentos’ que a menudo se solapan parcialmente.: el momento de la comparación de los fenómenos, del esbozo de tipologías, del paso de ‘ideas’ a hipótesis, resumen de la construcción de una ‘teoría’ es decir, de una representación mental de lo que ocurre en la ‘realidad social’ (el referente) y el momento de la verificación, o más bien de la consolidación empírica de las proposiciones descriptivas y de las interpretaciones avanzadas”.

En este estudio se parte de la base de los resultados obtenidos en la fase cuantitativa, que facilita la exploración de los posibles casos a incorporar en la fase cualitativa, pudiendo avanzar en esta instancia en la profundización y análisis de las trayectorias socio profesionales de acuerdo al

marco conceptual existente. Entendiendo las limitaciones de esta etapa, pero destacando su relevancia como punto de partida para estudios sucesivos, podemos concluir que este estudio se enmarca dentro de una investigación exploratoria- confirmativa, para la cual, la triangulación de datos mediante la combinación de métodos permitió avanzar más allá del ámbito exploratorio y construir, a partir de estos resultados, modelos y representaciones que pueden contrastarse con las categorías abstractas.

Metodológicamente, la aplicación de esta técnica cualitativa queda resumida en cuatro momentos: la prehistoria, el relato de la historia, la transcripción, el análisis interpretativo y la validación. Fernandez y Ocaso (2005) definen la fase prehistórica, como el tiempo necesario previo al relato de la historia de conocimiento mutuo entre el investigador y el sujeto a investigar para generar el clima de confianza que estimule a los individuos a “contar sus propias vidas”. El momento del relato de la historia involucra la experiencia del pasado, su condicionamiento en el presente y su proyección al futuro. Como sugiere Köhler (1993) conviene utilizar preguntas abiertas y generales. Por ello, se realizan preguntas que ubican al entrevistado en la situación requerida, sea esta del pasado, de la actualidad o del futuro. Estas preguntas semiestructuradas se diseñan y utilizan para guiar al investigador en las categorías teóricas a observar y para orientar al entrevistado en su relato.

En cuanto a la transcripción, todas las entrevistas son grabadas y se transcriben todos los audios respetando las expresiones de los mismos entrevistados y su lenguaje. Para la interpretación de los resultados se hace uso de los textos escritos y de la escucha repetitiva de los mismos relatos (Lebart et al. 2000). Para el análisis de datos se opta por la forma manual para la interpretación de los resultados y las variables halladas. Se aplica el software cualitativo para la construcción de dichas variables. La combinación de ambos sistemas permite aprovechar la riqueza informativa de las transcripciones de manera ordenada y estructurada. En este estudio se utiliza el programa NVIVO 2. Para la construcción de las categorías se diseña la estrategia de codificación. Richards (1999: 53) considera diferentes momentos en este proceso: 1) la identificación de códigos “abiertos”; 2) la construcción de jerarquías y 3) la selección de los códigos y estructuración de las interrelaciones.

En nuestro caso se realiza, a través del NVIVO 2, la codificación abierta y la jerárquica y se analiza manualmente las interrelaciones y el modelo que representa el discurso común de los entrevistados. Se entiende por codificación abierta a la etapa preliminar de reordenamiento de la información, cuyo objetivo es la identificación de atributos, aspectos comunes y dimensiones de





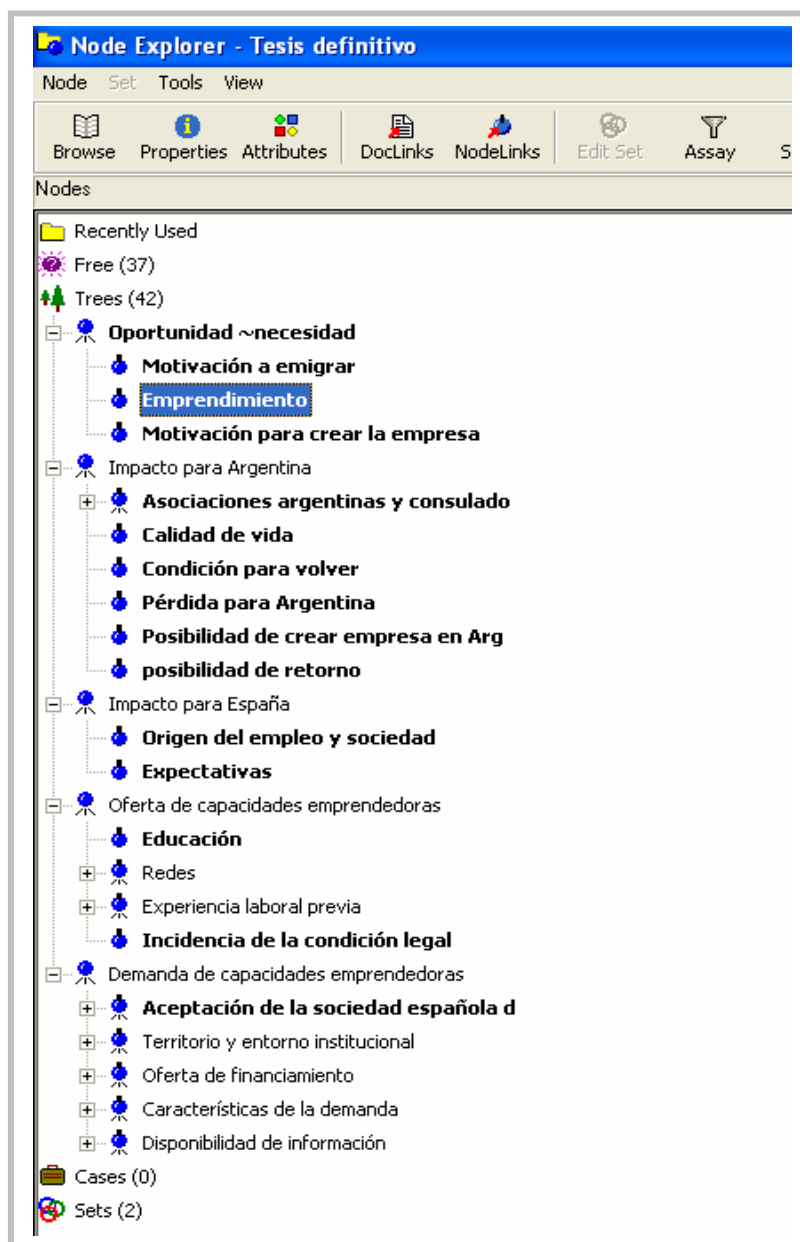
**Figura 36: Representación de los informes comparativos por variable de las entrevistas.**

**Untitled - Text Editor**  
 File Edit  
 Arial 10 Black B / U  
**NVivo revision 2.0.163** Licensee: urv  
**Project:** Tesis definitivo **User:** Administrator **Date:** 16/03/2010 - 16:39:2E  
**NODE CODING REPORT**  
**Node:** /Oportunidad ~necesidad/Motivación a emigrar  
**Treenode address:** (13 1)  
**Created:** 30/12/2009 - 15:28:23  
**Modified:** 11/01/2010 - 11:43:30  
**Documents in Set:** All Documents  
Document 1 of 11 Alicia  
     *Passage 1 of 2* Section 0, Para 2, 40 chars.  
**2:** en realidad fue un proyecto de mi marido  
     *Passage 2 of 2* Section 0, Para 2, 50 chars.  
**2:** un tema que nos tenía muy mal que era mi seguridad  
     Document 2 of 11 Andrea  
     *Passage 1 of 1* Section 0, Para 5, 102 chars.  
**5:** yo desde toda la vida que quería venir a vivir....desde que tengo 18 años que quiero vivir en Europa.  
     Document 3 of 11 Armando  
     *Passage 1 of 1* Section 0, Para 2, 71 chars.  
**2:** Entonces decido que había más campo en otros lados que en Argentina no?

Fuente: Elaboración propia en base a la codificación de las entrevistas en NVIVO 2

De la lectura comparada se puede extraer un lenguaje común, definir los indicadores y formular jerarquías mediante la codificación en árbol, como se ilustra en la figura 37.

Figura 37: Ejemplo de codificación jerárquica en el NVIVO 2.



Fuente: Elaboración propia en base a la codificación de las entrevistas en NVIVO.

La diferencia con la instancia anterior es que se definen jerarquías y relaciones subordinadas que permite integrar los conceptos en un contexto comprensivo global. Esta estructura permite visualizar los conceptos claves y elaborar los modelos interpretativos que proponemos en el análisis de resultados y que se realiza mediante la selección de las categorías relevantes deducidas de las variables teóricas e incorporando a los modelos explicativos, categorías inducidas en la exploración de la información de las entrevistas.

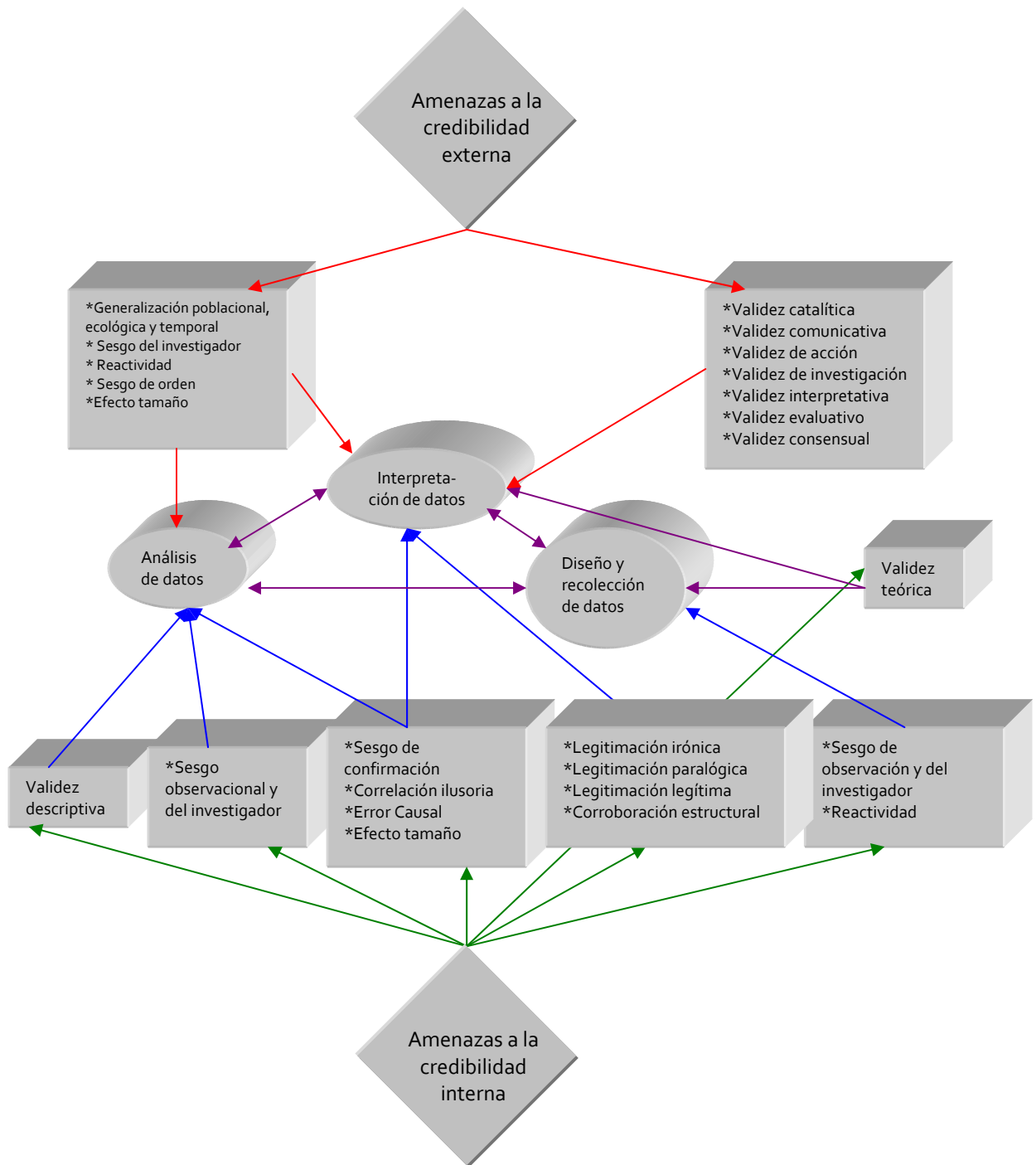
Para la presentación de estos datos se consideraron las dos posibilidades mencionadas por Bertaux (1989: 94-95) que son: 1) la información presentada a modo de ilustración, y 2) el relato en su totalidad tal y como fue expresado por el sujeto investigado. La primera opción “consiste en ilustrar tal o cual punto de la argumentación sociológica con un ejemplo tomado de un relato. El estatuto del extracto elegido no es el de una ‘prueba’: se podría defender la idea de que una vida tomada en su totalidad pudiera servir de prueba a una hipótesis teórica; pero un fragmento o segmento puede, como mucho, servir de ilustración”. La segunda opción consiste “en el trabajo de reescritura donde el investigador se aparta y lo que ha comprendido, en lugar de expresarlo él mismo, busca hacerlo expresar a través de la forma escrita, autobiográfica. Ello es posible porque ‘lo que él ha comprendido’ surge precisamente del propio origen de los relatos. El investigador publica una autobiografía que no es ‘suya’ incluso siendo, finalmente, su obra”.

En este estudio se selecciona la forma ilustrativa. La presentación de comparaciones y repeticiones permiten argumentar la saturación de las categorías teóricas, el alcance de las mismas a nivel de todas las observaciones y, por último, favorecer a la lectura comparada y coherente de las narraciones individuales, entendiendo que la información de diez relatos sin un análisis que sintetice y compare las mismas dificultaría su interpretación. De esta forma se asume el coste de segmentación de los relatos priorizando la comparación y la operatividad.

#### **6.3.4. Validez interna y externa de la fase cualitativa**

Los criterios para evaluar la validez en la metodología cualitativa no son los mismos que se utilizan en las técnicas cuantitativas (relevancia, generalización, consistencia, verificabilidad y reproducción). En el caso del análisis cualitativo es preferible considerar términos como credibilidad, transferencia, dependencia y confirmabilidad (Lincoln y Guba, 1985). El modelo propuesto por Onwuegbuzie y Leech (2007) denominado Modelo de Legitimación Cualitativa analizan estos criterios para medir la credibilidad interna y externa de la investigación cualitativa, como muestra la figura 38.

**Figura 38: Esquema de validez para estudios cualitativos de Onwuegbuzie y Leech (2006).**



Fuente: Onwuegbuzie y Leech (2007).

Estos autores definen la credibilidad interna como “el valor de la verdad, la aplicabilidad, la consistencia, la neutralidad, la fiabilidad, y la credibilidad de las interpretaciones y conclusiones dentro del entorno subyacente o grupo. La credibilidad interna se corresponde con la replicación

interna en términos cuantitativos. Por otra parte, la credibilidad externa se refiere al grado en que las conclusiones de un estudio pueden generalizarse entre: diferentes poblaciones, contextos y tiempos. Es decir, la credibilidad externa corresponde a la confirmabilidad y la transferibilidad de los resultados y conclusiones” (Onwuegbuzie y Leech, 2007: 235). En el análisis de la credibilidad interna de esta investigación es fundamental considerar:

- La existencia de múltiples realidades de un mismo fenómeno de manera que el valor de verdad de la investigación depende de su capacidad para revelar la mayor variedad de casos posibles.
- La competencia de los investigadores para interpretar los datos con fundamento basado en sus conocimientos.
- La validez descriptiva, que refiere a la exposición de datos debidamente documentados.
- La corroboración estructural, es decir, la utilización de múltiples tipos de datos para apoyar o contradecir la interpretación.
- La validez teórica, que representa el grado en que las explicaciones teóricas desarrolladas se ajuste a lo observado en los datos y, por lo tanto, es creíble, confiable y defendible.
- El sesgo de observación, que surge cuando se ha obtenido un muestreo insuficiente de los participantes del estudio.
- El sesgo del investigador, que se produce cuando el investigador tiene prejuicios personales o supuestos a priori. Este sesgo puede ser inconscientemente transferido a los participantes de tal manera que sus comportamientos, actitudes, se ven afectados. Además de influir indebidamente a los participantes, el investigador podría afectar a los procedimientos de estudio o incluso contaminar las técnicas de recolección de datos. Determinan este sesgo las características de personalidad o atributos del investigador, por ejemplo, género, origen étnico, el tipo de ropa usada.
- La reactividad, que refiere a una serie de aspectos relacionados con la forma en el que se lleva a cabo un estudio y las reacciones de los participantes. La reactividad implica cambios en las personas y en las respuestas que se derivan de ser conscientes del hecho de que uno está participando en una investigación o simplemente porque un estímulo

nuevo se introduce en el medio ambiente con el único fin de recoger datos, por ejemplo, una cámara de vídeo.

- El sesgo de confirmación, que es la tendencia a que las interpretaciones y conclusiones basadas en nuevos datos tiendan a ser congruentes, a priori, con las hipótesis.

En esta investigación se ha tenido en cuenta los aspectos de coherencia interna y la credibilidad mediante el diseño de una muestra que considera casos heterogéneos y a través de la triangulación con los datos de la encuesta. En cuanto a la heterogeneidad, se incorporan emprendedores(as) que representan diversas realidades. La base para seleccionar casos distintos son las siguientes variables: edad, motivo de emigración, tipo de empresa creada y género. De esta forma, se tiene en cuenta la incorporación tanto de mujeres como de hombres, emprendedores(as) que vinieron antes de la crisis económica del 2001, los que vinieron después y los que arribaron por exilio político. También se consideran distintos segmentos de edad entre los 25 y 65 años. Por último, se analizan las ramas de actividad incorporando tanto comercios, como servicios profesionales y empresas orientadas a las tecnologías de la información y basadas en el conocimiento. La localización no es tenida en cuenta en la selección, debido a que se accede a los casos más próximos por razones económicas y de tiempo. En cuanto a la validez de los resultados, se relacionan los datos obtenidos en las entrevistas con la información que proporcionaron previamente en las encuestas a fin de identificar las coincidencias y asegurar la estabilidad y coherencia.

Finalmente, debemos considerar el rol de investigador en el proceso, especialmente en la recolección de datos. En primer lugar, cabe destacar la coincidencia en la nacionalidad del investigador y del objeto de investigación, que representan un sesgo en la elección del grupo a estudiar, propio de las motivaciones que guiaron la tesis doctoral. Sin embargo, esto representa una ventaja al momento de construir y aplicar los instrumentos de recolección de datos. Jariego (2001: 10) considera que “un elemento que afecta la calidad de los datos es el grupo étnico o cultural al que pertenece el encuestador o experimentador. Para el inmigrante no es indiferente que el entrevistador que le pregunta acerca de sus actitudes hacia la población de acogida, su compromiso cultural con el lugar de origen o su comportamiento religioso, sea un compatriota o un miembro del grupo receptor”. Para minimizar los problemas de información, el autor sugiere la combinación de entrevistas semiestructuradas y mediadores interculturales. Estos mediadores facilitan la entrada a la comunidad étnica a tratar. En este caso, el ingreso del investigador a las redes virtuales, la exposición de su identidad y la semejanza nacional, facilitan el acceso y el aumento en el índice de respuesta. Dado que el sesgo del investigador puede ser elevado, para la

realización posterior de las entrevistas, se recurre a la colaboración de dos investigadores. Éstos comparten la nacionalidad argentina. De esta forma, sus notas permiten chequear la información, disminuyendo el sesgo del investigador principal.

En definitiva, presentamos las consideraciones en relación a la validez externa del estudio cualitativo. En este caso se ha tenido en cuenta el criterio de saturación de la muestra para definir su tamaño, la posibilidad de transferir el diseño a otras situaciones y contextos y la discusión de los resultados mediante la interpretación de los mismos por agentes externos a fin de evaluar la validez comunicativa y consensual. En este punto, Gartner (2010: 9) expone que “la saturación permite garantizar que se tiene la seguridad de haber identificado un fenómeno que no sale ni de la imaginación de los investigadores, ni de la del interlocutor mitómano: allí está lo social que se expresa a través de voces individuales”. Asimismo, en cuanto a la transferibilidad de los resultados, este autor considera que en los estudios a emprendedores(as) mediante técnicas cualitativas, “estas historias tienen una perspectiva única sobre cómo las personas manifiestan una compleja interacción entre sus intenciones, las acciones y las interacciones con su circunstancia específica. Cuando se estudia en forma integral en profundidad, se es más propenso a generar ideas que sugieren el carácter singular inherente y heterogéneo entre estos individuos, en lugar de analizar superficialmente las diferencias entre estos emprendedores(as) y el resto de los individuos”. Aún cuando los resultados son contextualizados, únicos y los datos sólo pueden interpretarse bajo estas condiciones, cabe destacar que la metodología aplicada puede ser replicada en otros contextos y es un desafío para las futuras líneas de investigación que se desprenden de este estudio.

Adicionalmente, cabe destacar que toda la información obtenida en las entrevistas ha sido debidamente documentada a través de grabaciones y transcripciones que pueden ser analizadas por otros investigadores. El control externo, especialmente de las mismas unidades observadas o bien de lectores del trabajo incrementa la credibilidad externa y las posibilidades de replicabilidad del estudio. En este caso, los resultados fueron reenviados a los(as) emprendedores(as) para su interpretación al igual que una versión preliminar del trabajo cuantitativo fue presentado y evaluado por la Federación de Argentinos en España y Europa. Además, ha sido sometido a la opinión de expertos en las Jornadas sobre Inmigración Argentina organizadas por la Casa Argentina en Madrid. Por lo demás, toda la información es anexada a este estudio para poner a disposición de cualquiera que quiera realizar un análisis crítico e independiente de las interpretaciones y significado que se expresan en esta tesis.



## **6.4. Conclusiones: Fortalezas y limitaciones del diseño metodológico propuesto**

### **6.4.1. Fortalezas**

1.- El diseño metodológico de este trabajo es, a nuestro entender, un punto destacable del estudio, especialmente por su eficacia para detectar emprendedores(as) en una población oculta e incrementar el tamaño de la muestra usualmente utilizado en los trabajos de inmigración. Atkinson y Flint (2001) sostienen que el muestreo por bola de nieve es sesgada hacia la inclusión de individuos con mayor desarrollo de redes sociales e interrelaciones. Pero asimismo, afirman que ese sesgo puede reducirse con un aumento en el tamaño de la muestra. A través de la ampliación de la técnica de muestreo por bola de nieve con la inserción en las redes virtuales puede indagarse un colectivo minoritario en profundidad con un número de unidades muestrales elevado. Al respecto, Jariego (2001: 3) analiza estrategias para aumentar la validez de las investigaciones sobre minorías étnicas y plantea que “algunas de las dificultades de investigación en este área tienen que ver precisamente con la definición y análisis del concepto de comunidad cultural o étnica. En algunos trabajos de investigación se delimita el colectivo objeto de estudio de una manera demasiado simple y genérica, mientras que en otros se presumen las diferencias culturales sin dejar constancia empírica de las mismas. Unas veces se utilizan categorías culturales muy amplias y poco significativas, mientras que otras se concibe a los grupos étnicos como entidades uniformes o estáticas, obviando las diferencias dentro del grupo o a lo largo del tiempo”. Como se presentó al comienzo del capítulo, los trabajos basados en estadísticas y censos llegan a conclusiones demasiado agregadas de la realidad de los distintos colectivos de inmigrantes y entre los estudios que crean información primaria suelen tener tamaño de muestra pequeñas y englobar diferentes culturas equiparando el concepto a “regiones de procedencia”, sin distinguir los factores idiosincrásicos. El mismo autor resume que “son muy poco frecuentes los trabajos que se limitan a un grupo particular, en un momento y lugar determinados” (Jariego 2001: 19).

2.- La inserción en las redes virtuales como participante en cada uno de los grupos de argentinos(as) permitió elevar el nivel de confianza de los miembros, y la tasa de respuesta. La posibilidad de que cada uno de ellos acceda a los datos del perfil del investigador permite a las personas conocer la información personal de quién procesa sus datos. Además, en el mensaje que se envía, el investigador se presenta como doctorando, haciendo especial hincapié en que el objetivo de la investigación es aportar información agregada sobre el impacto de los(as) inmigrantes argentinos(as) en España desde una perspectiva académica, desligada de cualquier

interés político y gubernamental. Esto, en el caso de las empresas, suele ser un punto reactivo y que genera resistencia a responder. Por otra parte, se les da un informe con los principales resultados de la encuesta, a fin de recompensar su participación en el estudio y permitiendo de esta forma que los(as) emprendedores(as) puedan corroborar cuál ha sido el tratamiento que se le ha dado a la información declarada. Por último, pertenecer culturalmente al colectivo estudiado, facilita el acercamiento con los encuestados con un lenguaje apropiado, al igual que la reacción de los participantes frente a un “compatriota” suele ser más solidaria. La interpretación inequívoca del lenguaje, especialmente en la fase cualitativa (en la recolección y análisis de la información) suele ser más importante para la calidad de los datos que el sesgo que puede incurrir el investigador, dadas estas características. Así, un estudio realizado por Lieberman y Huang (2008) sobre el uso de técnicas informáticas en poblaciones ocultas, en este caso alcohólicos, comparan la implicancia de los individuos mediante el uso de técnicas online y tradicionales, demostrando una mayor participación en el primero.

A finales del 2009, posterior al diseño de esta estrategia, hemos accedido a un trabajo que aplica una metodología similar a la que hemos desarrollado en esta investigación, utilizando el “Facebook” como forma de muestreo. Brickman-Butta (2009: 2) declara que “aunque los investigadores han prestado mucha atención a las redes sociales, todavía no he encontrado un trabajo que explote estas redes virtuales como herramienta de investigación. Los estudios que utilizan estas redes se han preguntado cuestiones relacionadas al fenómeno de las redes sociales, a los beneficios de su uso y quienes lo usan. Mi trabajo cambia el énfasis de la investigación acerca de las redes sociales virtuales hacia investigar mediante las redes sociales”. Este giro propuesto por la autora lo hemos visualizado para acceder a las unidades de observación, guiándonos por la intuición acerca de su eficiencia para resolver el obstáculo de acceso al colectivo inmigrante. Acorde a esta reflexión, la autora expone que “como mi método de recolección de datos parece no tener precedentes, no puedo avalarme a mí misma frente a otros procedimientos establecidos o como mejor estrategia. Me he basado en conocimientos estándar, en la intuición personal y suerte pura. He resumido mi experiencia para ayudar a otros a explotar las fortalezas únicas de este muestreo con redes sociales virtuales, entendiendo sus limitaciones” (Brickman- Butta, 2009: 17). Esta investigación, que elaboró un diseño *ad hoc* basado en los problemas y en la propia intuición por resolverlos, apuesta hacia el camino que esta autora propone, aportando nuevas evidencias en el uso de las redes sociales virtuales como instrumentos para la investigación.

3.- En cuanto a la muestra cuantitativa y cualitativa se destaca su representatividad. En la primera, el proceso semi aleatorio generado a través del Facebook, permite obtener una muestra representativa de la distribución de la población argentina en territorio español, siendo mayor el número de casos proveniente de ciudades como Barcelona y Madrid que concentran el mayor número de inmigrantes de esta procedencia. Asimismo, facilita el análisis de la concentración geográfica y trayectorias migratorias desde las regiones argentinas de origen y las zonas de residencia en España. En el caso de la muestra cualitativa, se prioriza la heterogeneidad de las unidades, a fin de ampliar el alcance explicativo. El tamaño se decide de acuerdo al criterio de saturación.

4.- La utilización de los medios virtuales, tanto para la detección de casos como para la aplicación del cuestionario, aligera el trabajo de campo y reduce el coste, sorteando de esta forma una de las principales desventajas que se describen de los métodos mixtos. Los medios informáticos son altamente recomendables en este tipo de estudios a empresarios(as), que valoran el uso del tiempo destinado a cuestiones ajenas a la empresa. La posibilidad de acceder en horarios no laborales aumenta el porcentaje de respuesta y disminuye la tasa de abandono de las encuestas. El “Facebook” es una red virtual cuya finalidad primera es el fomento de actividades sociales y construcción de redes. Generalmente, el empresario ingresa en su tiempo libre y esto lo predispone a tener una actitud más favorable a responder. Asimismo, el formato de las encuestas *online* agiliza el procedimiento por su facilidad de uso y mejor visualización. Su funcionamiento evita equívocos, por ejemplo si la pregunta es de respuesta única, sólo admite una opción y no permite indicar simultáneamente más de una. De esta forma se autocontrola la correcta ejecución del cuestionario.

5.- La aplicación de métodos mixtos aumenta, a través de la validez cruzada, la fiabilidad de los datos presentados en el estudio. La utilización de métodos complementarios (análisis de cluster y entrevistas en profundidad) favorece al conocimiento de los rasgos que caracterizan al colectivo empresario argentino residente en España, por un lado, e indagar en profundidad en un subgrupo desconocido por las estadísticas internacionales. De esta forma se amplía el alcance explicativo de las teorías que sustentan la creación de empresas de inmigrantes extracomunitario en España.

#### 6.4.2. Debilidades y limitaciones del estudio

1.- Si bien la utilización de las redes virtuales facilita la identificación de argentinos(as) en España, podemos indicar como una debilidad los casi inexistentes antecedentes en su uso en la investigación. A pesar de abrir un nuevo campo de estudio, cabe reconocer que la primera experiencia es habitualmente errática. Fundamentalmente, consideramos como aspectos a mejorar y discutir los siguientes: a) la elección de la red social apropiada; b) las limitaciones operativas de la red; c) las cuestiones de privacidad, y d) las cuestiones de control de la veracidad de la información.

En cuanto a la elección de la red social cabe destacar que se sigue como criterio de selección el tamaño de la red. Para ello se consultaron trabajos que comparan las redes de mayor tamaño. Sin embargo, podríamos preguntarnos si el resultado hubiera variado si se hubiera utilizado otra red social. Tal vez una propuesta más conveniente hubiera sido trabajar simultáneamente con más de una y comparar los resultados, pero excede las posibilidades para un investigador individual y para el alcance de esta tesis.

El segundo aspecto se relaciona a cuestiones técnicas y dificultades de acceso. El “Facebook” está diseñado para fortalecer relaciones sociales conocidas e interrelacionarse con nuevas personas. No está pensado para uso académico, comercial o como medio de comunicación virtual como es el correo electrónico. Por lo tanto, la capacidad de enviar mensajes es limitada. Un uso excesivo del sistema de envío (si bien es legal y los individuos autorizan previamente su recepción) puede ser interpretado con un uso “spam”, sistema utilizado para publicidad comercial o envíos masivos de idéntica información, que es sancionado con el cierre de la cuenta. En este caso, en el primer envío de mensajes se excedió la capacidad permitida y la cuenta personal fue cerrada. Pudo reestablecerse enviando un mensaje al administrador explicando los motivos del uso de mensajes y el contenido y la cuenta se abrió nuevamente. Para sortear estos obstáculos se crearon cinco cuentas simultáneas que hizo más dificultoso el manejo de datos. Si bien el sistema de envío de mensajes personalizados es efectivo porque accede directamente a las unidades de observación, su aplicación, según nuestra experiencia, es complicada y el sistema restringe las posibilidades de realizarlo eficientemente. La opción más eficaz es enviarle el mensaje al administrador del grupo y que este reenvíe a sus miembros. De esta forma, fue realizada por Brickman- Butta (2009), aunque la misma autora reconoce que se pierde de esta forma el contacto directo con los participantes, especialmente si posteriormente se

busca su participación en entrevistas, donde el contacto personal es el punto de partida para generar confianza mutua.

La tercera consideración que hacemos es en relación a las cuestiones de privacidad. Las redes sociales permiten configurar las condiciones de privacidad, es decir, el tipo y cantidad de información que quiere hacerse pública. Entre las opciones que provee, está la posibilidad de eliminar el *link* para enviar mensajes. Si los miembros de la red disponen de esta opción y aún así habilitan el envío, se supone que acceden a que desde fuera de su red se los contacte. Sin embargo, esta opción puede estar activa por desconocimiento de los individuos de su uso. Frente a un mensaje desconocido, los individuos tienen la posibilidad de “denunciar” o “bloquear” al remitente del mensaje. Si bien en este estudio no se ha dado el caso de que alguno de los individuos considerara invasivo este sistema, cabe plantear la situación. Por ello el contacto mediante los administradores del grupo puede ser la vía de contacto más conveniente.

Por último, reflexionaremos acerca de la veracidad de los datos publicados en Internet. Según Gross y Acquisti (2005), las condiciones de acceso a la red virtual proveen incentivos a los usuarios para revelar información pertinente y veraz. Según el estudio publicado por estos autores, el 89% de los usuarios utilizan sus nombres verdaderos y el 62% exponen imágenes que los identifican directamente. En este estudio, se contactaron en su mayoría individuos identificados con su nombre y fotografía. En muchos casos, el mismo perfil revela su nacionalidad y su empleo y lugar de residencia. En el estudio de los(as) emprendedores(as), esta información pudo ser verificada a través de las encuestas, pero entre los no emprendedores(as) se analizaron los datos que revelaron los individuos sin contratación con otras fuentes. Dado que esta investigación no tiene por objetivo comparar ambos grupos y simplemente la información de los “no emprendedores(as)” se utiliza para contextualizar el análisis, no se dio mayor consideración a las cuestiones descritas. Sin embargo, es adecuado plantear el problema del uso de estas técnicas *online*.

2.- En cuanto a las limitaciones del uso de las técnicas de recolección de datos, consideramos las desventajas de la aplicación del cuestionario *online*. El punto más importante a destacar de su uso es que requiere de conocimientos informáticos básicos para operar el cuestionario y de conexión a Internet. Si bien en muchas ocasiones los(as) emprendedores(as) se contactaron manifestando sus inconvenientes para acceder a la encuesta, y han sido resueltas, en otros casos, muchos han ingresado al *link* de la encuesta y no han respondido. Asimismo, hubo que eliminar cuestionarios que eran abandonados porque confusamente comenzaron contestando

argentinos(as) que no eran empresarios(as). Según la información obtenida de la encuesta *online* hubo 483 ingresos a la encuesta, 214 respuestas válidas y 69 de ellos eliminados después de chequear la situación con los individuos y considerarlos incorrectos. De los ingresos restantes, no queda claro cuál ha sido la razón de ingresar al *link* y no responder. Además, algunos emprendedores(as) se negaron a responder mediante este sistema y sólo aceptaban participar si se les realizaba el cuestionario en persona. Dada la distancia geográfica, esta información no pudo completarse.

3.- En cuanto al análisis de la información cualitativa, debemos destacar cuatro aspectos: la representación de la realidad, el papel del tiempo, la participación del investigador y la interpretación de los relatos. Según Gutiérrez y Delgado (1999: 275) “recuperar el pasado y dejarse mirar mientras esto se hace, parecen ser los dos momentos más obvios de la dialéctica relacional en la historia de vida. Pero el sujeto que miramos no es el sujeto del pasado, sino el que lo reconstruye, es el sujeto que mira buscando una memoria desde la diferencia de ser después de sus heridas y de sus cambios”. Por tanto, en las interpretaciones y opiniones respecto al pasado, debe matizarse la realidad entendiendo el proceso evolutivo de las ideas de los individuos respecto a sus propias vidas. Y en esta evolución el papel del tiempo es relevante, especialmente si se considera que esta técnica requiere el ejercicio de la memoria en muchas fases del proceso de entrevista. Recurrir a hechos del pasado puede generar pérdida de información o la representación de una realidad acotada de manera intencional o no.

En cuanto a la participación del investigador haremos dos observaciones. La primera es la poca experiencia del investigador en la realización de entrevistas de vida. Para compensar esta carencia se elaboró un guión muy estructurado que en algunas ocasiones entorpeció la escucha de un relato continuo. En algunos momentos de las entrevistas, las respuestas fueron muy concretas y poco desarrolladas, aunque suficientes para interpretar el concepto. La segunda consideración se relaciona con las similitudes culturales y de origen entre el investigador y el investigado. Siendo ambos de la misma nacionalidad, tanto en la manera de preguntar como en las respuestas recibidas puede haber cierto sesgo en la búsqueda de la confirmación de las hipótesis de investigación. Aún cuando se ha realiza la triangulación de investigadores, todos compartían el mismo origen étnico. Hubiera sido interesante cruzar estas entrevistas con otras realizadas por investigadores españoles, para observar la reactividad de los entrevistados frente a ambas situaciones.

Por último, haremos una reflexión en torno a la forma de presentación de los resultados de la fase cualitativa. La elección de la ilustración de fragmentos, según Bertaux (1989: 96), “conduce a segmentar relatos que constituyen por sí mismos totalidades, al menos a nivel de significado. El relato constituye, pues, en general, una totalidad significativa. Cuando sólo son publicados fragmentos del relato, su carácter de parte de una totalidad significativa se pierde. El lector que se da cuenta de que muchas citas aparecidas al hilo de las páginas han sido tomadas del mismo relato, tendrá tendencia a juntarlas a fin de poder reexaminar cada uno de ellos a la luz difusa que surge de la totalidad reconstruida. Este reflejo del lector revela la nostalgia de lo que se ha perdido en la segmentación”. Entendiendo estas limitaciones se ha considerado la incorporación de las transcripciones en los anexos para que pueda observarse la totalidad. Una propuesta de mejora respecto al análisis de las historias de vida es adoptar una forma de presentación narrativa como la que propone Gartner (2010) para el estudio de emprendedores(as) y la interpretación de los resultados con un grupo de investigadores y con los mismos entrevistados para aumentar la riqueza de información.

4.- Por último, planteamos las limitaciones respecto al alcance de la investigación. La muestra aplicada a la fase cuantitativa fue diseñada para cumplir con objetivos de índole exploratoria, y por tanto, los resultados no pueden generalizarse a la población. Sin embargo, la metodología de detección puede replicarse en otros estudios. Un aspecto que no se analizó en esta investigación y que puede considerarse en futuros trabajos es el grado de eficiencia de este diseño aplicado a otros colectivos de emprendedores(as) inmigrantes, o bien a argentinos(as) en otros países distintos a España. Como hemos considerado previamente, el carácter novedoso de su uso debe contrastarse a futuro en otros contextos y unidades de análisis. Asimismo, en la fase cualitativa, primó el criterio de proximidad geográfica de las unidades de observación y por consiguiente sólo se analizaron casos en Cataluña. La ampliación de esta fase incluyendo emprendedores(as) de otras regiones permitiría ampliar el alcance de estos resultados.

## CAPÍTULO VII

---



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

FACTOR EMPRESARIAL Y FLUJOS MIGRATORIOS ARGENTINOS A ESPAÑA. UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA

Fabiola Baltar

ISBN:978-84-694-2173-4/DL:T. 1031-2011

## CAPITULO VII: PERFILES DE EMPRENDEDORES (AS) ARGENTINOS (AS)

*“Existen muchos emprendimientos en España hechos por no españoles o extranjeros nacionalizados como yo. Esto refleja lo positiva que puede ser la inmigración para un país. Estoy seguro que me quedo muy corto en mi lista y deben haber muchas empresas más de nuevas tecnologías fundadas por inmigrantes. O dicho de otra manera, si los inmigrantes somos el 10% de la población creo que estamos sobre representados en el mundo de los emprendimientos”.*

*Varsavsky, M (2008).*

### 7.1. Análisis del contexto emprendedor argentino y español

El contexto macroeconómico es un factor fundamental que incide tanto en la capacidad de generar ideas de negocio en los países, regiones y localidades, como en el proceso de decisión de emigrar y sus causas. Desde nuestra perspectiva, el contexto macroeconómico español y argentino están fuertemente interrelacionados. Por ejemplo, durante la crisis económica argentina del 2001, España se ha visto influenciada tanto negativa como positivamente. Negativamente porque ha afectado al sector comercial y empresarial español, especialmente a las empresas con capital invertido en Argentina. Y positivamente, porque fue uno de los destinos predilectos de los(as) argentinos(as) para residir en el exterior, “absorbiendo capital humano cualificado” (Blázquez y Sebastián, 2004). Capital humano que, en muchos casos, significó la recepción de capacidades y conocimientos empresariales de alto impacto económico en el corto y largo plazo.

#### 7.1.1. El crecimiento de España desde la salida de la crisis (1996-2008)

Para entender la realidad económica de España durante los últimos años, marcada por un lento pero constante crecimiento económico, es necesario analizar los cambios evidenciados en su marco institucional y en su estructura productiva y social. Desde la visión institucional, el ingreso a la Unión Europea y la adopción posterior del euro como moneda única, implicó una transformación estructural importante con el objetivo de alcanzar las pautas macroeconómicas establecidas en el Tratado de Maastricht (1992). Esa transformación, fue respaldada con el ingreso de fondos comunitarios que se canalizaron en inversiones productivas e infraestructura, impulsando el desarrollo de sectores económicos (turismo, construcción, transporte, etc.). Sectores que, además, ganaron competitividad dentro de la región, por la relación del tipo de

cambio euro/peseta, que le permitió incrementar la demanda de exportaciones (vía el aumento en el ingreso per cápita) y la demanda interna. Unido esto a sus condiciones naturales que atraen al turismo de sol y playa, han dado por resultado el ingreso constante de extranjeros (especialmente de países del norte con elevados niveles de renta) que han constituido el aporte más importante al balance de pagos español de los últimos años, y décadas.

Esta etapa de prosperidad, propició un incremento notable en la oferta de trabajo, especialmente del menos cualificado, que impactó directamente en los niveles de consumo interno y en el Producto Interior Bruto. Así, la economía española entre el 2000 y 2007 ha presentado indicadores económicos positivos. Es un período de crecimiento constante, en promedio del 3.5%, y, con niveles de inflación controlada en torno al 4%. Este control se explica, en gran medida, por la reducción del gasto público. Por lo demás, el crecimiento fue impulsado por el consumo doméstico y externo. Desde el lado del mercado interno, por el aumento de la población, liderado por el ingreso de inmigrantes. De hecho, la participación de la población extranjera se triplicó en el 2007, en relación a la existente en el 2001. Este ingreso generó beneficios económicos importantes en el país ya que el impacto en el crecimiento económico, por incrementos de demanda interna, superó al coste de incorporación de la mano de obra. Según datos de los últimos años, hasta el 2007, el desempleo se redujo del 11% al 9%, mientras que la población extranjera en el país aumentó considerablemente.

**Tabla 1: Indicadores de economía española de los últimos años**

INDICADORES/ AÑOS	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Variación PIB (p.ctes 2000)	-	3,6%	2,7%	3%	3,2%	3,6%	3,8%	3,8%
PBI per cápita (p.ctes 2000)	14442	14780	14962	15172	15415	15713	16053	13384
Inflación % anual	3%	4%	4%	4%	4%	4%	4%	3%
Desempleo	14%	10%	11%	11%	11%	9%	9%	8%
% Gasto público	31%	30%	27%	26%	26%	25%	25%	25%
Tipo impositivo a emp.	35%	35%	35%	35%	35%	35%	35%	35%
% Exportaciones en el PIB	29%	29%	27%	26%	26%	26%	26%	26%
Variación de la población	-	1,5%	1,7%	2,1%	1,1%	2,1%	1,3%	1,1%
Variación de la pobl. extranjera	-	48,3%	44,3%	34,6%	13,8%	22,9%	11%	9%
% de Población extranjera	2,2%	3,3%	4,7%	6,2%	7,0%	8,4%	9,2%	10%

Fuente: Elaboración en base a datos del Banco Mundial (2008), <http://www.bancomundial.org/datos/datos.html>

A pesar de que la absorción de esta fuerza de trabajo extranjera no tuvo impacto en los niveles de empleo durante el auge económico, el mercado de trabajo sigue siendo el problema estructural que presenta la economía española. La baja productividad de la fuerza de trabajo, en relación a las otras economías de la región, y los elevados costes laborales para las empresas (35%) explican estas fallas estructurales; fallas que se agravan durante la crisis, donde la caída

del empleo es abrupta en fases recesivas. Así, el informe en torno al análisis de la competitividad elaborado por el World Economic Forum (2005: 19), para el caso de España, destaca que “la competitividad española continua siendo empujado por un mercado de gran tamaño y un elevado nivel de sofisticación de las empresas, infraestructura de primera clase, buena calidad, alto nivel de educación y entrenamiento y fundamentos macroeconómicos sólidos. Sin embargo, el entorno institucional y el potencial innovador pueden ser fortificados para posteriormente consolidar su potencial económico. El aspecto más desfavorable es la inflexibilidad en el mercado de trabajo, aspecto a tener en cuenta, dado el incremento en el desempleo del país.” Un ejemplo más inmediato de esta vulnerabilidad es la crisis inmobiliaria que afecta directamente al sector de la construcción. Sector que lideró en gran medida el crecimiento económico de la década y la captación de gran parte de la mano de obra extranjera.

Si bien la crisis afecta el nivel de confianza de los mercados y al sistema crediticio, las expectativas en torno al paro, para los próximos años, son desalentadoras. Según la Comisión Europea, la estimación del paro para el 2010 es del 16.1% y para el 2011 del 18.7%. Si este es el escenario esperado, un objetivo de política económica debería ser la creación de empleo, mediante el impulso del espíritu empresarial, así como ofertando recursos atractivos para la radicación de empresas del exterior en España.

### **7.1.2. La otra cara de la moneda. La crisis argentina del 2001 y su evolución**

En los mismos años de prosperidad económica de España, Argentina vivía uno de los peores momentos de su historia económica, social y política. La crisis de fines del 2001 evidenció las fallas estructurales de un modelo económico agotado: la política de convertibilidad monetaria. Política económica cuyo eje central era el anclaje del tipo de cambio a una divisa, en este caso, el dólar estadounidense, con el objetivo de frenar la espiral inflacionaria que provocó las dos hiperinflaciones de fines de la década de los ochenta. Como expone Fraga (2002: 2) “si bien la Convertibilidad fue la reforma emblemática de los noventa, a tal punto que da su nombre a todo el plan de esa década presidida por el Dr. Carlos Menem, no fue la primera reforma, ni será la mejor recordada. Efectivamente desde casi dos años antes de que se implemente la Convertibilidad, el Presidente Menem había decidido transformar la hiperinflacionaria y poco competitiva economía argentina mediante una serie de reformas estructurales que se fueron implementando con diverso éxito en las gestiones iniciales”. Estas reformas a las que se refiere el autor son las políticas de desregulación de los mercados, acompañadas de la apertura comercial y financiera, cuyo propósito fue volver a colocar a la economía argentina en un

sistema competitivo y capitalista. Con estas medidas se inicia una fase política y económica basada en los principios neoliberales. Acompañando estas medidas, en el ámbito monetario, se realizó la reforma del Banco Central, reconociéndose su autonomía y otorgándole la responsabilidad de mantener el valor de la moneda. Valor que quedaba estrechamente ligado al de la moneda extranjera, fijándose un patrón de conversión de 1 peso= 1 dólar. La política monetaria queda reducida a la expansión o contracción de la oferta monetaria en función de las variaciones de las reservas de divisas.

Durante la primera etapa de la Convertibilidad se experimentaron elevadas tasas de crecimiento económico, un control efectivo de los niveles de inflación, un aumento en la magnitud de los agregados económicos y un auge en el crédito y el consumo. Fraga (2002:4) considera que el impacto positivo de la convertibilidad es bien conocido, pero que “son menos conocidas las distorsiones que se fueron elaborando desde los primeros meses de vigencia del modelo, y su impacto negativo en la rentabilidad empresarial, la asignación de los recursos financieros, la ecuación fiscal y las demandas sociales.” La rentabilidad empresarial se vio directamente afectada por: 1) el incremento de las importaciones, favorecidas por la apreciación del peso frente al dólar; 2) el incremento de los salarios reales que acompañó la fase expansiva y 3) la escasez de créditos bancarios que priorizaron, frente a la situación de riesgo cambiario nulo, los préstamos a consumo y a sectores no transables a fin de evitar la competencia externa. Estos hechos agravaron la situación del sector industrial y agro exportador, aumentó el nivel de desempleo en las regiones urbanas y un aumento considerable del gasto fiscal por subsidios de desempleo y el cierre de empresas de mediana y pequeña escala, especialmente en el sector industrial.

Pero los indicadores más visibles del comienzo de la decadencia del modelo de convertibilidad se asocia habitualmente a los efectos de las crisis financieras externas que comenzaron a mediados de la década del noventa: la crisis de México (el efecto Tequila) en 1995, la crisis asiática en 1997 y la crisis Rusa en 1998 que repercutió en la crisis de la moneda brasilera, principal socio económico dentro de la Región Mercosur. El círculo virtuoso de entrada de divisas en la fase inicial, explicado en gran parte por el movimiento de capitales especulativos, se vio resentido durante las crisis externas, generando un flujo de salida de divisas que provocó una fuerte contracción monetaria, caída en la demanda y estrangulamiento fiscal que constituyeron las bases que provocaron el colapso del modelo de paridad. La pérdida de competitividad de la moneda local no compensaba, a través de la balanza comercial, la salida de reservas internacionales provocada por los movimientos financieros. El miedo al retorno a la

hiperinflación de los años ochenta prolongó la salida de la Convertibilidad, agravando la situación tanto en el flujo monetario como productivo de la economía.

Rapoport (2007: 916-918) resume la trayectoria económica posterior a la finalización del gobierno del Presidente Menem, que culmina con la crisis del 2001, exponiendo que “el gobierno entrante se encontraba con un panorama complejo. La demanda agregada estaba deprimida, la sobrevaluación cambiaria inhibía el crecimiento de las exportaciones y los elevados niveles de desempleo limitaban la revitalización del consumo, mientras que la crisis del endeudamiento externo amenazaba el régimen de convertibilidad y subordinaba a la política económica, desincentivando la inversión y las posibilidades de reactivación. Una evaluación inadecuada de las características de la crisis, inspirada en los análisis y consejos de los organismos financieros internacionales y las teorías económicas dominantes, hizo que se sostuvieran políticas fiscales contractivas, que aceleraron un círculo vicioso de ajustes y mayores contracciones, deteriorando la situación macroeconómica”. Se buscaba explícitamente consolidar un contexto deflacionario, considerado el único camino para reducir la sobrevaluación del peso, sin tener en cuenta sus graves efectos negativos. El paulatino drenaje de reservas, contraía la base monetaria. En consecuencia, “evitar una agudización de la restricción monetaria dependía de que el gobierno proporcionara más divisas mediante el endeudamiento externo. Esa lógica se reproducía y agravaba porque los ingresos de divisas gestionados por el Estado eran rápidamente fugados por el sector privado, que redujo sus pasivos y aumentó sus activos en el exterior a costa de un aumento colosal de la deuda externa pública. El fin del régimen de convertibilidad y el *default* de la deuda externa profundizaron la crisis del 2001.”

La consecuencia de esta crisis se manifestó en la fractura del sistema institucional y la reacción masiva de la sociedad en contra de este sistema. Los efectos de la crisis fueron: 1) en el aspecto económico, la implantación de corralito financiero (congelamiento de los depósitos vista y a plazo) en el 2001 y la declaración del default en el 2002 (afectando a acreedores externos y fondos de pensión local); 2) en la dimensión social, la ola de saqueos y violencia y la manifestación de la clase media argentina en el denominado cacerolazo; 3) en el orden político, la renuncia del presidente constitucional Fernando De la Rúa y el período de inestabilidad política que culminó con el nombramiento de cuatro presidentes entre el 21 de diciembre del 2001 y el 1 de enero del 2002. La siguiente tabla, muestra el comportamiento de las principales variables económicas durante el período de crisis y posterior a la misma.

**Tabla 2: Indicadores de economía argentina de los últimos años.**

VARIABLES/ AÑOS	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Variación PIB (ctes 2000)	-	-4.41%	-10.8%	8.84%	9.03%	9.18%	8.47%	8.65%
PBI per cápita (ctes 2000)	7703	7288	6431	6932	7486	8094	8693	9357
Inflación % anual	1%	-1%	31%	10%	9%	9%	14%	14%
Desempleo	15%	17%	20%	15%	13%	11%	9%	-
% Gasto público	-	-	20%	20%	18%	-	-	-
Tipo impositivo a emp.	35%	35%	35%	35%	35%	35%	35%	35%
% Exportaciones en el PIB	11%	12%	28%	25%	25%	25%	25%	25%
Variación % de la población	-	1.01%	0.97%	0.94%	0.94%	0.96%	0.98%	0.99%
% de Población extranjera	-	4.2%	-	-	-	-	-	-

Fuente: Elaboración en base a datos del Banco Mundial (2008). <http://www.bancomundial.org/datos/datos.html>

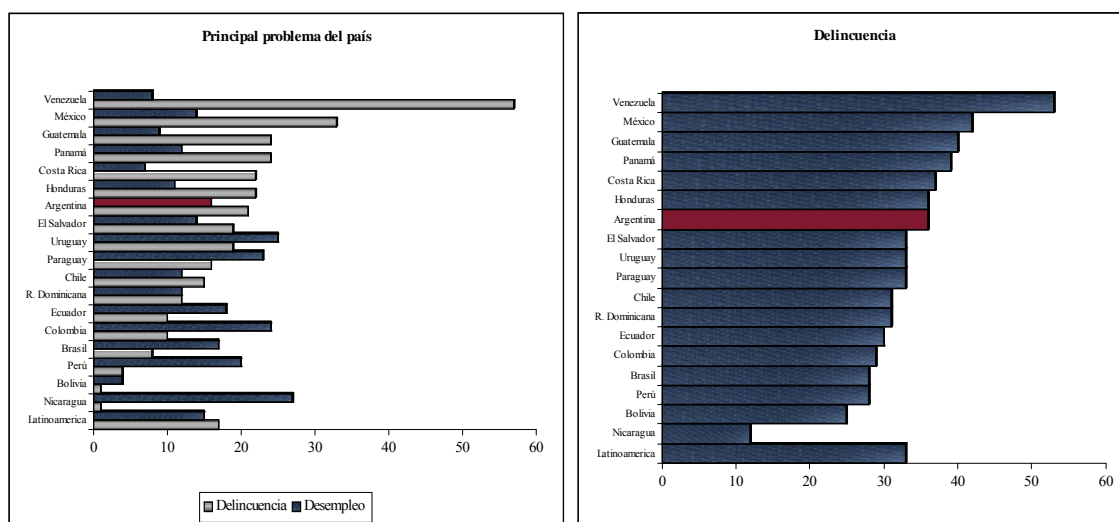
La incidencia del desorden institucional en los indicadores económicos fue directa. En el 2002, se produjo en Argentina un gran retroceso económico que llevó a la economía a los niveles de actividad de una década atrás, con una caída del 10.89% del PIB, un aumento del desempleo al 20% y una caída abrupta del ingreso real per cápita de U\$S 7288 a U\$S 6431. Sin embargo, la evolución de los indicadores, desde el 2003 hasta la actualidad, muestra un cambio en la tendencia. En el 2002, se abandonó la Convertibilidad y se adoptó un sistema de cambio flexible. Esto generó una depreciación de la moneda que mejoró la competitividad externa, aunque se verificó un alza considerable de los precios internos, más a consecuencia de las expectativas inflacionarias de los agentes que por el aumento de la demanda externa de los productos. Expectativas que se frenaron a comienzos del 2003, ingresando así la economía argentina en una época de crecimiento acelerado, que implicó más un esfuerzo por recuperarse de la crisis que una mejora en el bienestar.

Este crecimiento fue impulsado por un cambio en el modelo productivo, orientado a la sustitución de importaciones, que se basó en el sostenimiento del tipo de cambio en valores elevados, favoreciendo la exportación de productos agropecuarios y un aumento de reservas internacionales. Ingresos que, aún hoy, son el mayor recurso fiscal, por la aplicación de retenciones a las exportaciones. Por lo demás, como consecuencia de la crisis, la economía argentina quedó fuera del sistema financiero internacional y con una estructura financiera interna desbastada, afectando la disponibilidad de créditos para la producción.

Aún cuando la economía ha dado signos de recuperación en los últimos años, la reconstrucción de las instituciones (políticas, judiciales, financieras) lleva más tiempo, dado que la crisis del 2001 ha dejado dos secuelas importantes en la realidad socioeconómica argentina. Por un lado, la salida masiva al exterior de argentinos(as) en búsqueda de oportunidades económicas y de

mejora de la calidad de vida, siendo un destino importante España, entre otros. Pérdida importante de cara a la reconstrucción socioeconómica de Argentina. Por otro lado, la persistencia de altos niveles de delincuencia y la violencia, siendo uno de los países de Latinoamérica con mayor nivel de inseguridad, como muestran las figuras siguientes.

**Figura 39 y 40: Principales problemas que enfrentan los países Latinoamericanos**



Fuente: Informe Latinobarómetro (2008).

Según el informe Latinobarómetro<sup>4</sup> (2008), aún cuando el desempleo es una preocupación importante de la ciudadanía argentina, el problema de la seguridad es más grave (Argentina es el quinto país dentro de la región, detrás de Venezuela, México, Guatemala y Honduras, con mayor inseguridad). El funcionamiento de las instituciones, especialmente las judiciales y de seguridad pública, afectan directamente a las actividades productivas y a la radicación de nuevas empresas, ya que definen el entorno de negocio y es un indicador importante del riesgo a invertir. No sólo perjudica el ingreso de nuevas empresas, sino también el cierre de las existentes, que buscan condiciones más seguras y estables.

En síntesis, durante el período analizado, España y Argentina viven en mundos opuestos. La primera, en la euforia del progreso y el bienestar y la segunda, en un caos económico, político y social cuyas secuelas se arrastran hasta la actualidad. El análisis del desempeño económico y político nos permite contextualizar el proceso de emigración argentina. Para entender

<sup>4</sup> Es una corporación de derecho privado sin fines de lucro, con sede en Santiago de Chile y tiene la responsabilidad de llevar a cabo el estudio Latinobarómetro tanto en la ejecución del proyecto como en la distribución de los datos. Para la obtención de la información se realizan entrevistas en cada país. Para el caso de Argentina se tomó una muestra de 1200 casos con representatividad geográfica y urbano-rural.

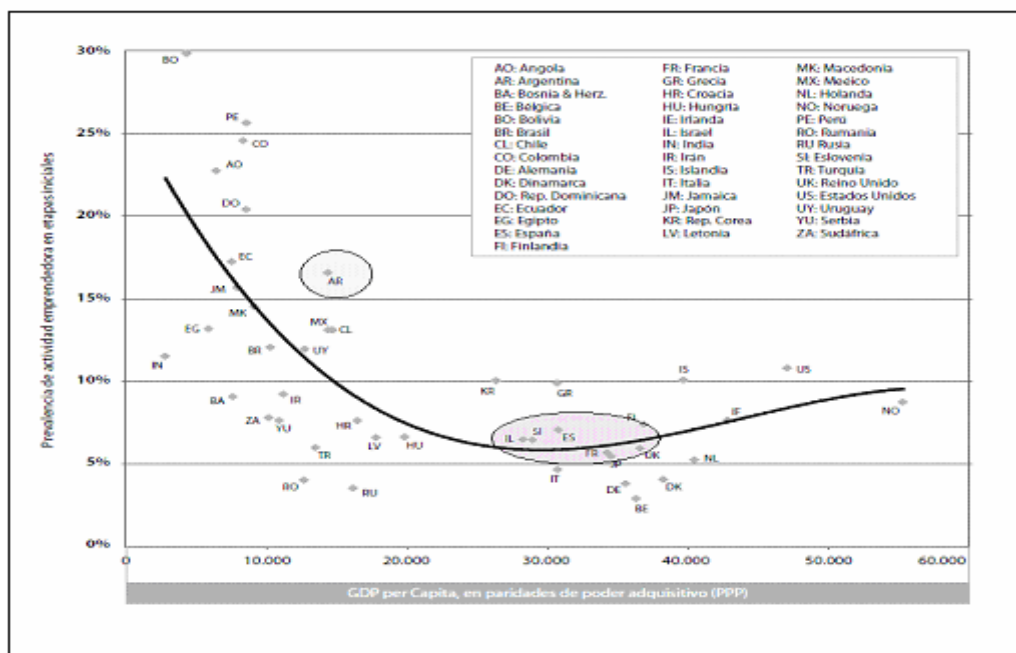


específicamente la salida de los(as) empresarios(as) argentinos(as), debemos tener en cuenta otras consideraciones de largo plazo, como la fase de desarrollo en la que se encuentran ambos países y las condiciones del entorno empresarial, desde una perspectiva sistémica e individual; fases de desarrollo que determinan las potencialidades de las regiones para favorecer la innovación y la creación de empresas.

### **7.1.3. España y Argentina. El contexto relacionado a la creación de empresas**

Los economistas distinguen tres etapas del desarrollo de los países. En la primera, las economías se especializan en la producción de bienes agrícolas y en manufacturas de pequeña escala. En la segunda, las economías se especializan en la producción de bienes industriales y en la tercera, con el incremento en los niveles de renta, se orientan al sector servicios (Acs et al. 2006). Estas fases de desarrollo inciden en el comportamiento de la tasa de actividad emprendedora (TEA), observándose una elevada tasa de creación de empresas en la primera etapa, un decrecimiento en la segunda y un nuevo incremento de la TEA en economías donde la participación de los servicios es elevada. Muchos trabajos han medido y explicado el comportamiento en forma de U que surge de la relación entre el crecimiento de la renta y la tasa de actividad emprendedora (Acs et al. 2006; Acs, et al. 1994; Wennekers y Thurik, 1999, entre otros).

Por ejemplo, Van Stel et al. (2003: 10) observaron la relación entre niveles de ingreso y tasa de creación de empresas en 36 países verificando la hipótesis de la forma U y, además, incluyeron en el modelo variables adicionales relacionadas con las condiciones económicas y no económicas de cada uno de los países. La conclusión a la que han llegado es que “la tasa comparativa de emprendeduría está gobernada por leyes relacionadas al grado de desarrollo económico. Valores culturales, la disponibilidad de modelos de rol empresarial, la estructura de incentivos del sistema económico y la política de innovación provee influencias estructurales adicionales en la creación de empresas. De ahí que la tasa comparativa de emprendeduría sea estable y dependiente del pasado”. La siguiente figura representa la distribución de los países que participan en el proyecto GEM, según su nivel de renta y la tasa de actividad emprendedora.

**Figura 41: Relación entre la TEA y el nivel de renta por países del GEM (2008).**

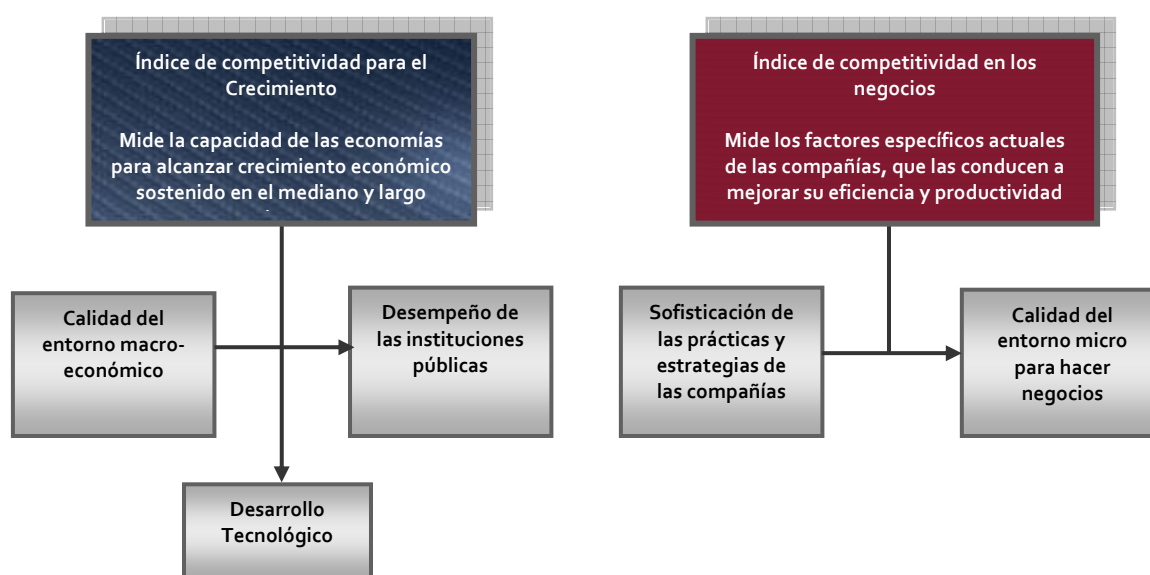
Fuente: GEM (2008).

Para el caso de España y Argentina se verifica esta relación en forma de U, observándose una tasa de actividad emprendedora más elevada en el contexto argentino respecto al español, junto a niveles de desarrollo menor. Argentina hasta el 2007, mostró un patrón de comportamiento emprendedor similar al de otros países de la región, como Chile, Uruguay y Brasil. A partir del 2008, disminuye el ingreso per cápita y aumenta la TEA, explicada por la creación de empresas motivadas por la necesidad. En cambio, la relación entre la TEA y el nivel de renta de España se aproxima a la de países como Israel, Francia y Reino Unido, con elevados niveles de renta per cápita pero con tasas de emprendeduría más bajas que las obtenidas en países menos desarrollados. Esto es así debido a la incidencia en el comportamiento emprendedor de las características que determinan la fase de desarrollo de los países. En este sentido, Porter (1990) relaciona las economías nacionales y su estructura definiendo tres grupos de países con diferentes niveles de desarrollo. Una primera instancia de desarrollo basada en la explotación de los factores, donde la economía se caracteriza por la producción de *commodities* y compiten en los mercados con bienes de bajo valor agregado. Una segunda fase orientada a la eficiencia, donde los países se caracterizan por mejorar la productividad laboral y obtener economías de escala. En esta fase tienen relevancia factores como la eficiencia en el mercado de productos y de trabajo, el nivel de educación y entrenamiento de la mano de obra, la sofisticación del sistema financiero y la disponibilidad tecnológica. Finalmente, las economías orientadas a la innovación, basadas en la tecnología y en la inversión en I+D, centran sus estrategias

productivas en la diferenciación a través del conocimiento. Según estas características, Acs y Amorós (2008: 11) concluyen que “los países más desarrollados están en la fase de desarrollo sostenido por la innovación, los países más grandes de Latinoamérica como Argentina, Brasil, Chile y México se ubican en la fase orientada a la eficiencia y países como Colombia, Ecuador y Venezuela en las etapas iniciales de desarrollo. Ningún país de Latinoamérica está transitando el camino hacia la fase orientada a la innovación”.

Para aproximarnos al entendimiento de las causas económicas de la emigración, especialmente las que explican la salida de empresarios(as), no sólo es importante comprender el desempeño de las economías a nivel país, sino también considerar aquellos factores que determinan la estructura de oportunidades de la región. Factores que son tenidos en cuenta al momento de discernir entre crear una empresa en un determinado contexto nacional o no. Por ello, presentamos los datos comparados entre la economía argentina y la española, según los informes elaborados por el World Economic Forum (WEF). Esta es una organización internacional independiente cuyo objetivo es elaborar un sistema de gobernanza que mida la importancia de los valores culturales como sostén de las reglas de la sociedad. Permite disponer de información comparable a nivel internacional. El indicador se basa en 12 pilares: infraestructura, estabilidad macroeconómica, salud pública y educación, educación superior y entrenamiento, eficiencia del mercado de bienes y trabajo, sofisticación del mercado financiero y de negocios, preparación tecnológica, tamaño de mercado e innovación. Los indicadores tienen en cuenta las dimensiones que se presentan en figura siguiente.

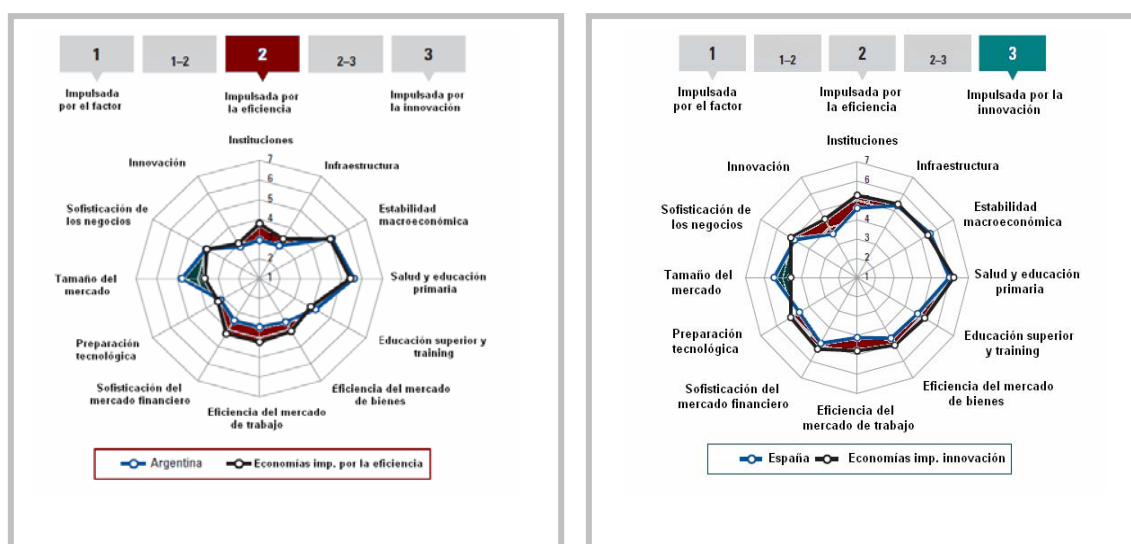
**Figura 42: Análisis comparado de la estructura de las economías y del entorno de negocios**



Fuente: World Economic Forum (2009).

Se plantean cuatro dimensiones de análisis: 1) el entorno macroeconómico e institucional; 2) las condiciones tecnológicas; 3) las condiciones productivas y de mercado, y 4) la capacidad empresarial. Todas ellas pilares de la competitividad territorial. La siguiente figura muestra la valoración de cada una de ellas de acuerdo al valor obtenido por el resto de los países que se encuentran en la misma fase de desarrollo. Para el caso de Argentina, los que están en la fase de la eficiencia (25 países, por ejemplo, Brasil, México, Perú, Ecuador, Uruguay, entre otros) y en el caso de España, respecto al resto de las economías que se encuentran en la fase impulsada por la innovación (33 países, por ejemplo, Estados Unidos, Inglaterra, Japón, Francia, Alemania, etc.).

**Figura 43: Dimensiones estructurales de Argentina y España según los indicadores de desarrollo**



Fuente: World Economic Forum (2009).

La diferencia en el valor de los indicadores propuestos por el World Economic Forum, determina la posición competitiva de cada país en relación con el resto. De acuerdo al ranking, España ocupa el puesto 29, mientras que Argentina se ubica en el 138 y dentro de la región en el puesto 25 (de 29 países analizados). Lo interesante de estos datos es que permiten observar los aspectos que más preocupan en cada país y determinar cuáles son las ventajas y desventajas respecto al resto de países que se encuentran en la misma fase de desarrollo.

## 1) El entorno macroeconómico e institucional.

El grado de estabilidad económica es un indicador aproximado para medir el desempeño de las economías. Durante el 2008, Argentina incrementó la tasa de ahorro interno, y alcanzó un resultado presupuestario favorable. Sin embargo, persisten los problemas de financiamiento y de expansión del mercado interno. La excesiva deuda pública, la restricción al crédito externo y la baja tasa de inversión privada frenan las posibilidades de crecimiento de la oferta interna de bienes. Además, el aumento en el nivel general de precios distorsiona la información acerca del valor real de las variables que intervienen en las decisiones de los agentes económicos, siendo el sistema de precios la señal clave que determina el comportamiento de los mercados y afecta directamente al ámbito productivo. En el caso español, estos indicadores son estables, pero su desempeño está por debajo del de otros países de Europa como Francia, Alemania, Italia y Gran Bretaña, entre otros.

Al igual que un buen desempeño macroeconómico favorece el entorno de negocios, el contexto institucional es un elemento indispensable para alcanzar la competitividad de las economías nacionales. A través de las instituciones se definen las reglas de juego, se establecen los mecanismos de control para su cumplimiento y, por último, se define la distribución de los beneficios económicos y los derechos de propiedad. Tal es su importancia que pueden llegar a ser obstáculos para el desarrollo emprendedor, en el sentido de que, por sus características, originan desincentivos a la creación de nuevas empresas. Según los datos del World Economic Forum (2008), las diferencias en el contexto institucional entre España y Argentina son muy elevadas. Para el caso de Argentina, estos son los indicadores más desfavorables en la determinación de su posición competitiva, tanto en lo que refiere a las variables de desempeño del gobierno (gasto público, las regulaciones y la transparencia en el manejo de los fondos) como a las que miden la confianza de los ciudadanos en el funcionamiento de las instituciones judiciales y de la seguridad pública. Específicamente asociado a la creación de empresas, el principal problema es la falta de resguardo de los derechos de propiedad y de protección intelectual.

En el caso de España, el indicador de desempeño institucional más relevante es la oferta de infraestructura, ya que es el resultado de la asignación del gasto estatal y, desde la perspectiva empresarial, implica una disponibilidad de recursos económicos que acrecienta el valor de una región y genera incentivos para desarrollar actividades empresariales. Destacan la extensión y calidad del servicio vial y las comunicaciones, siendo una ventaja competitiva en comparación

con los otros países de la región. En cambio, la oferta de infraestructura en Argentina es una clara debilidad. Según el informe del World Economic Forum (2008), no existen buenos medios de transporte ni un adecuado suministro de energía. Estas condiciones condicionan el desarrollo de las empresas porque son recursos necesarios para una buena estrategia de comercialización de los productos, para la ampliación de los mercados y, en el caso de la energía, para producir con niveles de costes competitivos.

## 2) Las condiciones tecnológicas.

La disponibilidad de recursos humanos y su nivel de formación son elementos claves para el desarrollo de empresas innovadoras. Según el WEF, los datos para Argentina del 2008, muestran un bajo índice de calidad educativa en los niveles iniciales y de formación secundaria. Sin embargo éste mejora a nivel terciario. Los aspectos más negativos son la baja inversión en educación y el bajo acceso a las tecnologías de la información en el aprendizaje. A pesar de ello, las condiciones favorables del sector terciario argentino permiten suponer que existen potencialidades tecnológicas en Argentina que pueden ser aprovechadas a nivel productivo para el desarrollo de innovaciones. Potencialidades que se reflejan en el grado de preparación tecnológica del país. A pesar de la baja inversión estatal, Argentina se destaca entre los países de la región por disponer de un buen acceso a las tecnologías de comunicación por parte de la población. Además, a pesar de no ser una economía caracterizada por el desarrollo endógeno de tecnología, su posición relativa respecto a la accesibilidad a las nuevas tecnologías es aceptable. Los aspectos más negativos dentro de la dimensión tecnológica es el débil marco institucional que regula el funcionamiento de las empresas de alta tecnología. La clave para desarrollar este sector consiste en potenciar la cualificación de la fuerza de trabajo, mejorar el acceso a tecnología actualizada y fomentar la colaboración entre las universidades y las empresas. Argentina dispone de recursos para mejorar su posicionamiento en el aspecto tecnológico. Un indicador de este potencial es la cantidad de patentes otorgadas durante los últimos años, que se asemeja al comportamiento de países más avanzados. Para potenciar esta ventaja, es necesario incrementar las inversiones en I+D y en tecnología, y establecer políticas de fomento a la innovación con programas que financien proyectos científicos-empresariales. España, que se encuentra en la fase de desarrollo impulsado por la innovación, obtiene mejores indicadores que Argentina en cuanto a financiamiento de estas actividades. Sin embargo, la innovación sigue siendo un aspecto que no ha sido consolidado, estando muy por debajo de otras economías de la región.

### 3) Las condiciones productivas y de los mercados.

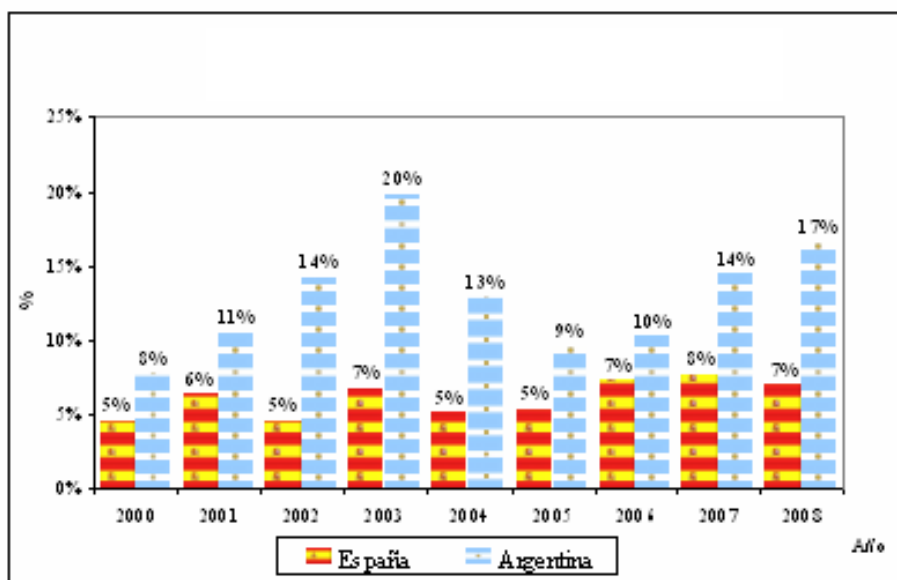
El exceso de regulaciones afecta los niveles de competitividad de las empresas y los mercados debido a que constituyen barreras a la innovación y dificulta alcanzar los niveles de eficiencia tanto en el mercado de factores como en el de productos. Así, mientras que para Argentina las principales desventajas para las empresas provienen de las excesivas regulaciones fiscales internas y del comercio exterior (presión tributaria), en España, las principales dificultades a nivel empresarial se asocian a las regulaciones en el mercado laboral (costes y rigideces en el empleo). Los elevados costes de contratación y despido así como la inflexibilidad del mercado de trabajo, junto a una baja productividad del empleo en relación a los costes salariales, es una dificultad a resolver a futuro para mejorar la posición competitiva de España. Por otro lado, existen trabas burocráticas para el establecimiento de los negocios, especialmente en lo que refiere al tiempo requerido para iniciar una empresa. Barreras que son superiores incluso a las de Argentina. Pero, un aspecto favorable del entorno de negocios español es la solidez del mercado financiero, ya que dispone de una gran variedad de instrumentos adaptables a las necesidades de los agentes, facilitando de esta forma el acceso al crédito a un coste razonable. Esta innovación financiera facilita el desarrollo de los negocios, disminuyendo las barreras al financiamiento de las iniciativas empresariales.

Cabe destacar, finalmente, que tanto el mercado interno como externo, en España y Argentina, constituyen una ventaja competitiva. En Argentina, el tamaño del mercado internacional está ligado directamente a la demanda creciente de *commodities* agroindustriales, pudiendo mejorar su posicionamiento exportador. En España, el crecimiento de los mercados puede disminuir el problema del desempleo e incentivar la innovación y diferenciación para competir en los mercados internacionales. En síntesis, desde la perspectiva de la creación de empresas, un aumento en el tamaño de los mercados, tanto para Argentina como España, amplía la estructura de oportunidades de la región y favorece la implementación de las ideas de negocio, pudiendo generar un impacto económico positivo que refuerza el efecto de mercado. Si las economías son capaces de apoyar esta tendencia con mejoras institucionales que promuevan un clima de confianza y reduzca el riesgo de inversión, entonces el contexto de negocios a futuro será exitoso.

#### 4) La capacidad empresarial.

Argentina presenta la tasa de empresariedad más alta de la región, aunque muchos de estos emprendimientos se inician por necesidad, contrariamente a lo que sucede en las economías desarrolladas, donde el reconocimiento de oportunidades de negocio suele ser el factor desencadenante del inicio de los proyectos empresariales. La figura 46 muestra el comportamiento evolutivo de la tasa de actividad emprendedora de España y Argentina y la proporción de emprendimientos que son creados por necesidad.

**Figura 44: La tasa de Actividad Emprendedora de España y Argentina (2000-2008)**

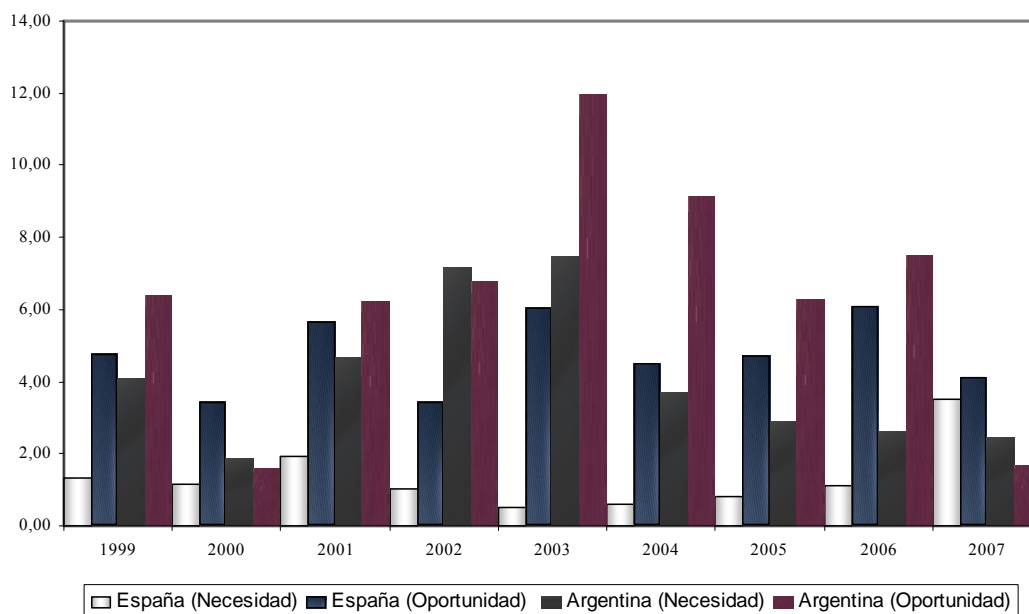


Fuente: Elaboración propia en base a GEM (2008).

Argentina presenta una tasa de actividad emprendedora más elevada que la de España (14% y 6%, respectivamente). La TEA argentina está muy asociada a la evolución del desempleo. Durante el 2002, se alcanzó la tasa más alta de paro (20%), y el resultado de dicho aumento se tradujo en un incremento considerable de la cantidad de negocios durante el 2003. La siguiente figura analiza la ratio de oportunidad/necesidad en España y Argentina entre el 2000 y 2008. La tendencia continúa en el año 2009.



**Figura 45: Emprendimientos por oportunidad y necesidad en ambos países (2000-2008)**



Fuente: Elaboración propia en base al GEM (2008)

En ambos contextos se observa una mayor tasa de emprendimientos por oportunidad en relación a los que son creados por necesidad. En Argentina, en promedio, de cada un emprendimiento por necesidad se crean dos por oportunidad, disminuyendo esta relación a partir de la crisis del 2001, donde no llegaba a iniciarse ni siquiera un emprendimiento por oportunidad de cada empresa creada por necesidad. En España, entre el 2002 y el 2004, se presentaron las ratios más elevadas, donde de cada un emprendimiento por necesidad, se creaban siete emprendimientos por oportunidad. Cabe recordar que este fue el período de mayor crecimiento de la economía española y la salida más importante de inmigrantes argentinos(as) a España. En nuestro estudio, también se verifica el mayor ingreso de emprendedores(as) entre el 2002 y el 2005, como se presentan en los resultados posteriormente.

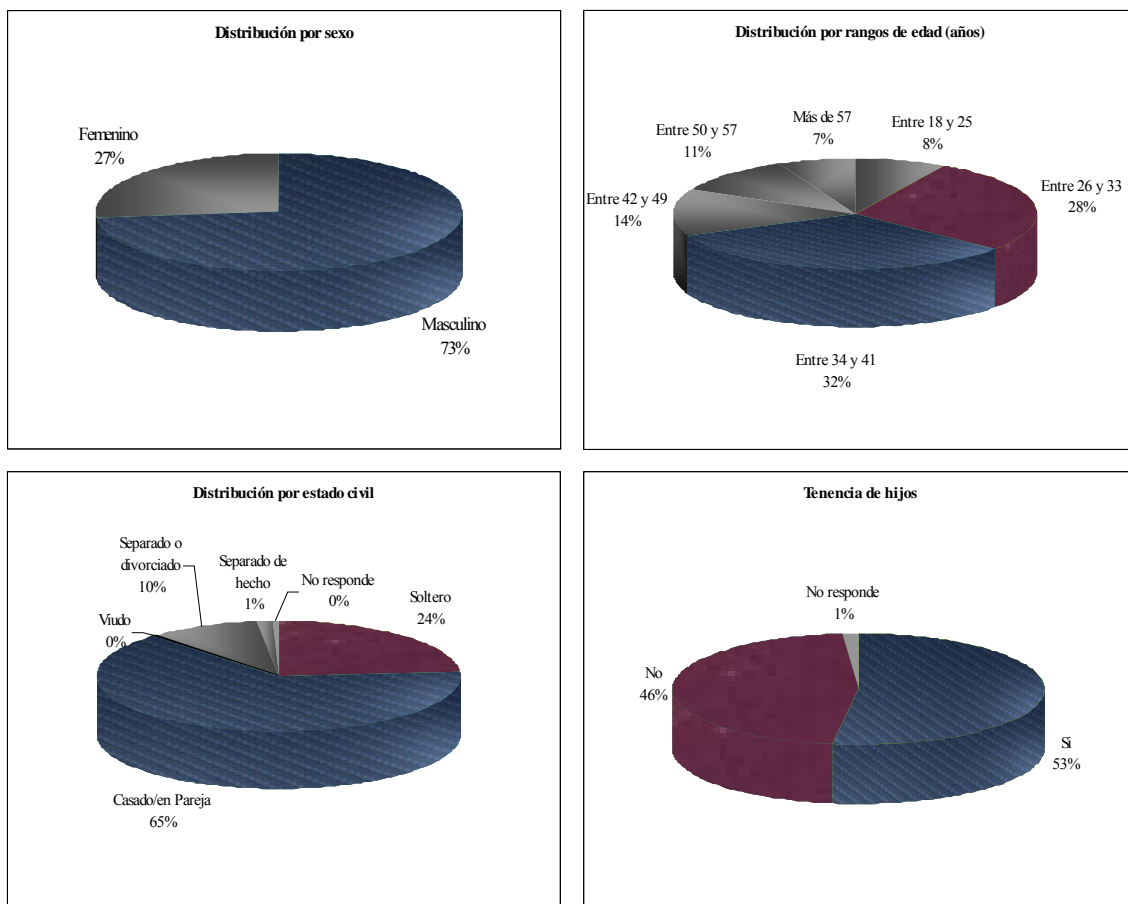
## 7.2. Características socioeconómicas de los(as) emprendedores(as) argentinos(as)

De acuerdo a los datos relevados en la encuesta, del total de individuos que fueron contactados a través de las redes sociales, el 28% (262 casos) declaró ser emprendedor(a) radicado en España. La elevada tasa de emprendimientos observada, respecto a la oficialmente conocida (13%), se asocia a las características de la muestra diseñada. Existe un sesgo positivo a la aparición de más casos que en la realidad poblacional. Esto sucede porque existe una mayor tendencia a responder entre aquellos individuos que cumplen con las características que se proponen que

entre los que no reúnen dichas condiciones. Por otro lado, como se ha aplicado una muestra selectiva, incide la información aportada por otros canales de información, especialmente las empresas que fueron listadas por los organismos representativos como la Embajada Argentina, el Consulado Argentino en Barcelona o los Casales Argentinos en España. Por lo demás, como el objetivo de la encuesta era descriptivo, no priorizamos la generalización de los resultados de la información sino el conocimiento de los aspectos que este grupo de emprendedores(as) puede aportar respecto a la realidad del colectivo en España. Por último, el índice de respuesta de este trabajo, en relación al porcentaje de respuesta en estudios que utilizan el contacto por correo, es elevado (56.25%).

Primeramente, se consideran las características sociodemográficas de los(as) emprendedores(as). Dentro de este grupo, el 73% de los emprendedores son hombres, el 60% tienen entre 26 a los 41 años, el 65% está casado o en pareja y el 53% de éstos declara tener hijos.

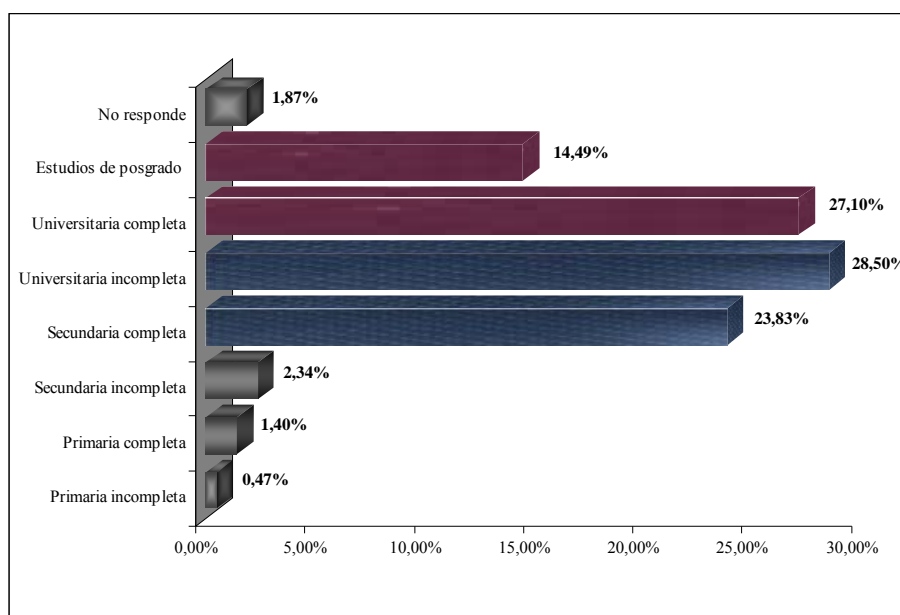
**Figura 46: Características sociodemográficas.**



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Encuesta.

Estos resultados reafirman las conclusiones de otros trabajos que indagan la creación de empresas desde la perspectiva de la oferta (Gennero et al.2004; Kantis et al. 2002, para el caso argentino, y Coduras, 2008, Solé et al. 2007, para España). En cuanto a la mayor participación de hombres entre el grupo emprendedor, Actis y Esteban (2003) sugieren que, posteriormente a la crisis del 2001, la tasa de desempleo argentino creció más entre la población masculina que la femenina, y son los jefes de hogar los que iniciaron la emigración, antes que su grupo familiar. De la misma forma, y según las teorías que abordan la creación de empresas desde una perspectiva sociológica, el entorno cultural determina el comportamiento de los individuos (Gibb y Ritchie, 1982; Mc Clelland, 1961, entre otros). Las habilidades adquiridas en edad temprana repercuten en las motivaciones y capacidades para realizar una iniciativa en la adultez. Inciden aspectos como el nivel educativo, la trayectoria familiar, la valoración del entorno local como promotor de la empresariedad y la valoración que los propios individuos hacen de las actividades por cuenta propia. En nuestro estudio, la distribución de los(as) emprendedores(as) por nivel educativo es la presentada en la siguiente figura.

**Figura 47: Nivel educativo de los(as) emprendedores(as).**



Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta a Emprendedores(as).

El rasgo más importante es el elevado nivel educativo de los individuos de la muestra. El 73% de los mismos han realizado estudios superiores y, dentro de este grupo, el 27.10% finalizó sus estudios universitarios y el 14.5% realizó estudio de especialización. Estos datos coinciden con la propuesta del GEM que clasifica dos grupos diferenciados dentro de los países no

comunitarios, definiendo a los(as) argentinos(as) dentro de los inmigrantes no comunitarios que poseen altos niveles de educación. Sin embargo, Actis y Esteban (2003), analizando datos sobre inmigración argentina del Instituto Nacional de Estadística (INE), sugieren que no se cumple el estereotipo de que los(as) argentinos(as) tienen un perfil diferenciado al resto de inmigrantes dado su nivel de formación. Según estos autores, luego del éxodo por motivos económicos de post crisis, la composición de la población argentina en España habría cambiado, ingresando personas de menor nivel formativo. Por otra parte, Coduras (2008) destaca que se evidencia una mejora en el nivel educativo entre los inmigrante en los últimos años, acercándose al nivel de la población española. Para comprobar estas afirmaciones, se analizan en nuestra muestra la relación entre el nivel formativo y el año de llegada a España, como muestra la siguiente tabla.

**Tabla 3: Niveles de formación de los(as) emprendedores(as) argentinos(as) según año de ingreso**

Año de arribo/Nivel educativo	Primario y secundario incompleto	Secundario completo/universitario incompleto	Universitario completo y posgrado
Antes del 2001	11.1%	24.1%	27%
Después del 2001	88.9%	75.9%	73%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

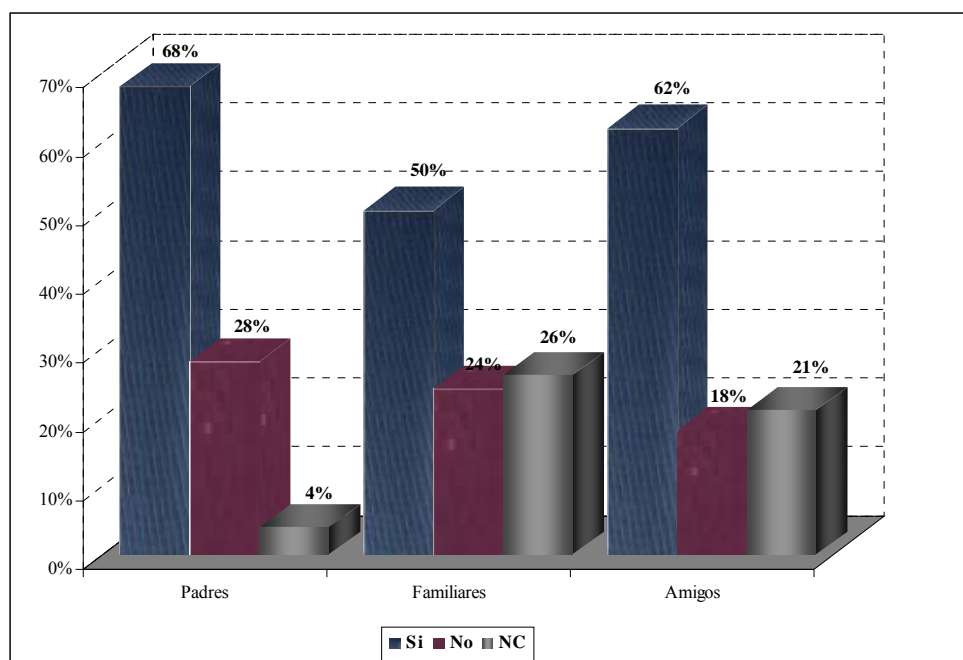
Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

\* Válidos 210 casos. No respuesta 1.86%,  $\chi^2 = 1.158$  (16.7%) casillas con frec. inf a 5; gl= 2; Sig. Asint= 0.560.

Según los datos de la encuesta, no existen diferencias estadísticamente significativas en la distribución de los(as) emprendedores(as) según el nivel de formación, entre el grupo que ingresó a España antes del 2001 y el posterior. No obstante, del porcentaje de población con estudios bajos, el 66.7% ingresó al país en el período 2001-2002, coincidiendo este dato con el análisis de Actis y Esteban (2003). Pero, también, después del 2005, se incrementó el ingreso de personas con niveles de estudios superiores, observándose desde el 2006 una tendencia hacia un nivel formativo más elevado. Puede interpretarse que en lo últimos años se podría haber generado un proceso inverso en la corriente migratoria, donde es mayor el retorno de argentinos(as) con menos formación, por la existencia de menores posibilidades de inserción laboral ante la crisis actual, y aumente la permanencia de los de mayor capacitación y con perfil profesional.

Por otro lado, otro aspecto importante que incide en la motivación al autoempleo es la trayectoria laboral de las personas que están en el entorno cercano al emprendedor(a), ya que es de esperar que individuos que hayan observado experiencias empresariales en su entorno, tengan una mayor inclinación al desarrollo de proyectos empresariales concretos.

**Figura 48: El entorno cercano del emprendedor(a)**



Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta a Emprendedores(as).

Dentro del grupo analizado, existe un porcentaje elevado de otros(as) empresarios(as) en el entorno más cercano del emprendedor(a). El 68.2% declara tener padres que eran empresarios(as), al igual que el 61.9% se relacionó con colegas que han sido emprendedores(as) en su entorno laboral. Esto favorece el desarrollo de las redes de contactos, esto es, de capital social. Capital que puede aportar al empresario (a) experiencia y conocimientos tecnológicos, entre otros. De la misma forma que el entorno cercano favorece la adquisición de cualidades emprendedoras en los individuos, la sociedad en su conjunto también ejerce cierta influencia, particularmente si se considera el grado de aprecio que una sociedad determinada tiene a los(as) empresarios(as) y a la empresarialidad como opción deseable de carrera ocupacional.

**Tabla 4: Percepción sobre el grado de apoyo de la sociedad a emprendedores(as) en España**

Aspecto	Total	Bastante	Indiferente	Poco	Nada
Aquellos empresarios exitosos llaman la atención y son admirados.	25%	28.5%	27.1%	5.1%	2.8%
Los jóvenes es estimulada a ser independiente e iniciar su empresa.	11.1%	20.6%	15.4%	19.6%	24%
La provincia y el gob. local apoyan a los que inician una empresa.	9.3%	27.6%	14.5%	19.2%	19%
Grupos comunitarios dan soporte a los que comienzan la empresa.	7.9%	17.3%	21.5%	19.2%	10.3%
Es fácil encontrar asesoramiento profesional para mi negocio.	10.7%	22%	17.3%	19.2%	21%
Los medios de comunicación cubren de las noticias sobre empresa.	5.1%	17.8%	19.2%	20.6%	20%
Muchos líderes de esta comunidad poseen su propia empresa.	21%	22%	15.4%	4.7%	4.2%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

En general, los(as) emprendedores(as) declaran que la sociedad que los recibe tiene una percepción favorable de la actividad que desarrollan y un alto reconocimiento de la figura empresarial. Además, consideran que el apoyo de las instituciones formales es regular, en cuanto a la disponibilidad de recursos y a la difusión de información empresarial, que motive a otros a iniciar negocios.

**Tabla 5: Valoración de la importancia de los siguientes atributos para crear la empresa**

Característica/Importancia	Baja	Media	Alta	NC	TOTAL
Creatividad	3.27%	2.80%	88.3%	5.61%	214
Formación empresarial	7.01%	21.96%	64.9%	6.07%	214
Espíritu de riesgo	2.80%	9.81%	81.3%	6.07%	214
Elevado nivel de instrucción y capacitación	9.35%	16.82%	67.2%	6.54%	214
<b>CARACTERÍSTICAS PERSONALES</b>	<b>5,61%</b>	<b>12,85%</b>	<b>75,4%</b>	<b>6,07%</b>	<b>856</b>
Entorno institucional estable	6.54%	18,69%	67,7%	7,01%	214
Seguridad jurídica y cumplimiento de los contratos	5.14%	9,35%	78,5%	7,01%	214
Crecimiento económico y de demanda	6.54%	14,49%	71,5%	7,48%	214
<b>CARACTERÍSTICAS DEL ENTONO</b>	<b>6.07%</b>	<b>14.17%</b>	<b>72.5%</b>	<b>7.17%</b>	<b>642</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

Dentro de las características personales, la creatividad (88.3%) y el espíritu de riesgo (81.3%) son las cualidades más enumeradas como habilidades distintivas, incluso más valoradas que otras capacidades adquiridas, como el nivel de instrucción (67.2%) y la formación empresarial (64.9%). Podemos concluir, entonces, que los(as) empresarios(as) valoran más las condiciones innatas que las adquiridas, es decir que, “empresario (a) se nace y no se hace”. Por lo demás,

también destacan el crecimiento económico y de demanda (71.5%), la seguridad jurídica en los contratos (78.5%) y el funcionamiento estable de las instituciones (67.5%).

**Tabla 6: Valoración de la actividad empresarial como opción de carrera**

Después de la creación de la empresa ¿cuál es su actitud general hacia la emprendeduría?			
	N	%	% acumulado
Muy positiva	47	22%	22.0%
Positiva	103	48.1%	70.1%
Neutral	44	20.6%	90.7%
Negativa	8	3.7%	94.4%
Muy negativa	1	0.5%	94.9%
<b>Total</b>	<b>214</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Elaboración propia en base a de la encuesta.

El cuadro anterior, presenta la valoración respecto a la actitud de los(as) emprendedores(as) hacia la creación de empresas, luego de su experiencia actual. El 68.1% considera que es una experiencia positiva, mientras que sólo el 4.2% la califica negativamente. Un resultado esperado sería que la actitud hacia la creación de empresas estuviera directamente relacionada con la situación actual de la empresa, en cuanto a si continúan o abandonaron el emprendimiento.

**Tabla 7: Actitud hacia la creación de empresas de los que continúan y abandonaron**

Actitud/Situación de la empresa	Continua	Abandonó la actividad	Total
Positiva	76.9%	56.7%	73.9%
Neutral o negativa	23.1%	43.3%	26.1%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

\* Válidos 203 casos, No Respuesta (5.1%),  $\chi^2 = 5.414$  (0%) casillas con frec. Inf. a 5; gl= 1; Sig. Asint. = 0.02

Si bien existen valoraciones más negativas hacia la creación de empresas entre aquellos que fracasaron con su negocio, entre los que abandonaron (15%), un 56.7% afirma que la experiencia ha sido positiva. Esto permite inferir que, aún dentro de este grupo, existen individuos con vocación empresarial, que no se desalientan ante el fracaso, y que puede capitalizar el aprendizaje adquirido para volver a optar por la carrera empresarial en el futuro. Las regiones donde residen estos emprendedores(as), podrán contar con un capital empresarial que si bien hoy no es explotado, es un recurso estratégico importante para el desarrollo regional a mediano y largo plazo. Esto debería tenerse en cuenta al momento de planificar acciones para el fomento a la emprendeduría.

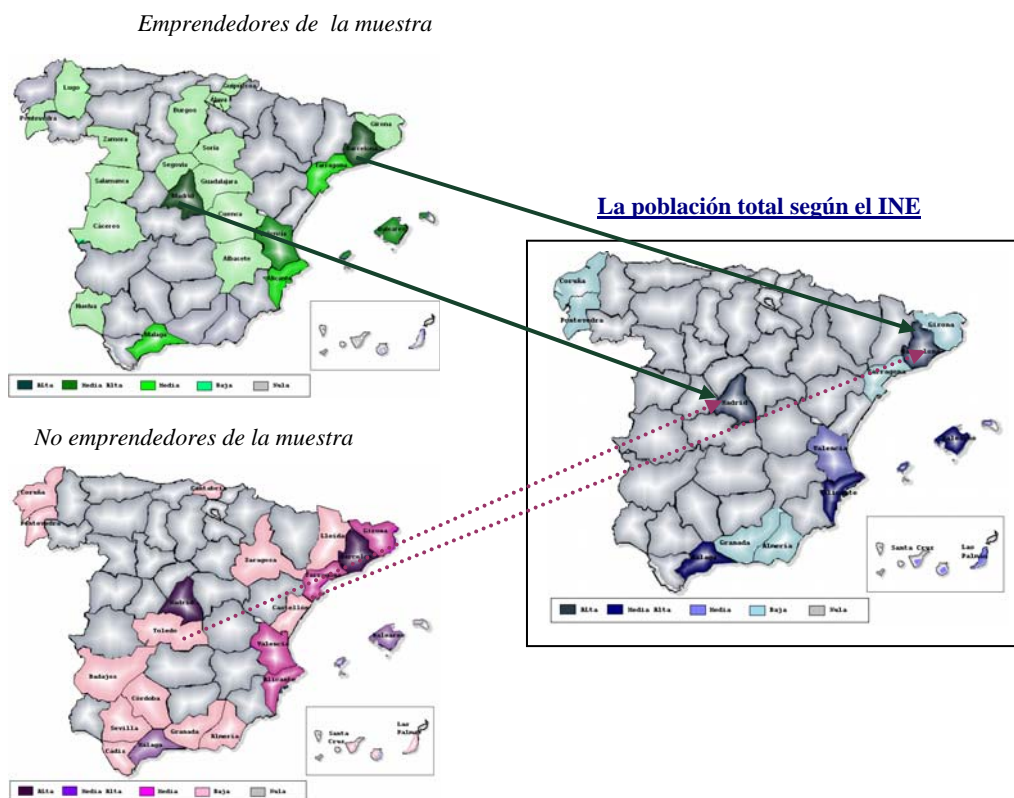
### 7.3. Configuración territorial del flujo migratorio argentino

Conociendo las características sociodemográficas, a continuación se describe la trayectoria migratoria de los(as) empresarios(as) según: 1) su origen y destino geográfico; 2) la forma legal de ingreso a España; 3) los años de permanencia y los vínculos con Argentina, y 4) el nivel de radicación.

#### 7.3.1. El origen y destino geográfico de los(as) inmigrantes argentinos(as)

En la figura siguiente se observan los datos de la distribución regional de la población de la muestra de estudio, analizando los patrones de inserción en el territorio y complementando dicha información con las bases estadísticas basadas en la información de los padrones municipales.

**Figura 49: Destino de la población argentina, según la muestra y los datos del INE. 2008-09**



Fuente: Elaboración propia en base a datos primarios de la Encuesta a EN, 2009 y estadísticas del INE, España, 2008.



En relación al destino de la inmigración, en los 924 casos analizados, se evidencia una trayectoria marcada hacia destinos bien concretos. En el caso de los(as) emprendedores(as), las provincias de residencia más elegidas son: Madrid (26.34%), Barcelona (16.79%), Málaga (9.16%), Islas Baleares (7.63%), Valencia (5.73%), Tarragona (5.34%), Alicante (4.96%), Gerona (3.44%) y Pontevedra (2.67%), concentrándose en estas provincias el 82% de los emprendimientos de argentinos(as). En el caso de la población no emprendedora de la muestra, la distribución es similar: Madrid (24.42%), Barcelona (25.35%), Valencia (8.45%), Islas Baleares (7.37%), Tarragona (5.53%), Málaga (5.38%), Alicante (3.99%), Gerona (2.61%) y Pontevedra (2.46%). Si bien estos datos corresponden a la distribución de las unidades de la muestra, el grado de representatividad es elevado si se compara la distribución poblacional por provincia de las estadísticas del INE. De acuerdo a los datos oficiales, basados en la información de los padrones municipales para el año 2008, las provincias donde mayoritariamente reside la población argentina son: Barcelona (17.68%), Madrid (14.51%); Málaga (8.61%), Islas Baleares (8.24%), Alicante (7.04%), Valencia (5.74%), Gran Canaria (3.48%), Tenerife (3.46%), Tarragona (2.61%), Gerona (2.61%) y La Coruña, Almería y Pontevedra (2.45%, 2.36% y 2.34%, respectivamente).

Habiendo analizado la distribución poblacional, en el siguiente cuadro se presentan los datos de radicación en las comunidades autónomas de mayor concentración de argentinos(as) a fin de identificar si existen diferencias regionales en la captación de un mayor porcentaje de emprendedores(as).

**Tabla 8: Distribución de los(as) emprendedores(as) argentinos (as) y los no emprendedores(as) de la muestra.**

Comunidad autónoma /Población	Emprendedores	No emprendedores
Andalucía	13%	10.4%
Cataluña	23.6%	30.8%
Galicia	3.7%	4.6%
Islas Baleares	8.5%	7.4%
Madrid	28%	25.3%
Murcia	1.2%	0.9%
Valencia	14.6%	13.3%
Resto de comunidades	7.3%	7.3%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

\* Válidos 879 casos. No respuesta 3.7%,  $\chi^2 = 5.799$  (6.3%) frec. Inf. A 5; gl=7; Sig. Asint. = 0.563

De acuerdo a estos resultados, no existen diferencias estadísticas significativas en la distribución de la población argentina emprendedora y la no emprendedora. Por consiguiente, no existen

características regionales específicas que definan a algunas zonas como “regiones emprendedoras”, que atraigan en mayor medida las capacidades empresariales del colectivo inmigrante. Razones como el tamaño del mercado regional, la existencia de allegados del mismo origen en dichas zonas, el crecimiento económico provincial y las economías de aglomeración y localización, puede ser factores que explican los patrones de radicación de la población argentina en España.

De la misma forma, podemos evaluar las características de los(as) inmigrantes argentinos(as) en función del lugar de procedencia, como se presenta en la siguiente tabla. El origen de la población emprendedora radicada en España, proviene principalmente de Capital Federal (33%) y de la provincia de Buenos Aires (33.3%). En menor proporción le siguen Santa Fe (7.7%) Córdoba (5%), Tucumán (2.3%), Mendoza y Corrientes (1.9%). Una distribución similar se da entre los(as) no emprendedores(as) siendo la procedencia de Capital Federal (38%), Buenos Aires (29.9%), Córdoba (7.8%), Santa Fe (5.2%), Mendoza (3.1%), Corrientes (1.8%) y Tucumán (1.7%).

**Tabla 9: Procedencia de los(as) emprendedores(as) y argentinos (as) y los no emprendedores(as)**

Provincia argentina/Población	Emprendedores	No emprendedores
Capital Federal	35.8%	40.7%
Buenos Aires	36.2%	32%
Córdoba	5.4%	8.4%
Santa Fe	8.3%	5.6%
Mendoza	2.1%	3.3%
Corrientes	2.1%	2%
Tucumán	2.5%	1.8%
Resto de provincias	7.5%	6.2%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de encuestas.

\* Válidos 849 casos. No respuesta 7%.  $\chi^2 = 7.701$  (12.05%) con frec. inf. a 5; gl= 7; Sig. Asint. = 0.36

Al igual que en el análisis de la localización en destino, no existen diferencias estadísticas significativas entre los(as) emprendedores(as) y los no emprendedores(as) de acuerdo al lugar de procedencia de la muestra. Sí se observa que las ciudades de mayor densidad poblacional son las provincias que tienen mayor porcentaje de emigrantes. Influyen factores como el mayor impacto de la crisis económica en las grandes ciudades con mayores niveles de desempleo y, consecuentemente, el incremento de los niveles de inseguridad y violencia, motivación en muchos casos analizados a emigrar de dichos lugares. Adicionalmente, en relación a las

ciudades de mayor predominio dentro de la población analizada, se observa cierta vinculación entre el lugar de origen y el de destino.

**Tabla 10: Localización en España de los inmigrantes de las principales ciudades argentinas**

Ciudades/ Provincias	Capital Federal	Gran Buenos Aires	Córdoba	Rosario	Mendoza	Tucumán	La Plata	Mar del Plata	Resto de ciudades	TOTAL	
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	N	%
Alicante	3.7	2.2	2.4	0	0	0	0	11.3	9.1	40	4.8
Almería	1.5	1.1	2.4	0	0	0	0	1.6	0.9	9	1.1
Barcelona	19.9	19.8	26.8	30.4	11	33.3	58.3	12.9	10	160	19.2
Cádiz	1.1	0	0	0	11	0	0	0	0.5	6	0.7
Girona	0.7	3.3	7.3	0	5.6	0	6.7	3.2	3.2	22	2.6
Granada	1.8	0	0	0	11	11.1	1.7	1.6	0	10	1.2
Baleares	3.3	6.6	2.4	8.7	0	0	0	32.3	13	67	8.1
La Coruña	1.8	1.1	2.4	0	0	0	1.7	0	1.8	12	1.4
Las Palmas	0.4	1.1	0	0	0	0	1.7	3.2	0	5	0.6
Madrid	32.1	30.8	22	13.0	11	33.3	6.7	9.7	34	217	26.1
Málaga	11.8	5.5	9.8	0,0	11	0	0	11.3	3.2	57	6.9
Murcia	1.1	0	2.4	0,0	0	0	0	0	2.3	9	1.1
Pontevedra	3.3	4.4	0	4.3	0	0	1,7	0	2.7	21	2.5
Sevilla	2.6	1.1	0	0	0	11.1	0	0	0.5	10	1.2
Tarragona	3.3	2.2	9.8	34.8	11	0	21.7	4.8	2.7	47	5.6
Tenerife	0.7	1.1	0	8.7	11.1	0	0	0	2.3	12	1.4
Valencia	9.2	12.1	9.8	0	5.6	11.1	0	8.1	11	71	8.5
Valladolid	0.7	2.2	2.4	0	0	0	0	0	0	5	0.6
Viscaya	0	1.1	0	0	5.6	0	0	0	1.4	5	0.6
Zaragoza	0.7	4.4	0	0	5.6	0	0	0	0.9	9	1.1
Resto de prov.	4.1	6.6	4.9	17.4	11.1	22	2	0	4.6	38	4.6

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

Por ejemplo, los individuos provenientes de Capital Federal y Gran Buenos Aires se localizan, en mayor proporción, en Madrid (32.1% y 30.8%, respectivamente). Personas provenientes de ciudades industriales como Córdoba y Rosario (segunda y tercera ciudad del país según número de habitantes) tienden a concentrarse en Barcelona (26.8% y 30.4% respectivamente). El tamaño de las ciudades y su estructura productiva podrían estar explicando este patrón de localización, entendiendo que, como afirman algunas teorías, los inmigrantes intentan trasladar las condiciones de origen a su lugar de residencia fuera (Coduras, 2008).

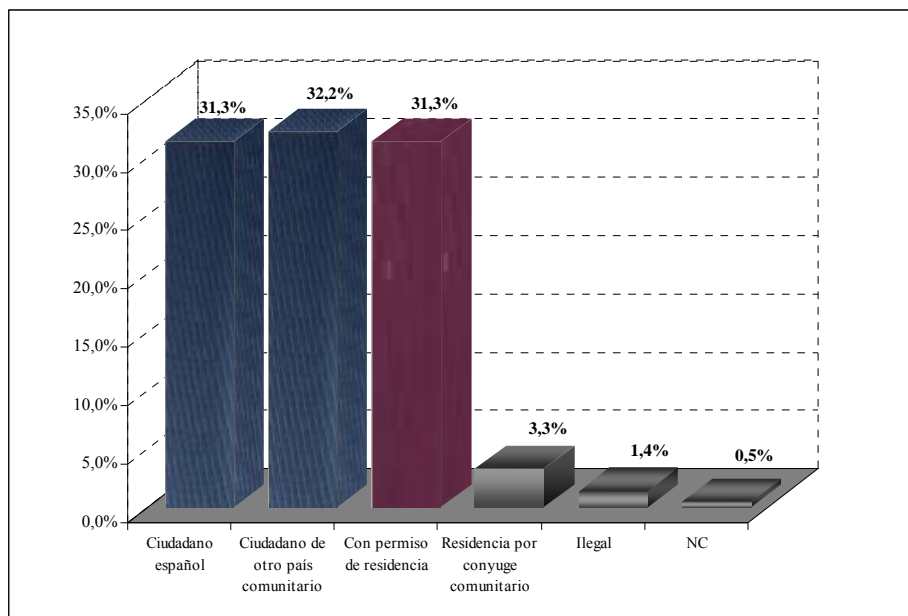
El caso más notorio es el del colectivo inmigrante procedente de Mar del Plata (quinta ciudad del país según número de habitantes y primera ciudad costera y principal puerto pesquero de Argentina), cuyo destino preferente son las Islas Baleares (32.3%). La estructura de ambas regiones se asemeja en cuanto a la oferta de servicios (turismo y sectores de actividad

relacionados). La radicación entonces está asociada al saber hacer y a la trayectoria socioprofesional de la población. Por último, el caso de Rosario, resalta la importancia que tienen las redes sociales en los patrones de asentamiento de la población extranjera. Existe una gran concentración de este grupo en Tarragona (34.8%). A través de información cualitativa, se observó la existencia de una amplia red social que nuclea a este colectivo, especializados en el sector transporte (público y privado), y en el de restauración. Según los(as) emprendedores(as), la llegada de allegados al lugar y su incorporación a estos sectores de actividad facilitó la radicación posterior de otros(as) argentinos(as) con vínculos cercanos.

### 7.3.2. La forma legal de ingreso de los(as) emprendedores(as) argentinos(as) a España

La situación legal al ingreso puede ser una ventaja o un obstáculo, especialmente en lo referido a las posibilidades de inserción en el mercado laboral. De hecho, dentro del grupo de países no comunitarios, Argentina es uno de los países que en mayor medida a mantenido lazos históricos con países europeos, especialmente España e Italia. Y con ello, es mayor el porcentaje de argentinos(as) que ingresan a Europa ejerciendo los derechos como miembros comunitarios, respecto a otros países extracomunitarios.

**Figura 50: Condición legal de residencia en España de los(as) emprendedores(as)**



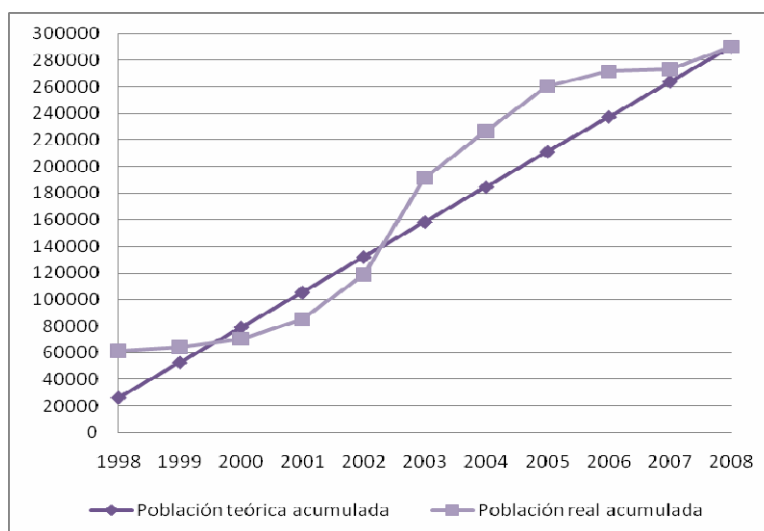
Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta a Emprendedores(as).

Sólo el 1.9% de los casos no declara una forma legal de ingreso. El 63.2% de los(as) empresarios(as) residen en España como ciudadanos comunitarios (31.1% con nacionalidad española y un 32.2% con otra nacionalidad comunitaria). El resto posee residencia por permiso de trabajo. Si comparamos estos datos con los proporcionados por el INE (2008), se observa una distribución similar. Según estos datos, han ingresado hasta la fecha 290.279 personas de los cuales el 49,5% lo hizo con nacionalidad argentina, el 32.15% con nacionalidad española, el 18% con otra nacionalidad comunitaria, especialmente Italia (89.5%). La condición legal puede ser un aspecto determinante en cuanto a la capacidad de adquirir recursos para la puesta en marcha del emprendimiento, especialmente en el acceso a fuentes formales de financiamiento o en el acceso a recursos públicos, aspectos que se desarrollan posteriormente.

### 7.3.3. Tiempo de residencia en España y los vínculos con Argentina

El flujo inmigratorio entre Argentina y España desde la crisis hiperinflacionaria de los años 80 ha sido constante. Según datos estadísticos del INE, en 1998 residían 61.324 argentinos(as). En el 2008, la población se quintuplicó hasta alcanzar los 290.279 argentinos(as).

**Figura 51: Evolución del ingreso de argentinos(as) en España respecto a la frecuencia teórica**

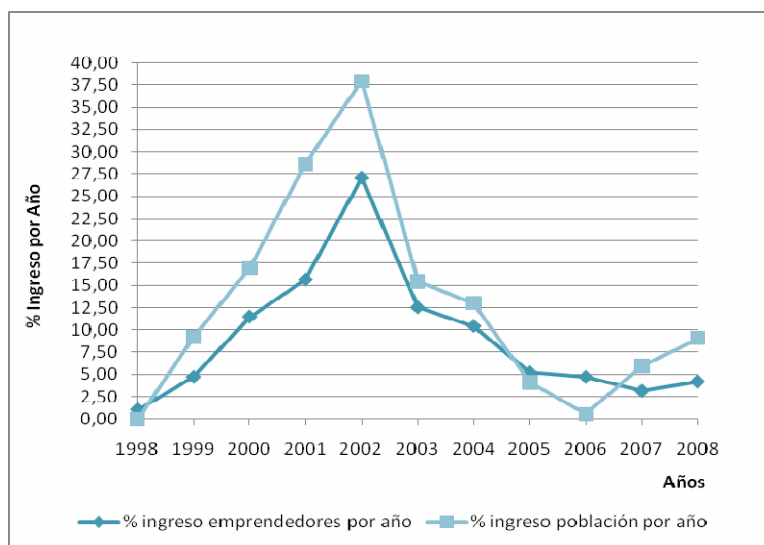


Fuente: Elaboración propia en base a datos del INE (2008).

En la figura 50, la línea recta representa la población que teóricamente hubieran ingresado a España, si hubiera seguido las pautas de arribo histórico. La curva representa el ingreso real de argentinos(as) por año según los datos del INE. A partir del 2001, se detecta un crecimiento

acelerado de los flujos de inmigración. No sólo hay un cambio en la cantidad de argentinos(as) que llegan a España, sino también en la condición legal. Mientras que entre el año 1998-2001, en promedio, el 67% de los(as) argentinos(as) residentes en España eran comunitarios, a partir del 2001 ese porcentaje cae (54% promedio hasta el 2008) y aumenta la participación de los que ingresan con permiso de residencia. Comparando los datos oficiales de la distribución de la población argentina, por año de arribo, con la estructura de la muestra de emprendedores(as) del estudio, se confirma la misma tendencia.

**Figura 52: Evolución del ingreso de argentinos(as) a España comparado a la de los emprendedores.**



Fuente: Elaboración propia en base a datos del INE (2008).

Del 90% de emprendedores(as) que declararon el año de llegada, el 17.18% se estableció antes del 2001. Del 82.81% restante, el 19% lo hizo en el 2001, el 33% en el 2002, el 15% en el 2003, el 13% en el 2004 y el resto (21%) entre el 2005 y el 2008. El alto nivel de ingreso en el 2002 coincide con la huída masiva de argentinos(as) luego de la crisis institucional de diciembre del 2001. Por otra parte, la crisis no ha impactado diferencialmente según cual fuera su trayectoria socioprofesional previa. Tanto los que en Argentina eran empresarios(as) como los que eran empleados(as), desempleados(as) o inactivos siguen el mismo patrón de inserción. Entre los(as) empresarios(as) el 40.1% ingresa entre el 2001-2002, mientras que para el resto de categorías el porcentaje es similar (37.1%). Por un lado, el quiebre del sistema financiero originó graves dificultades en la cadena de pagos de las empresas, como ha sido explicado por muchos(as) empresarios(as) argentinos(as), provocando el cierre de sus negocios y la decisión de emigrar y volver a intentarlo en otro contexto. Por otra parte, la recesión y la ruptura institucional agravaron la situación del resto de la población, con aumentos en los niveles de desempleo y

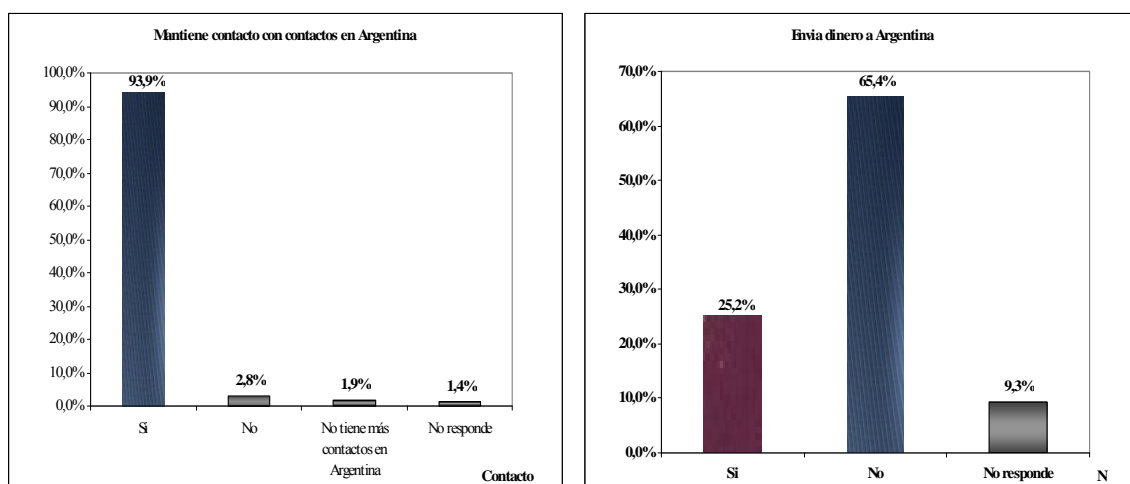
precarización de las condiciones de empleo que motivaron en muchos casos la decisión de salir del país durante el período de la “huída del corralito”.

### 7.3.4. El grado de radicación de la inmigración

Analizar las características del asentamiento de los(as) empresarios(as) argentinos(as) es relevante en cuanto al impacto que este colectivo puede generar tanto en España como en Argentina. Y es que el grado de afianzamiento de la inmigración es un indicador bastante aproximado del nivel de bienestar de los(as) argentinos(as) en el exterior, porque implica no sólo que tienen potencialidades de crecer económicamente, sino que logran integrarse adecuadamente a la sociedad que los recibe. Siendo este último, un aspecto clave para su adaptación, para la mejora de su calidad de vida y una manera de compensar la pérdida de abandonar el lugar de origen.

Mirado esto desde Argentina, a mayor nivel de radicación, menores son las posibilidades de retorno, siendo una pérdida de capacidades empresariales posiblemente irrecuperables. A nivel económico, a este hecho se adiciona otro factor importante que es la baja repatriación de remesas a origen. Esta es una característica diferencial con la situación de otros países latinoamericanos como, por ejemplo, Ecuador, Perú, Bolivia, cuya partida de remesas internacionales es considerable en su estructura del balance de pagos. En el caso argentino, y de acuerdo a datos obtenidos de la encuesta, los(as) emprendedores(as) mantienen lazos sociales y afectivos con el país pero no económicos.

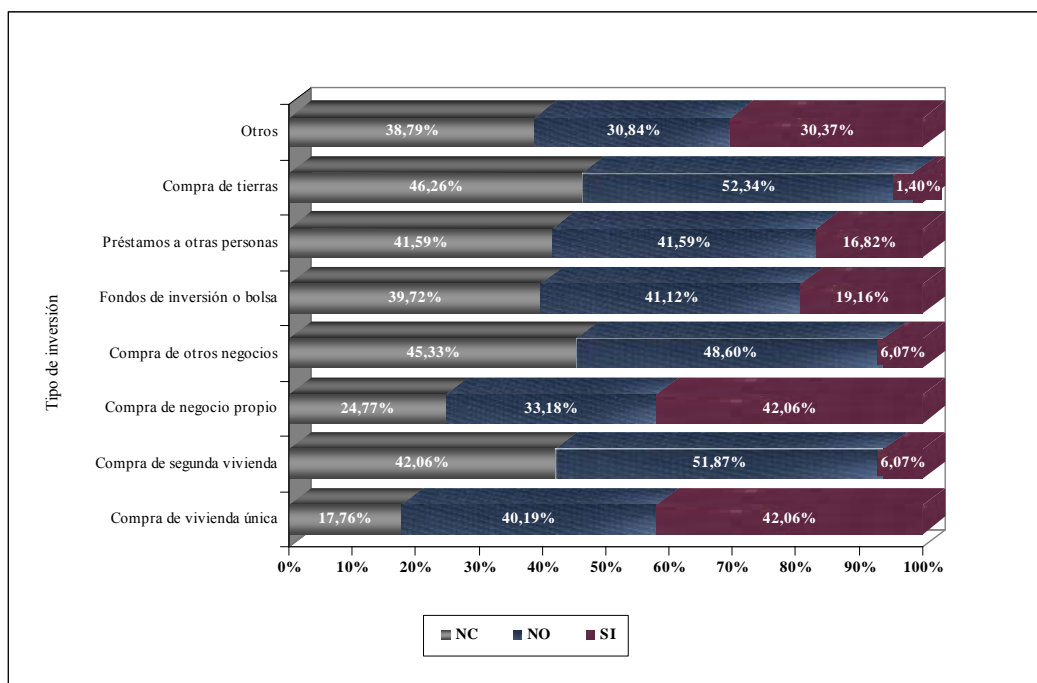
**Figuras 53 y 54: Vínculos que mantienen los(as) emprendedores(as) con Argentina.**



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta a emprendedores(as).

El 95.3% de los(as) emprendedores(as) declaran mantener contacto con Argentina, ya sea con familiares, amigos y conocidos. Sin embargo, cuando se les preguntan acerca del envío de dinero al país, el 72.2% afirma no realizar inversiones en Argentina y no repatriar ingresos (sólo el 9.1% no responde). Si, además, se considera que el 69.2%, según datos de la encuesta, ha financiado su emprendimiento con ahorros propios, el impacto neto de la emigración para Argentina es negativo, ya que se han ido recursos financieros internos sin ser compensados por el recupero de ingresos a través del envío de remesas internacionales. Si se analiza la recapitalización de dichos ingresos en la economía española podemos medir el grado de afianzamiento y radicación de la población inmigrante. La figura 55 muestra el tipo de inversiones que los(as) argentinos(as) han realizado en España.

**Figura 55: Inversiones realizadas por los(as) emprendedores(as) argentinos(as) en España.**



Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta a Emprendedores(as).

El 85.7% de los encuestados declaró haber hecho al menos una inversión en España. El 42% ha invertido en la compra de vivienda única y, en el mismo porcentaje, compró su propio negocio. Respecto a otras inversiones se destacan los fondos de inversión o bolsa (19.16%) y el préstamo a otras personas (16.82%). La posesión de activos físicos, como las instalaciones o el lugar residencial, contribuyen a reforzar la permanencia en el exterior. Si, al mismo tiempo, se tiene en cuenta que la mitad de los(as) empresarios(as) poseen hijos, es de esperar que estas



inversiones impliquen un compromiso estable y de largo plazo. Además de estos aspectos económicos que caracterizan los vínculos entre los(as) argentinos(as) y la sociedad española, existen otras consideraciones que influyen en la motivación a elegir España como residencia, como se presenta en la siguiente tabla.

**Tabla 11: Motivaciones que derivaron en la decisión de emigrar a España**

Razones de emigrar	SI	
	N	%
Cambio de destino laboral	21	9.8%
Falta de empleo	19	8.8%
Razones formativas	27	12.6%
Mejora de la calidad de vida	137	64%
Razones familiares (reagrupación familiar)	31	14.4%
Detectar afuera una oportunidad de negocio	26	12.1%
Vivir nuevas experiencias, vacaciones, viajes	13	6%
<b>TOTAL</b>	<b>274</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

El 64% de los encuestados destaca, como motivación principal para abandonar el país, la necesidad de mejorar su calidad de vida. Junto a la reagrupación familiar, abarcan el 76 % de las opciones mencionadas. Sólo el 43.1% de los(as) emprendedores(as) declaran aspectos relacionados con el ámbito laboral o formativo. Teniendo en cuenta estas consideraciones, podemos decir que la mejora en la calidad de vida está ligada a las características de la sociedad que supuestamente ofrece las condiciones que permiten lograr esa meta. Ningún individuo podría desarrollarse satisfactoriamente si percibe que no es bien recibido. Por ello, la sociedad de acogida juega un papel fundamental en la materialización de la idea de emigrar, porque determina las expectativas que los individuos depositan en el lugar de destino para alcanzar los objetivos que no pudo alcanzar en su país de origen. En el siguiente cuadro, se muestra la opinión de los(as) emprendedores(as) acerca de los factores que influyeron en la decisión de elegir España como su lugar de residencia y no otro contexto.

**Tabla 12: Percepción entorno al grado de asimilación cultural de la sociedad receptora**

Aspectos	No influyó	Poca influencia	Bastante influencia	Fue decisivo	NC
Idioma	21.5%	19.2%	35.5%	20.06%	3.3%
Existencia de allegados cercanos en el lugar	33.6%	11.7%	17.8%	29.4%	7.5%
Poseer la nacionalidad española	69.2%	3.7%	4.7%	15.4%	7.0%
Existencia de muchos argentinos en la zona	72.0%	11.7%	8.4%	2.8%	5.1%
Oportunidad de explotar negocios inexplorados	45.3%	18.2%	21.5%	8.4%	6.5%
Existencia de lazos históricos y afectivos.	27.6%	23.4%	30.8%	14.5%	3.7%
Las costumbres y la cultura son similares	18.2%	22.4%	36.9%	18.7%	3.7%
<b>MOTIVACIONES INDIVIDUALES</b>	<b>41.1%</b>	<b>15.8%</b>	<b>22.2%</b>	<b>15.7%</b>	<b>5.3%</b>
Consideración de que es un país que progresa	14.5%	16.8%	49.5%	13.6%	5.6%
Los argentinos son bien aceptados en la sociedad	19.2%	23.8%	37.4%	15.4%	4.2%
España es más abierta a los extranjeros que otros.	36.4%	29.4%	25.2%	3.7%	5.1%
Flexibilidad de las leyes migratorias españolas.	69.6%	10.3%	8.4%	5.1%	6.5%
Posibilidad de mejorar económicamente	12.1%	13.6%	42.5%	27.6%	4.2%
Hay buenos mecanismos de protección social	27.1%	22.9%	32.2%	12.1%	5.6%
<b>VENTAJAS DEL CONTEXTO RECEPTOR</b>	<b>29.8%</b>	<b>19.5%</b>	<b>32.6%</b>	<b>12.9%</b>	<b>5.2%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

Se observa una mayor tendencia a valorar aspectos que se relacionan con las condiciones del entorno, como las políticas gubernamentales, el nivel de asimilación de aceptación por parte de la sociedad o la situación económica del país (45.5%), que los asociados a características individuales, como lazos familiares o poseer la nacionalidad española. Dentro de la valoración de las motivaciones individuales, es interesante observar que la presencia de otros(as) argentinos(as) en el lugar (72%) y el poseer la nacionalidad española (69.2%) no influyó en la decisión de radicación. Sin embargo, sí se tienen en cuenta que los vínculos históricos, el idioma y las costumbres ejercen cierto grado de influencia. Esto reafirma la idea de que el inmigrante busca en el lugar de destino ciertas características que definen su lugar de procedencia. Por otra parte, los factores que más incidieron en la elección de España como país receptor están unidos a la percepción de que es un país que cuenta con buenos mecanismos de protección social (44.3%), y existen buenas oportunidades para mejorar económicamente porque, para los(as) emprendedores(as) encuestados(as), es un país que progresa y otorga posibilidades de mejora (63.1% y 70.1% respectivamente). Podríamos inferir que la elección de España como lugar de residencia de la inmigración argentina permite, por un lado, obtener los beneficios que la mejora en las condiciones económicas y el bienestar generan, y por otro, permite alcanzar estos beneficios al menor costo posible (costo de desarraigo), ya que es un país con muchas similitudes culturales (idioma, costumbres, hábitos, etc.).

#### 7.4. Características de los emprendimientos de los(as) emprendedores(as) argentinos(as)

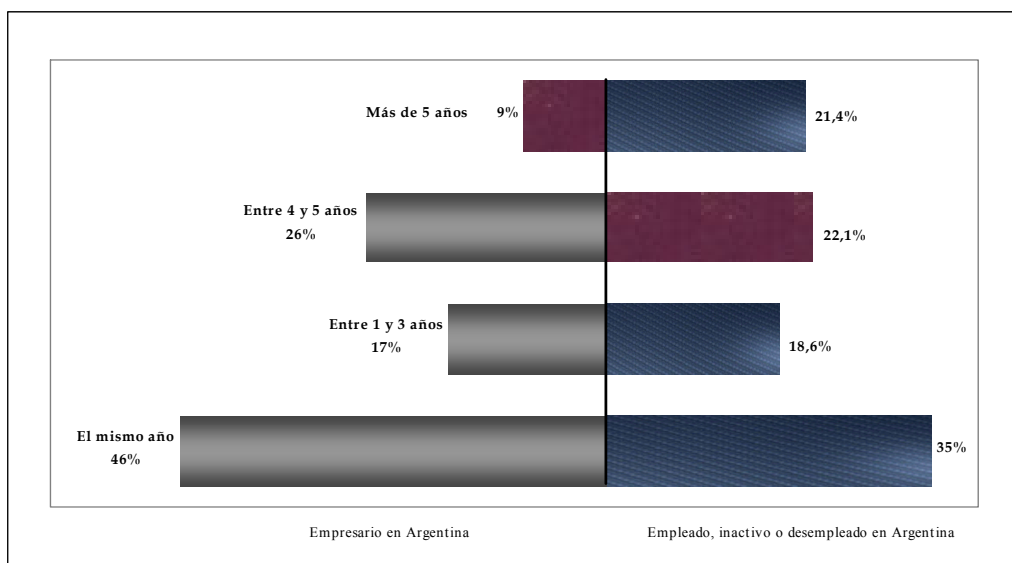
Desde la fecha de llegada a España, hasta la ejecución del proyecto empresarial, los(as) emprendedores(as) han seguido distintas trayectorias en el proceso de gestación de la empresa. Estas diferencias se miden en el tiempo de demora en la ejecución del proyecto, como muestra la siguiente tabla.

**Tabla 13: Período de incubación de la nueva empresa.**

Período de incubación	N	%	% acumulado
El mismo año	83	38.8%	39%
Entre 1 y 3 años de incubación	39	18.2%	57%
Entre 4 y 5 años de incubación	48	22.4%	79%
Más de 5 años de incubación	38	17.8%	97%
No responde	6	2.8%	100%
<b>Total</b>	<b>214</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

El 79% de las empresas fueron incubadas en un período menor a 5 años. Cabe destacar que el 38.5% de las empresas lo han hecho el mismo año de arribo. Un período tan corto de incubación de la idea empresarial involucra un elevado riesgo de fracaso. Pero si los(as) emprendedores(as) poseen experiencia empresarial previa, ésta podría ser un indicador del aprendizaje acumulado que le permite acortar el tiempo de demora en el inicio del proyecto. En cambio, si la creación temprana de la empresa responde a una necesidad de obtener ingresos para la subsistencia, este aspecto sería negativo porque puede afectar al desempeño empresarial y, a largo plazo, su crecimiento. Asociando el tiempo de incubación del proyecto con la trayectoria empresarial, se obtuvo que existe una relación positiva entre estas dos variables.

**Figura 56: Años de incubación de la empresa según categoría ocupacional**

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta a Emprendedores(as).

Si bien las diferencias entre ambos grupos no son estadísticamente significativas, existe una mayor inclinación a iniciar las actividades en un plazo menor entre los que tienen experiencia empresarial previa. Por ejemplo, el 45.5% de los que en Argentina eran empresarios(as), inician sus actividades en España el mismo año de arribo mientras que sólo el 9.1% tardaron más de cinco años. En cambio, el 21.4% de los(as) emprendedores(as) que en Argentina estaban empleados(as) tardaron más de cinco años en ponerlo en marcha. Esa diferencia de experiencia, que incrementa el tiempo de maduración de la idea empresarial, se relaciona a la capacidad diferencial de localizar los recursos necesarios, acceder a información relevante y construir redes y contactos. Un indicador de estas capacidades se plasma en la estructura legal de las empresas.

**Tabla 14: Situación legal de la empresa iniciada**

Forma jurídica de la empresa	N	%
Empresario individual	79	36.9%
Sociedad Civil	12	5.6%
Sociedad anónima	10	4.7%
Sociedad de Responsabilidad Limitada	80	37.4%
Sociedad Colectiva	1	0.5%
Sociedad cooperativa	5	2.3%
Sociedad anónima laboral	3	1.4%
Asociación	3	1.4%
No tiene forma jurídica aún	3	1.4%
No responde	18	8.4%
<b>Total</b>	<b>214</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

La mayoría de los(as) emprendedores(as) adoptan formas societarias, siendo la más importante en participación las sociedades de responsabilidad limitada (37.4%). Si bien el 36.9% son empresarios(as) individuales, los(as) emprendedores(as) tienden a buscar formas asociativas. En cuanto al tipo de sociedad que establecen, no se observan diferencias entre los que eran empresarios(as) previamente, y los que no en la tendencia a establecer negocios unipersonales o con socios. Pero, sí existen diferencias estadísticas según el tipo de estructura legal y los años de incubación de la empresa.

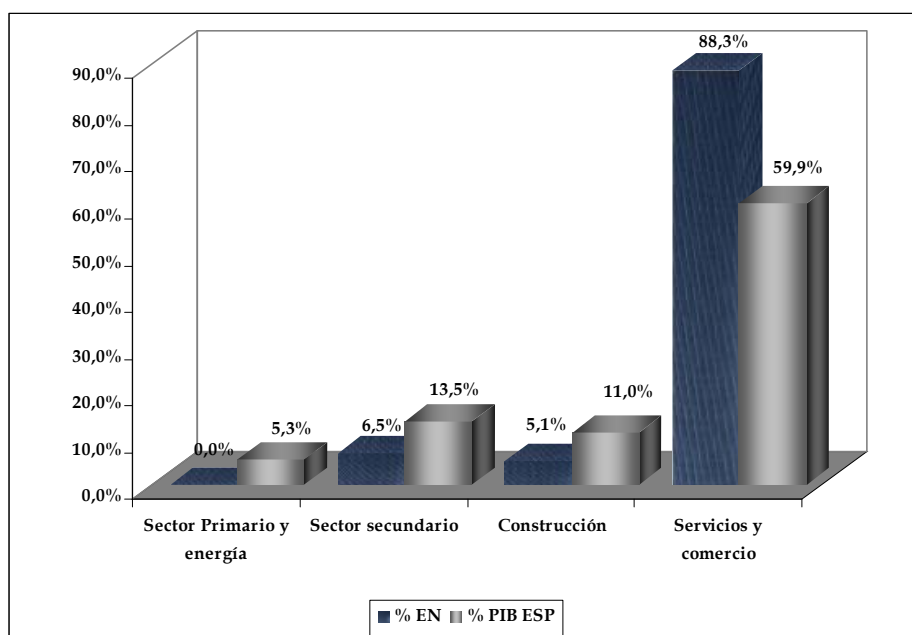
**Tabla 15: Diferencias en la forma jurídica de la empresa por años de incubación del proyecto**

Años de incubación/Forma jurídica	Empresario individual	Alguna forma societaria	TOTAL
El mismo año	26.6%	46.9%	38.5%
Entre 1 y 3 años	25.3%	15%	19.3%
Entre 3 y 5 años	29.1%	19.5%	23.4%
Más de 5 años	19%	18.6%	18.8%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

\* Casos válidos 192 casos. No respuesta 10.3%,  $\chi^2 = 9.377$  (0%) casillas con frec. inf. a 5; gl= 3; Sig. Asint. = 0.025.

El 46.9% de los individuos que crearon la empresa bajo alguna de las formas de sociedad han iniciado sus emprendimientos el mismo año de llegada a España. El asociarse con otros permite acortar el tiempo de ejecución del proyecto. Esta diferencia se debe al aprovechamiento de las capacidades del equipo emprendedor frente al empresario (a) individual. Capacidades que pueden reducir la extensión de la etapa de materialización de la idea, ya que la especialización de cada uno en distintas tareas acelera la búsqueda y organización de los recursos necesarios para iniciarla. Adicionalmente, se ha analizado la relación entre la forma jurídica de la empresa y el sector al que pertenece y, en este caso, tampoco se encontraron diferencias estadísticas. Por lo tanto, la decisión de iniciar un emprendimiento en el sector servicios no es percibida como la forma más fácil y rápida para explotar una idea empresarial. Este aspecto es favorable, ya que da indicios de que la creación de empresas no es motivada por la necesidad de obtener ingresos a corto plazo. La figura 57 muestra la distribución de los emprendimientos por sector de actividad.

**Figura 57: Clasificación de los emprendimientos por sector de actividad**

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Encuesta y del INE, 2008.

Siguiendo la clasificación de actividades económicas del Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU)<sup>5</sup>, se agruparon los emprendimientos por sector de actividad, concentrándose el 66.3% en el sector de comercio y servicios, el 5.2% en el sector de la construcción y el 6.5% en ramas del sector secundario. Las ramas que más se destacan dentro el sector terciario son la restauración y hostelería (22%) y comercio al por menor (14%). Dentro del secundario, las actividades de impresión y edición (4.2%). Comparando estos datos con la estructura sectorial del PIB español en el 2008, se observa una menor participación, en la muestra, de la construcción y la industria y un mayor peso relativo del sector servicios en relación al valor país. Una posible explicación se asocia a las barreras a la entrada en algunas ramas productivas, especialmente por la necesidad de disponer de un mayor capital inicial. La siguiente Tabla presenta la distribución de los casos por niveles de inversión.

<sup>5</sup> La clasificación de actividades utilizada se adjunta en los Anexos.

**Tabla 16: Tamaño de los emprendimientos de acuerdo al monto de inversión inicial.**

Monto de inversión	N	%	% Acumulado
0 €	77	36%	36%
De 1 a 10.000 €	42	19.6%	56%
De 10.001 a 20.000 €	37	17.3%	73%
De 20.001 a 50.000 €	19	8.9%	82%
De 50.001 a 100.000 €	13	6.1%	88%
De 100.001 a 500.000 €	1	0.5%	88%
No responde	25	11.7%	100%
<b>Total</b>	<b>214</b>	<b>100%</b>	

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

El 73% de los emprendimientos invierten al inicio menos de 50.000 euros, que coincide con el valor de inversión promedio publicado por el GEM (2008) para los proyectos de emprendedores(as) no comunitarios(as). Aún cuando era de esperar que aquellos que salieron de Argentina durante el período de huida del corralito hubieran invertido menos dinero, por la devaluación de su patrimonio y por la incautación de los ahorros, ésta hipótesis no se verificó. El 78.6% de los que aportaron más de 50.000 euros, lo hicieron después de la crisis del 2001. De la misma forma, tampoco se verifica que aquellos que abandonaron la actividad invirtieran menos capital. Por lo tanto, la falta de financiamiento no motivaría el abandono. Del total de casos, sólo el 15% han cerrado la empresa. La siguiente Tabla enumera los motivos que incidieron en el abandono de la empresa y, entre los que continúan, las razones que creen que podrían hacerlos fracasar.

**Tabla 17: Razones asociadas al abandono o que podrían hacer abandonar a los que continúan**

Razones que lo llevaron o lo llevaría a cerrar su negocio	Situación		Total
	Continúa	Abandonó	
No poder conseguir los recursos materiales necesarios	12.1%	6.3%	10.7%
Que se transforme en un negocio factible pero de alto riesgo	1.6%	6.3%	2.3%
Un hecho personal grave o de fuerza mayor	30.8%	18.8%	29.0%
Mala situación económica general del país	24.2%	28.1%	24.8%
Tener y/o querer volver a Argentina	6.6%	3.1%	6.1%
Falta de financiamiento	1.1%	3.1%	1.4%
Encontrar otra actividad más rentable	2.2%	6.3%	2.8%
Problemas de organización de la empresa, con socios o no es rentable	3.8%	9.4%	4.7%
Razones personales (falta de tiempo, compatibilidad con vida familiar)	1.1%	3.1%	1.4%
<b>Total</b>	<b>182</b>	<b>32</b>	<b>214</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

Tanto los que abandonaron como los que continúan consideran que sólo cambios exógenos y fortuitos pueden hacer, o efectivamente hicieron, fracasar el negocio. En el caso de los que siguen en funcionamiento, los(as) emprendedores(as) destacan la posibilidad de no poder obtener los recursos materiales necesarios para continuar, razón estrechamente ligada al riesgo de cualquier negocio. Por lo demás, atribuyen razones asociadas a factores contingentes, no predecibles a priori. Un aspecto a subrayar es el grado de conformidad que manifiestan hacia la disponibilidad de recursos financieros para el crecimiento de su empresa, contrariamente a lo que suele ser un obstáculo importante en la creación de empresas en Argentina. Esto da a entender que las instituciones financieras son consideradas confiables y estables. La siguiente Tabla, expone las fuentes de financiamiento utilizadas por los(as) emprendedores(as) para la creación de la empresa en España.

**Tabla 18: Fuentes de financiamiento utilizadas en la puesta en marcha del emprendimiento**

Fuentes	SI	%
Ahorros propios	148	69.2%
Ahorros de familiares	20	9.3%
Ahorros de amigos	10	4.7%
Créditos bancarios sin avales	40	18.7%
Créditos bancarios con avales personales	33	15.4%
Créditos bancarios con garantías patrimoniales	10	4.7%
Indemnización	4	1.9%
Capitalización del subsidio de desempleo	7	3.3%
Proveedores y clientes	18	8.4%
Sociedades de capital riesgo	0	0%
Organismos públicos	5	2.3%
No requirió financiación o lo hizo con los primeros trabajos	8	3.7%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

El 38.8% de los(as) emprendedores(as) han utilizado fuentes de financiación bancaria. Sin embargo, comparado con los resultados obtenidos a partir de estudios realizados para Argentina, la utilización de fuentes formales por parte de emprendedores(as) argentinos(as) en España es elevada (Gennero et al. 2004 y Kantis et al. 2001). En este caso, los recursos provienen, exclusivamente, de instituciones de financiamiento tradicionales (bancos o programas estatales). No han accedido a medios alternativos como las sociedades de capital de riesgo, o instituciones públicas (2.3%). Por otro lado, no solamente el acceso a recursos económicos determina el éxito o fracaso emprendedor. También son relevantes las fuentes de información y la experiencia del emprendedor(a), para la concepción de la idea empresarial.



**Tabla 19: Origen de la idea de negocio**

Aspectos	SI	%
Experiencia en la rama de actividad	146	68.2%
Pensando en resolver problemas	34	15.9%
Charla con amigos	30	14.0%
Charla con familiares	25	11.7%
Clientes	17	7.9%
Proveedores/distribuidores	8	3.7%
Inversionistas y prestamistas	3	1.4%
Colegas	12	5.6%
Experiencia y conocimientos tecnológicos	39	18.2%
Fue una idea repentina	15	7.0%
Hobbies	12	5.6%
Libros , revistas, tv, etc.	1	0.5%
Viajes	5	2.3%
Planes de promoción oficial	2	0.9%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

De los aspectos que incidieron en la idea de negocio, se destaca la experiencia laboral. El 68.2% tienen experiencia en la rama de actividad donde inician el emprendimiento y el 18.2%, además, poseen conocimientos tecnológicos. El 48.7% de los que respondieron tener conocimientos tecnológicos, han iniciado empresas en ramas intensivas en conocimiento, como servicios de informática (17.9%), servicios a empresas (30.8%) o correo y telecomunicaciones (12.8%).

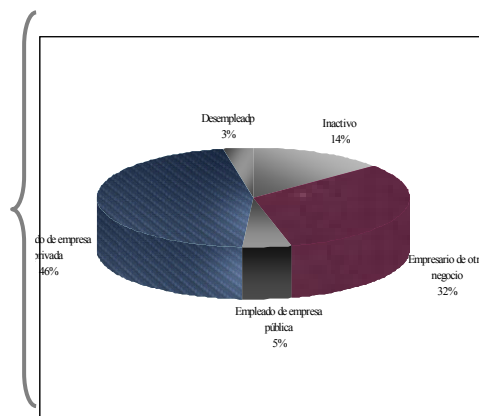
En cuanto a la participación del entorno local en el aporte de ideas para el proyecto empresarial, la colaboración de los agentes es baja, especialmente los clientes, los proveedores, las entidades financieras y las instituciones de promoción oficial (7.9%, 3.7%, 1.4% y 0.9%, respectivamente). En base a este dato, podemos suponer que las regiones españolas ofrecen una estructura de oportunidades exógena, que el(la) emprendedor(a) visualiza y explota por la experiencia desarrollada en Argentina, y no por haber adquirido, para crear su empresa, capacidades o información útil proveniente del mercado local. Las habilidades individuales, asociadas a su trayectoria previa, permiten desarrollar la perspicacia para ver negocios donde otros no lo ven. Es decir, la formación empresarial y los atributos individuales del emprendedor son aprovechados por el contexto receptor sin haber invertido en ese coste de aprendizaje. Las condiciones institucionales, económicas y sociales en España favorecen la aparición de oportunidades empresariales que atraen la radicación de empresarios(as) inmigrantes. Si estas condiciones son estables en el largo plazo, los(as) emprendedores(as) podrán compensar la baja interrelación con el mercado local actual ampliando, a futuro, los canales de información y las redes de contactos.

### 7.5. Los(as) argentinos(as) en España. ¿Empresarios(as) por necesidad o por oportunidad?

A los criterios que hemos establecido para definir los emprendimientos como de necesidad y oportunidad, en este trabajo se incorpora la trayectoria profesional anterior al arribo a España y el sector de actividad (intensivos en conocimiento o no). La idea que añadimos, al analizar la trayectoria socioprofesional, es que un individuo que anteriormente se ha desempeñado como empresario (a) e inicia nuevamente un emprendimiento en otro contexto tiene como motivación principal la búsqueda de una oportunidad para volcar su experiencia empresarial. Estos individuos, se asemejarían a los(as) empresarios(as) por oportunidad del GEM. El siguiente cuadro muestra la distribución de los(as) emprendedores(as) de acuerdo a su categoría ocupacional previa.

**Tabla 20 y Figura 58: Categoría profesional de los(as) empresarios(as) antes de llegar a España**

CATEGORIA	N	%
Empresario de otro negocio	66	30.8%
Empleado de empresa privada	94	43.9%
Empleado en empresa pública	10	4.7%
Desempleado	7	3.3%
Inactivo	29	13.6%
No responde	8	3.7%
Total	214	100%



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Encuesta.

El 43.9% de los(as) emprendedores(as) eran empleados(as) en empresas privadas en Argentina, seguido por los que eran empresarios(as) en el país (30.8%). Como ha sido analizado en la literatura, las empresas privadas, especialmente las grandes, y universidades y parques tecnológicos son las principales incubadoras de empresas innovadoras. Esto es, muchos de los(as) argentinos(as) que tienen su empresa en España, posiblemente eran intraemprendedores(as)<sup>6</sup> en las organizaciones donde han estado trabajando antes de emigrar. Esa experiencia pudo facilitar la implementación del proyecto empresarial en un contexto que facilitó su independencia y el desarrollo de su iniciativa propia. Por otro lado, cabe destacar la

<sup>6</sup> Un intraemprendedor es un individuo que trabaja dentro de una organización pero tiene visión empresarial, genera ideas innovativas y busca oportunidades de negocio rentable. Son un factor clave ya que fomentan la innovación y, al igual que los emprendedores, son agentes de cambio. El efecto “spin off” se da cuando a partir de un organismo público o privado de conocimiento (universidad, empresa, etc.) surgen empresas de base tecnológica e innovadoras.

baja participación de emprendedores(as) que emigraron siendo desempleados(as) en Argentina. Estos emprendedores(as) podrían responder al perfil de empresarios(as) por necesidad, ya que tanto la opción de migrar como la de establecer una idea de negocio podría ser la salida a esa situación de desempleo. Y, por último, dentro del grupo de los inactivos, el 88% eran estudiantes en Argentina y sólo el 12%, personas retiradas del mercado laboral. La mayoría de estos estudiantes, se trasladaron por razones formativas. Las oportunidades que surgieron, finalizados los estudios, alentaron la decisión de establecerse. Dentro de este grupo, pueden existir empresarios(as) por oportunidad ya que, a través de los conocimientos tecnológicos, pueden generar ideas de negocio innovadoras. Las razones que explican por qué estos(as) emprendedores(as) decidieron iniciar proyectos empresariales y no emplearse en relación de dependencia, como muestra la siguiente Tabla, son un indicador de la motivación subyacente a la creación de la empresa.

**Tabla 21: Razones por la que los(as) emprendedores(as) no se emplean por cuenta ajena**

ASPECTO	SI	%
Por ser inmigrante no me emplean en otras empresas y por eso desarrollo la propia.	10	3.67%
Por el mismo trabajo pagan menos salarios a inmigrantes que a nativos.	4	1.47%
No encuentro un empleo en relación de dependencia acorde a mi capacidad.	22	8.08%
Quiero explotar mi experiencia empresarial.	56	20.5%
Tenía una idea de negocio que quería explotar y no pensé en otra opción.	46	16.9%
Quería ser independiente y desarrollar mi vocación empresarial.	77	28.3%
Quería continuar con el negocio que tuve que abandonar en Argentina.	14	5.14%
En España existen muchas oportunidades de negocios que no son aprovechadas.	41	15%
Por mi condición de ilegal.	2	0,73%
<b>TOTAL</b>	<b>272</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

Los datos muestran que existe un grupo de emprendedores(as) que responden al perfil de empresarios(as) por oportunidad, siendo el 73.8% de las respuestas afirmaciones que se asocian a la detección de oportunidades empresariales. El 15% de los(as) empresarios(as) visualizan en el contexto español oportunidades de negocio que no son explotadas. Esto, unido a la experiencia empresarial (20.5%) y al deseo de independencia (28.3%), define un tipo de emprendedor que no responde a las características de “marginados en el mercado laboral”. Sólo el 13.95% de las respuestas se relacionan con situaciones de marginalidad, ya sea por discriminación por origen inmigrante (3.67%); por discriminación laboral, reflejado en un diferencial de salarios por ser inmigrante (1.47%) o por discriminación profesional, con bajo reconocimiento del nivel de cualificación del empleo inmigrante (8.08%). Esto último indica que los puestos acordes a la capacidad de algunos(as) inmigrantes argentinos(as) con alto nivel

educativo, son desempeñados por los nativos, por lo que se ven relegados a ocupar puestos de trabajos inferiores a su capacidad.

### **7.5.1. Potencial innovador de los(as) empresarios(as) argentinos(as) radicados en España**

Determinar el tipo de emprendimientos (oportunidad/necesidad) permite, a su vez, conocer el impacto que tienen estas actividades en el desarrollo económico local. De aquí la importancia de medir el potencial innovador de los emprendimientos. Potencial innovador que, en una economía globalizada, implica reconocer la importancia que adquiere cada vez más el desarrollo de la sociedad del conocimiento. Los estudios que utilizan un enfoque sectorial para analizar la innovación lo han abordado desde las actividades industriales, pero no han profundizado en el estudio del sector servicios. Vence y González (2002:42) afirma que “el olvido del sector servicios es llamativo y paradójico si tenemos en cuenta la importancia que las actividades terciarias han adquirido en las sociedades avanzadas (en torno al 67 % del empleo en la UE) y, sobre todo, si tenemos en cuenta la importancia del conocimiento como input o como producto en buena parte de las actividades de servicios. Más aún, todos los estudios de prospectiva coinciden en señalar que la mayor parte de las actividades con alto potencial de crecimiento en las próximas décadas pertenecen al sector servicios (servicios financieros, servicios empresariales, sanidad, educación, servicios de comunicaciones, servicios sociales, etc.).”

Siguiendo la agrupación de actividades propuesta por Vence y González (2002), la siguiente tabla presenta la clasificación de los emprendimientos por rama de actividad, destacando aquellas ramas intensivas en conocimiento.

**Tabla 22: Actividades en ramas asociadas y no relacionadas a la economía del conocimiento**

CODIGO	ACTIVIDADES	N	%
19	Artículos de cuero y calzado	1	0.47%
22	Edición, impresión y reproducción de grabaciones	9	4.21%
31	Maquinaria eléctrica	2	0.93%
33	Instrumentos médicos, de precisión y óptica	1	0.47%
35	Reparación de buques	1	0.47%
45	Construcción	11	5.14%
50	Venta, mantenimiento y reparación de vehículos	3	1.40%
51	Comercio al por mayor	13	6.07%
52	Comercio al por menor	30	14.02%
55	Hoteles y restaurantes	47	21.96%
60	Transportes terrestres y tuberías	2	0.93%
63	Actividades anexas y auxiliares de transporte, agencia de viaje	3	1.40%
64	Correos y telecomunicaciones	7	3.27%
65	Intermediación financiera	2	0.9%
66	Financiación de planes de seguros y pensiones	2	0.9%
70+71	Bienes inmuebles, alquileres	5	2.34%
72	Informática y actividades conexas	13	6.07%
74	Otras actividades empresariales	38	17.76%
80	Enseñanza	1	0.47%
85	Servicios sociales y de salud	7	3.27%
92	Actividades de esparcimiento, culturales y deportivas	10	4.67%
93	Otras actividades de servicios	6	2.80%
	<b>TOTAL</b>	<b>214</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración en base a la encuesta, según la clasificación de Vence y González (2002)

El 42.52% de los(as) emprendedores(as) inician actividades en ramas de servicios intensivas en conocimiento. Es de esperar que en este tipo de actividades tengan elevadas potencialidades de innovación. Sin embargo, el resto de actividades tradicionales pueden presentar características innovadoras, aún cuando no estén basadas en el conocimiento. Tal es el caso de algunos emprendimientos en el sector de comercio o gastronómico. Muchas de estas empresas, se especializan en el abastecimiento de productos nacionales, ya sea en el servicio gastronómico como en la comercialización de bienes de origen nacional. A pesar del carácter étnico de los productos, la comercialización de los mismos no es sólo a consumidores de origen argentino sino que son introducidos al mercado masivo (a diferencia de otros productos culturales como, por ejemplo, las carnicerías halal árabes). Desde los enfoques de innovación, son emprendedores(as) que introducen productos en un nuevo mercado o bien pueden descubrir nuevos canales de distribución y nichos de mercado. Aún reconociendo estas características, igualmente existen aspectos específicos que definen el perfil de las empresas que pertenecen a “sectores intensivos en conocimiento” (SIC). Nos centraremos en: 1) las características diferenciales de los(as) empresarios(as) ligados(as) al SIC; 2) las características ligadas a la estrategia de innovación, y 3) la distribución regional de estas actividades. La Tabla muestra las

principales características sociodemográficas y las diferencias entre el grupo de emprendedores(as) en ramas del SIC y el resto.

**Tabla 23: Diferencias en el perfil emprendedor de los(as) empresarios(as) pertenecientes al SIC**

VARIABLE	$\chi^2$	gl	Sig.Asint.
Sexo	1.758	1	0.185
Edad	5.509	5	0.357
Situación legal	0.662	1	0.416
Estado civil	2.032	4	0.730
Tenencia de hijos	0.111	1	0.730
Nivel educativo	15.305	2	0.000
Año de arribo a España	1.758	1	0.185
Años de incubación de la empresa	1.643	3	0.650
Grado de radicación	0.003	1	0.955
Forma jurídica de la empresa	2.163	1	0.141

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

Respecto al perfil socioeconómico de los(as) emprendedores(as) que crean empresas en sectores intensivos en conocimiento no se observan diferencias en características como sexo, edad, situación legal, estado civil, tenencia de hijos, año de arribo a España, grado de radicación, respondiendo al perfil descrito para la totalidad de los casos. Sí existen diferencias estadísticamente significativas en el nivel de instrucción.

**Tabla 24: Diferencias según nivel de instrucción en los(as) emprendedores(as) en SIC**

Instrucción/Sector	Tradicional	Intensivo en conocimiento	TOTAL
Primaria y secundaria incompleta	5%	3.3%	4.3%
Secundaria completa y universitaria incompleta	64.2%	38.9%	53.3%
Universitaria completa y posgrado	30.8%	57.8%	42.4%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

\* Casos válidos 210 casos. No respuesta 1.86%,  $\chi^2 = 15.305$  (16.7%) casillas con FREC. inf. a 5; gl= 2; Sig. Asint. = 0.000

Existe una correlación positiva entre los niveles de educación y el tipo de emprendimiento. Por lo tanto, es de esperar que a mayores niveles de instrucción mayor sea la inclinación al inicio de actividades en sectores intensivos en conocimiento. En el caso de los emprendimientos considerados, el 57.8% de los(as) emprendedores(as) del SIC poseen educación universitaria o de posgrado, mientras que en las ramas tradicionales, el nivel educativo tiende a ser menor, concentrándose el mayor número de casos en el nivel secundario y universitario incompleto (64.2%). Estos datos reflejan el potencial innovador de los(as) emprendedores(as) argentinos(as) y su impacto favorable, considerando que la economía española se encuentra en un estadio de

desarrollo basado en el conocimiento y la innovación. De aquellos(as) empresarios(as) que afirman que la experiencia y los conocimientos tecnológicos fueron elementos claves para la planificación de la idea de negocio, el 76.82% pertenecen al grupo del SIC<sup>7</sup>. En cuanto a los aspectos relacionados con el emprendimiento en sí, de las variables analizadas (la forma jurídica, los años de incubación del proyecto, el financiamiento y los niveles de inversión), se detectaron diferencias entre grupos en estas dos últimas.

**Tabla 25: Diferencias según monto de inversión inicial y fuentes de financiamiento**

Inversión inicial/Sector *	Tradicional	Intensivo en conocimiento	TOTAL
0 €	28.4%	55.2%	40.7%
De 1 a 10.000 €	24.5%	19.5%	22.2%
De 10.001 a 20.000 €	23.5%	14.9%	19.6%
De 20.001 a 50.000 €	13.7%	5.7%	10.1%
De 50.001 a 100.000 €	8.8%	4.6%	6.9%
De 100.001 a 500.000 €	1%	0%	0.5%
Utilización de crédito/Sector **	Tradicional	Intensivo en conocimiento	TOTAL
Utilizó financiamiento bancario	43.9%	27.5%	36.9%
No utilizó financiamiento bancario	56.1%	72.5%	63.1%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

\* Casos válidos 206. No respuesta 3.73%.  $\chi^2= 15.576$  (16.7%) con frec. inf. a 5; gl= 5; Sig. Asint. (bilateral)= 0.08

\*\* Casos válidos 214. No respuesta 0%.  $\chi^2= 6.063$  (0%) con frec. inf. a 5; gl= 1; Sig. Asint. (bilateral)= 0.014

Existe una mayor tendencia a invertir más en las ramas tradicionales e industriales. El 23.5% invierte más de 20.000 euros, mientras que en las ramas SIC el porcentaje que invierte esa cuantía es menor (10.3%). El 55% de los emprendimientos en este último sector no han requerido financiamiento, siendo esta una característica que otros estudios han destacado en las empresas innovadoras (Audrestch, 1995). Adicionalmente, también son las ramas tradicionales las que más utilizan fondos provenientes del sistema financiero. El 43.9% declara financiarse mediante préstamos bancarios, mientras que el 27.5% de los emprendimientos basados en el conocimientos acceden a este financiamiento. Este resultado confirma evidencias teóricas que concluyen que es mayor el riesgo de financiar sectores innovadores por su alto índice de mortalidad empresarial. Por lo demás, ninguno de los emprendimientos ha utilizado formas alternativas como las sociedades de riesgo, mecanismos de financiamiento que son adecuados para este tipo de emprendimientos. Por otra parte, otro aspecto que diferencia a estos individuos se relaciona a la estrategia de innovación que implementan. La siguiente tabla describe las

<sup>7</sup> Siendo la diferencia estadísticamente significativa. ( $\chi^2= 23.090$  (0%) casillas con frecuencia inf. a 5; gl= 1; Sig. Asint. (bilateral)= 0.000).

respuestas por grupo y las diferencias en la percepción acerca de la importancia de diversos aspectos relacionados a la innovación.

**Tabla 26: Percepción sobre el grado de importancia de desarrollar estrategias innovadoras**

ASPECTOS	Muy importante		Medianamente importante		Poco importante		Diferencias
	Tradicional	SIC	Tradicional	SIC	Tradicional	SIC	
Ofrecer precios más bajos que competidores *	24.4%	28%	53.7%	39 %	13%	26%	SI
Ofreciendo buena calidad de los productos	86.2%	89%	6.5%	4.4%	0.8%	1.1%	NO
Ofreciendo mejores servicios al cliente	91.1%	89%	1.6%	4.4%	0.8%	1.1%	NO
Diferenciarse por diseño, imagen y marca	56.9%	49%	30.1%	40%	7.3%	5.5%	NO
Diferenciarse por localización conveniente **	43.9%	24%	38.2%	44%	10%	27%	SI
Atendiendo a nichos de mercado	24.4%	39%	38.2%	34.1%	26%	22%	NO
Ofreciendo productos atractivos y modernos	49.6%	48%	32.5%	36.3%	9.8%	11%	NO
Desarrollar productos nuevos o tecnológicos	43.9%	52%	28.5%	33%	16%	8.8%	NO
Desarrollar procesos nuevos y/o tecnológicos	35.8%	52%	35.8%	27.5%	17%	12%	NO
Grado de importancia de la innovación para la competitividad de la empresa	42.3%	42%	50.4%	51.6%	0%	1.1%	NO

Fuente: Elaboración propia en base a datos encuesta.

\* Casos válidos 214.  $\chi^2= 8.361$  (0%) con frec. inf. a 5; gl= 3; Sig. Asint. (bilateral)= 0.039

\*\* Casos válidos 214. No respuesta 0%.  $\chi^2= 15.492$  (0%) con frec. inf. a 5; gl= 3; Sig. Asint. (bilateral)= 0.02

Dentro de los aspectos considerados como parte de la estrategia empresarial, la percepción general de los(as) emprendedores(as) es que es importante realizar actividades que tiendan a mejorar el producto, la marca y la calidad de servicio. Sin embargo, hay dos características que distinguen ambos grupos y que definen estrategias de negocio diferentes. En el caso de los emprendimientos en ramas tradicionales, existen diferencias estadísticas significativas en la percepción acerca del grado de importancia de ofrecer productos a bajos precios (78.1% vs. 68.2%) y diferenciarse en la localización (82.1% vs. 68.2% respectivamente). Estas diferencias dan indicios del tipo de mercado al que se enfrentan cada uno y las estrategias para competir en los mismos. En el caso de las empresas, en sectores tradicionales, la competencia es por precios. Se enfrentan a mercados más atomizados y la competencia les obliga a incrementar la escala y diferenciarse en la localización. Una buena ubicación de la empresa próxima al mercado al que abastece facilita la aplicación de la estrategia de precios. En el caso de las empresas basadas en el conocimiento, es más importante desarrollar nichos de mercado (39.6% vs. 24.4% de los emprendimientos tradicionales lo califican como muy importante) así como desarrollar procesos avanzados tecnológicamente (52.7% vs. 42.3%). Considerar estos emprendimientos y sus estrategias de diferenciación, permite inferir que existen dentro del colectivo emprendedor de origen argentino empresas capaces de añadir valor y desde una perspectiva dinámica de generar



capacidades competitivas sostenibles en el largo plazo que tengan un impacto directo en el desarrollo local. Por ello, en la siguiente tabla, se describe el patrón de localización de las empresas por grupos de actividad a fin de observar si existen diferencias en cuanto a los factores que inciden en la localización y a las características regionales que valoran los(as) emprendedores(as).

**Tabla 27: Diferencias en la localización de las actividades intensivas en conocimiento**

Región/Sector	Tradicional	Intensivo en conocimiento	TOTAL
Andalucía	14.4%	14.4%	14.4%
Cataluña	19.5%	30%	24%
Islas Baleares	10.2%	7.8%	9.1%
Madrid	25.4%	30%	27.4%
Valencia	18.6%	8.9%	14.4%
Resto de comunidades autónomas	11.9%	8.9%	10.6%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

Válidos 214 casos. Valor  $\chi^2= 6.852$  (0%) casillas con frecuencia inf. a 5; gl= 5; Sig. Asint. (bilateral)= 0.23

No existen diferencias estadísticamente significativas en los patrones de localización de las actividades productivas, especialmente las intensivas en conocimiento. Sin embargo, analizando los resultados, se infiere que las comunidades autónomas que más iniciativas concentran son Madrid y Cataluña (30%, respectivamente). Al igual que los emprendimientos en ramas tradicionales, la instalación en las grandes ciudades responde a las ventajas de las economías de aglomeración, la amplitud de redes de clientes y proveedores y la cercanía del producto al mercado que abastecen. Este resultado coincide con los expuestos por Vence y González (2002), que destacan en su estudio que las únicas dos regiones españolas que figuran entre las 20 regiones europeas que han crecido en el desarrollo de empresas relacionadas con el conocimiento son Madrid y Cataluña. En la siguiente tabla se analiza la distribución regional de las empresas que, dentro de las ramas intensivas en conocimiento, son “servicios de alta tecnología” (SAT). Ahí se incluyen las actividades de correo y telecomunicaciones y actividades informáticas y su distribución por regiones de las empresas.

**Tabla 28: Distribución de las empresas SAT por región**

Región /Sector	Tradicional	Intensivo en conocimiento
Andalucía	0%	15.3%
Cataluña	28.57%	23.07%
Islas Baleares	28.57%	7.69%
Madrid	28.57%	30.76%
Valencia	14.28%	15.3%
Resto de comunidades autónomas	0%	7.69%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

Los datos refuerzan la idea propuesta en los estudios de localización empresarial respecto al efecto que tienen las grandes ciudades como receptoras de este tipo de empresas. Un ejemplo, es el centro de innovación 22@barcelona que constituye un sistema de innovación integrado por empresas basadas en el conocimiento, universidades, centros de formación continua y de transferencia tecnológica. Los territorios que generan spillovers de conocimiento atraen la radicación de empresas innovadoras. En el resto de las comunidades la participación de los emprendimientos basados en el conocimiento es menor (solo quedan de este grupo las actividades profesionales) y se incrementa la participación, fundamentalmente de ramas como el comercio y la restauración (36.7% en Andalucía, 42.1% en Islas Baleares, 43.3% y 31% en el resto de las comunidades). Esta participación responde a la especialización productiva de las regiones basadas en servicios tradicionales. Siendo, en comunidades de la costa mediterránea, elevado el peso de los servicios relacionados con el turismo.

### 7.5.2. Percepción del contexto de negocios en España y Argentina

El contexto de negocios, los recursos y las instituciones, inciden en la tasa de actividad empresarial (medida cuantitativa) y, también, en el tipo de emprendimientos y desempeño de los mismos (medida cualitativa). Esto último puede ser una barrera a la entrada de nuevas empresas y muchas veces una barrera a la supervivencia, siendo éste un aspecto más desfavorable que el primero.

**Tabla 29: Percepción de los(as) emprendedores(as) del contexto global Argentina- España**

Comunidad	Mucho mejor	Bastante mejor	Igual	Peor	TOTAL
Andalucía	17.9%	39.3%	42.9%	0%	100%
Cataluña	28.6%	30.6%	28.6%	12.2%	100%
Islas Baleares	63.2%	21.1%	15.8%	0%	100%
Madrid	14.3%	51.8%	30.4%	3.6%	100%
Valencia	28.6%	53.6%	14.3%	3.6%	100%
Resto de comunidades autónomas	40%	30%	30%	0%	100%
<b>Total</b>	<b>27.5%</b>	<b>40%</b>	<b>28%</b>	<b>4.5%</b>	<b>100,0%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

Válidos 206 casos. No respuesta= 3.73%.  $\chi^2= 35.931$  (20%) casillas con frecuencia inf. a 5; gl= 5; Sig. Asint. (bilateral)= 0.002

Las respuestas acerca de la consideración que realizan los(as) emprendedores(as) respecto a su nivel de vida en España comparado con Argentina, se observa que el 67.5% manifiesta haber mejorado su bienestar, el 28% que económicamente su situación no ha cambiado y sólo el 4.5% dice que empeoró, existiendo diferencias estadísticamente significativas entre comunidades autónomas. Esto indica que el contexto local incide directamente en las iniciativas emprendedoras que los(as) emprendedores(as) pueden visualizar de acuerdo a su valoración de la estructura de oportunidades que le ofrece el contexto donde se establecen. Para entender la comparación entre el contexto argentino y español, es necesario tener en cuenta la motivación que tuvieron los individuos a emigrar y la valoración que hacen del funcionamiento de las instituciones económicas como soporte a la creación de empresas.

**Tabla 30: Percepción del bienestar actual de acuerdo a las motivaciones para emigrar**

VARIABLE	Mucho mejor	Bastante mejor	Igual	Peor	TOTAL
Cambio en el destino laboral	23.8%	42.9%	28.6%	4.8%	100%
Falta de empleo*	50%	44.4%	5.6%	0%	100%
Razones formativas y educativas	19.2%	38.5%	34.6%	7.7%	100%
Mejorar la calidad de vida**	35.6%	38.6%	22.7%	3%	100%
Razones familiares	20%	46.7%	30%	3.3%	100%
Detectar oportunidades de negocio	12%	40%	44%	4%	100%
Nuevas experiencias y viajes	18.2%	54.5%	18.2%	9.1%	100%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

\* Casos válidos 206. No respuesta= 3.7%  $\chi^2= 7.797$  (20%) con frec. inf. a 5; gl= 3; Sig. Asint. (bilateral)= 0.05

\*\* Casos válidos 206. No respuesta 3.7%.  $\chi^2= 12.123$  (0%) con frec. inf. a 5; gl= 3; Sig. Asint. (bilateral)= 0.007

Aquellos(as) emprendedores(as) que partieron de condiciones desfavorables, como son el desempleo o la sensación de inseguridad y malas condiciones de vida en Argentina, tienen una

tendencia mayor a valorar su mejora luego de la emigración (94.4% y el 74.2%, respectivamente). En cambio, los que fueron motivados a emigrar por factores de desplazamiento positivos (como cambio laboral, razones formativas, etc.) tienen una visión más conservadora respecto a la mejora del contexto. Otro aspecto que presenta diferencias estadísticamente significativas entre los que consideran que mejoraron su bienestar y los que no es el desempeño que han tenido con el emprendimiento.

**Tabla 31: Percepción del bienestar actual de acuerdo al desempeño del emprendimiento**

VARIABLE	Mucho mejor	Bastante mejor	Igual	Peor	TOTAL
Continúan con el emprendimiento	29.3%	35.6%	29.9%	5.2%	100%
Abandonaron el emprendimiento	21.9%	62.5%	15.6%	0%	100%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

\* Casos válidos 206. No respuesta= 3.7%  $\chi^2= 7.797$  (20%) con frec. inf. a 5; gl= 3; Sig. Asint. (bilateral)= 0.05

\*\* Casos válidos 206. No respuesta 3.7%.  $\chi^2= 12.123$  (0%) con frec. inf. a 5; gl= 3; Sig.Asint. (bilateral)= 0.007

En principio, los resultados establecen una relación entre la percepción respecto a la situación de bienestar en España y el fracaso empresarial que no es el esperado. Los que fracasaron en la implementación de su negocio tienen una visión más positiva en cuanto a la mejora en sus condiciones de vida. Para entender esta relación se observó si existe asociación entre el desempeño de la empresa y las motivaciones para emigrar. Se verificó que de los casos que declararon emigrar por falta de empleo en Argentina, el 31.6% abandonaron la actividad, seguido por aquellos que llegaron a España por mejorar sus condiciones de vida (18.2%). Si el punto de partida es desfavorable, el impacto negativo del fracaso es menor, por lo que la valoración del contexto mejora. Los individuos perciben que a pesar de no poder continuar con su negocio el contexto ofrece alternativas (seguro de desempleo, asistencia social, empleo en relación de dependencia) que lo hacen más atractivo que el país de origen.

Este resultado nos permite reflexionar en torno a dos ideas. La primera, es que las motivaciones negativas que llevan a emigrar incrementan la posibilidad de que dichos individuos emprendan sin tener las habilidades y capacidades necesarias para lograr un buen desempeño empresarial (emprendedores(as) por necesidad), siendo el impacto de dicha actividad negativo para el desarrollo regional al no lograr sobrevivir. La segunda, es que aquellos que buscan la oportunidad (motivados por factores de desplazamiento positivos) no valoran el contexto español de la misma forma. La explicación, al igual que en la situación anterior, podría vincularse a que dadas las condiciones favorables de partida estos individuos no aprecian tan

positivamente su mejora respecto a su situación en Argentina. Cabría discutir, entonces, si España presenta un contexto institucional desarrollado que sea capaz de atraer emprendedores(as) por oportunidad como ocurre con otras economías desarrolladas. Y más aún, si los(as) emprendedores(as) inmigrantes que se radican en España lo hacen por su oferta de oportunidades o por factores de asimilación cultural. Es decir, en qué medida España podría atraer inmigración capaz de aprovechar buenas oportunidades económicas si no existieran condiciones culturalmente afines con el colectivo que migra. En definitiva, los(as) emprendedores(as): ¿eligen España por sus condiciones institucionales o sus bajas barreras culturales? La siguiente Tabla analiza de forma comparada la percepción de los inmigrantes sobre el grado de solidez y estabilidad de la economía regional donde reside.

**Tabla 32: Percepción sobre solidez y estabilidad de la comunidad española en donde reside**

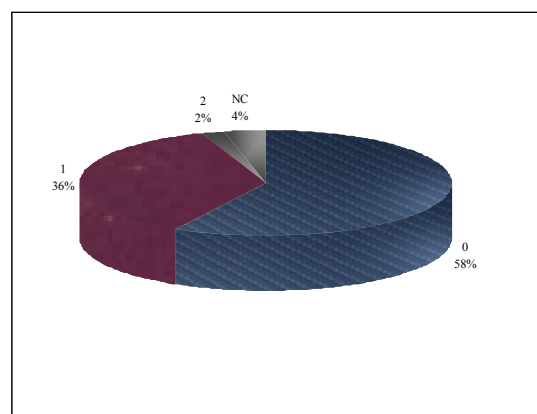
Comunidad	Andalucía	Aragón	Cataluña	Galicia	Islas Baleares	Islas Canarias	Madrid	Murcia	País Vasco	Valencia	TOTAL
SI	23%	25%	52%	44%	53%	0%	40%	33%	0%	17%	38%
No	27%	0%	6%	0%	5%	50%	7%	0%	0%	20%	12%
+ o -	43%	50%	40%	44%	42%	50%	51%	67%	100%	57%	47%
NC	7%	25%	2%	11%	0%	0%	2%	0%	0%	7%	4%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

La mayoría de los(as) emprendedores(as) describen a la economía de la región española donde residen como regular (47%). Sin embargo, el 38% cree que sí es sólida y estable y sólo el 12% califica la situación como negativa. Teniendo en cuenta que la valoración fue tomada a comienzos del año 2009, en pleno auge de la crisis financiera mundial, con una caída importante en el nivel de actividad económica, la percepción es bastante favorable. Además, existen otros indicadores institucionales que también permiten medir la solidez y estabilidad. Un ejemplo de los mismos es el acceso al financiamiento y a las ayudas formales e informales. La Tabla siguiente representa el porcentaje de fuentes de financiamiento formales que utilizaron los(as) emprendedores(as).

**Tabla 33 y Figura 59: Utilización de fuentes de financiamiento formales.**

Cantidad de fuentes formales			
	N	%	% acumulado
0	124	57.9%	57.9
1	78	36.4%	94.4
2	4	1.9%	96.3
NC	8	3.7%	100
<b>Total</b>	<b>214</b>	<b>100%</b>	

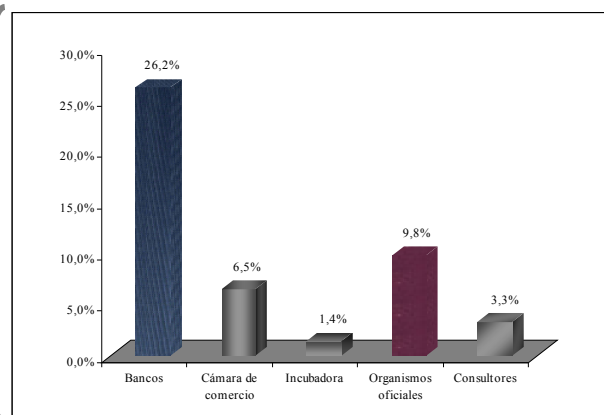


Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Encuesta.

El 38.3% declara haber solicitado créditos bancarios para el inicio de la empresa. Este porcentaje es elevado, teniendo en cuenta que, generalmente, los inmigrantes tienen menos acceso a estas instituciones a su llegada. Por lo demás, si son ciudadanos comunitarios, puede facilitar el otorgamiento de préstamos bancarios. Por un lado, hay buena disponibilidad de recursos financieros para iniciar la empresa, siendo este un punto favorable que refuerza la sensación de solidez y estabilidad. Por otro lado, este resultado se complementa con la baja percepción que tienen los(as) empresarios(as) de que puedan fracasar en su emprendimiento por restricciones de financiamiento. No sólo es importante el funcionamiento de las instituciones de soporte en el acceso a recursos monetarios para crear la empresa. También es importante la capacidad que tienen para colaborar con otros recursos como información y asesoramiento. La Tabla siguiente presenta las fuentes de información que los(as) emprendedores(as) utilizaron al momento de planificar la idea de negocio.

**Tabla 34 y Figura 60: Colaboradores de recursos o información.**

Fuente de ayuda	N	%
Amigos	48	22.4%
Colegas	18	8.4%
Bancos	56	26.2%
Cámara de comercio	14	6.5%
Incubadora	3	1.4%
Organismos oficiales	21	9.8%
Consultores	7	3.3%
Futuros clientes	19	8.9%
Ninguno	4	1.9%
NC	24	11.2%
<b>TOTAL</b>	<b>214</b>	<b>100%</b>



Fuente: Elaboración propia en base a datos de la Encuesta.

Las instituciones financieras no sólo aportan recursos monetarios sino que, además, participan en el asesoramiento y provisión de la información. El 26.2% de los(as) emprendedores(as) declaran haber recibido ayuda de bancos. En cuanto a otras instituciones, las que más se destacan son los organismos oficiales como la Embajada y Consulados (9.8%), más valoradas que el aporte de Cámaras de Comercio (6.5%), instituciones de promoción empresarial y consultores (1.4%, 3.3%). Asimismo, se observan diferencias regionales en cuanto a la apreciación que tienen los(as) empresarios(as) del entorno local, como muestra la tabla.

**Tabla 35: Percepción de la existencia de cultura empresarial en la comunidad donde viven.**

Grado de apoyo	Andalucía	Cataluña	I.Baleares	Madrid	Valencia	Resto Com.	Total
<b>Aquellos empresarios exitosos llaman la atención y son admirados</b>							
Apoyo total	33%	28%	36.8%	19.3%	16.7%	31.8%	26%
Bastante apoyo	26.7%	30%	26.3%	31.6%	16.7%	27.3%	27.4%
Indiferente	16.7%	28%	26.3%	31.6%	30%	27.3%	27.4%
Poco apoyo	10%	4%	0%	5.3%	10%	0%	5.3%
Nada de apoyo	3.3%	0%	0%	5.3%	6.7%	0%	2.9%
<b>La gente joven es estimulada a ser independiente y comenzar su propia empresa</b>							
Apoyo total	16.7%	2%	15.8%	12.3%	23.3%	0%	11.1%
Bastante apoyo	10%	32%	21.1%	17.5%	20%	22.7%	21.2%
Indiferente	20%	14%	10.5%	17.5%	6.7%	18.2%	14.9%
Poco apoyo	16.5%	20%	15.8%	19.3%	20%	31.8%	20.2%
Nada de apoyo	30%	24%	15.8%	29.8%	20%	18.2%	24.5%
<b>Los medios de comunicación local hacen un buen trabajo de cobertura de noticias sobre empresas</b>							
Apoyo total	3.3%	4%	5.3%	5.3%	10%	4.5%	5.3%
Bastante apoyo	13.3%	24%	10.5%	17.5%	10%	27.3%	17.8%
Indiferente	20%	14%	31.6%	24.6%	13.3%	18.2%	19.7%
Poco apoyo	20%	28%	15.8%	15.8%	30%	13.6%	21.2%
Nada de apoyo	33.3%	16%	5.3%	28.1%	13.3%	22.7%	21.2%
<b>Muchos líderes en esta comunidad son gente que poseen su propia empresa</b>							
Apoyo total	26.7%	20%	15.8%	15.8%	26.7%	31.8%	21.6%
Bastante apoyo	16.7%	22%	36.8%	24.6%	20%	13.6%	22.1%
Indiferente	3.3%	10%	15.8%	17.5%	20%	27.3%	14.9%
Poco apoyo	6.7%	10%	0%	5.3%	0%	0%	4.8%
Nada de apoyo	10%	2%	5.3%	5.3%	3.3%	0%	4.3%
<b>La provincia y el gobierno local proveen de un buen apoyo para aquellos que inician una nueva empresa</b>							
Apoyo total	20%	6%	15.8%	8.8%	3.3%	9.1%	9.6%
Bastante apoyo	13.3%	36%	10.5%	28.1%	30%	27.3%	26.4%
Indiferente	6.7%	10%	21.1%	15.8%	20%	18.2%	14.4%
Poco apoyo	20%	18%	10.5%	24.6%	23.3%	13.6%	19.7%
Nada de apoyo	30%	22%	26.3%	12.3%	16.7%	18.2%	19.7%
<b>Otros grupos comunitarios dan un buen soporte a aquellos que comienzan una nueva empresa</b>							
Apoyo total	10%	8%	10.5%	5.3%	13.3%	4.5%	8.2%
Bastante apoyo	16.7%	16%	5.3%	22.8%	16.7%	13.6%	16.8%
Indiferente	13.3%	16%	31.6%	21.1%	30%	27.3%	21.6%
Poco apoyo	20%	18%	15.8%	21.1%	16.7%	18.2%	18.8%
Nada de apoyo	20%	12%	5.3%	8.8%	6.7%	9.1%	10.6%
<b>Es fácil encontrar un profesional o alguien capacitado que me asesore para poder armar mi negocio</b>							
Apoyo total	10.7%	10.2%	11.1%	10.9%	14.3%	15%	11.6%
Bastante apoyo	21.4%	28.6%	27.8%	20%	21.4%	25%	23.7%
Indiferente	7.1%	18.4%	22.2%	18.2%	17.9%	25%	17.7%
Poco apoyo	35.7%	20.4%	11.1%	18.2%	17.9%	15%	20.2%
Nada de apoyo	21.4%	18.4%	27.8%	25.5%	25%	20%	22.7%

Fuente: Elaboración propia según datos de la encuesta.

Las Comunidades que presentan calificaciones más desfavorables son Andalucía, las Islas Canarias y Valencia. Estos datos coinciden con los analizados por el GEM (2008) para el comportamiento de la tasa emprendedora regional. Según el informe, Canarias reduce la tasa de actividad emprendedora, debido, en parte, a un menor ingreso de inmigrantes entre el 2007 y 2008. Y para el caso de Valencia y Cataluña considera que en estas regiones impactó anticipadamente la crisis por la alta participación de ramas tradicionales como la construcción y la industria textil que se vieron particularmente afectadas. El informe destaca que la Comunidad Valenciana se distancia de las tres regiones punteras (Madrid, Cataluña y Andalucía) siendo un aspecto negativo que muestra que esta región ha sido una de las más perjudicadas por la crisis económica. Por ello, la cultura empresarial de una región puede marcar la tendencia a largo plazo, minimizando los efectos coyunturales.

En cuanto a la valoración de la empresariedad como opción de carrera socialmente deseable y a la existencia de instituciones de soporte a la creación de empresas, existen diferencias regionales. Donde se observan diferencias en cuanto al peso de los factores culturales e institucionales es en Andalucía. En este caso, se visualiza claramente que las actividades empresariales son socialmente valoradas. El 59.7% de los(as) emprendedores(as) considera que los(as) empresarios(as) son admirados, que los jóvenes son estimulados a ser independientes (26.7%) y que muchos líderes de la comunidad tienen su propia empresa (43.4%). Pero, en los aspectos institucionales la valoración es mucho menor. El 50% declaran que el gobierno brinda poco o nada de apoyo, que no hay grupos comunitarios que den buen soporte (40%), que los medios de comunicación no realizan una buena difusión de la actividad empresarial (53.3%) y que es difícil encontrar profesionales para el asesoramiento (57.1%). La misma situación se da en Islas Baleares y Valencia, donde la apreciación por las actividades en cuenta propia es aún mayor, en promedio el 50% destaca el reconocimiento social que tienen los(as) emprendedores(as) en ambas regiones. Para el caso de Cataluña y Madrid, mejoran los indicadores del entorno institucional respecto al resto de las regiones, si bien no alcanzan el máximo de valoración. Esto da indicios que son regiones que han logrado implementar mejores mecanismos institucionales de apoyo a los(as) emprendedores(as), factor que puede explicar gran parte del liderazgo de estas comunidades en la tasa de actividad emprendedora nacional y que estén entre las 20 regiones más innovadoras de la Comunidad Europea.

Esta percepción del contexto de negocios español nos da indicios de las características del entorno en el que se desarrollan los(as) emprendedores(as) argentinos(as) pero poco dice de los fallos que estos individuos evalúan en el país de origen y que motivan que implementen sus



proyectos empresariales fuera de Argentina. Para evaluar estas deficiencias y descubrir las potencialidades de Argentina para retener esas capacidades empresariales, es necesario tener en cuenta las diferencias en la trayectoria socioprofesional de los(as) emprendedores(as) que salieron del país ya que la valoración comparativa de la situación de contexto depende directamente de la experiencia previa y el aprendizaje acumulado que cada uno de ellos ha desarrollado.

## **7.6. Trayectoria de los(as) emprendedores(as) argentinos(as) previo a la llegada**

Los aspectos culturales, los hábitos, la formación y la trayectoria de vida condicionan las acciones que los individuos desarrollan para adaptarse y establecerse en el lugar de destino. A nivel económico, la trayectoria laboral explica en gran medida los mecanismos de inserción laboral, sus estrategias para aumentar su bienestar y sus criterios de elección de la alternativa más rentable para lograrlo. A continuación, se analiza, en primer lugar, la situación de los(as) emprendedores(as) con trayectoria laboral por cuenta propia, indagando en las diferencias de contexto de negocio que perciben los individuos que iniciaron empresas en ambos contextos. En segundo lugar, se describe el caso de los que no fueron empresarios(as) anteriormente, focalizando en los que trabajaban por cuenta ajena en Argentina, a fin de conocer si son *spin-off* de empresas argentinas en el exterior.

### **7.6.1. Los(as) emprendedores(as) que eran empresarios(as) en Argentina antes de emigrar**

Analizar la situación de los(as) emprendedores(as) que ejercían actividades empresariales en Argentina permite medir la importancia de la experiencia empresarial para adaptarse a un contexto de negocio distinto al que obtuvo dicha experiencia y, además, permite evaluar el entorno de negocios desde la óptica de aquel que desarrolló actividades empresariales en ambos países. En esta investigación, el 35.57% de los individuos eran empresarios(as) antes de emigrar. El siguiente cuadro presenta los datos obtenidos en relación a las razones de abandono de la empresa en Argentina.

**Tabla 36: Razones que le hicieron que abandone su emprendimiento en Argentina**

RAZONES	N	%
Problemas para acceder al mercado y los clientes	12	7.89%
Problemas con los proveedores y abastecimiento	6	3.95%
Falta de recursos financieros	22	14.47%
Problemas con empleados de la empresa	1	0.66%
Falta de disponibilidad de recursos físicos, humanos, etc.	1	0.66%
Oportunidad de negocio más rentable fuera de Argentina	14	9.21%
Necesidad personal de cambio de vida fuera de Argentina	29	19.08%
Incertidumbre respecto al futuro económico del país	38	25.00%
Alto grado de inseguridad jurídica y de cumplimiento de los contratos	27	17.76%
También sigue con su empresa en Argentina	2	1.32%
<b>TOTAL</b>	<b>152</b>	<b>100%</b>

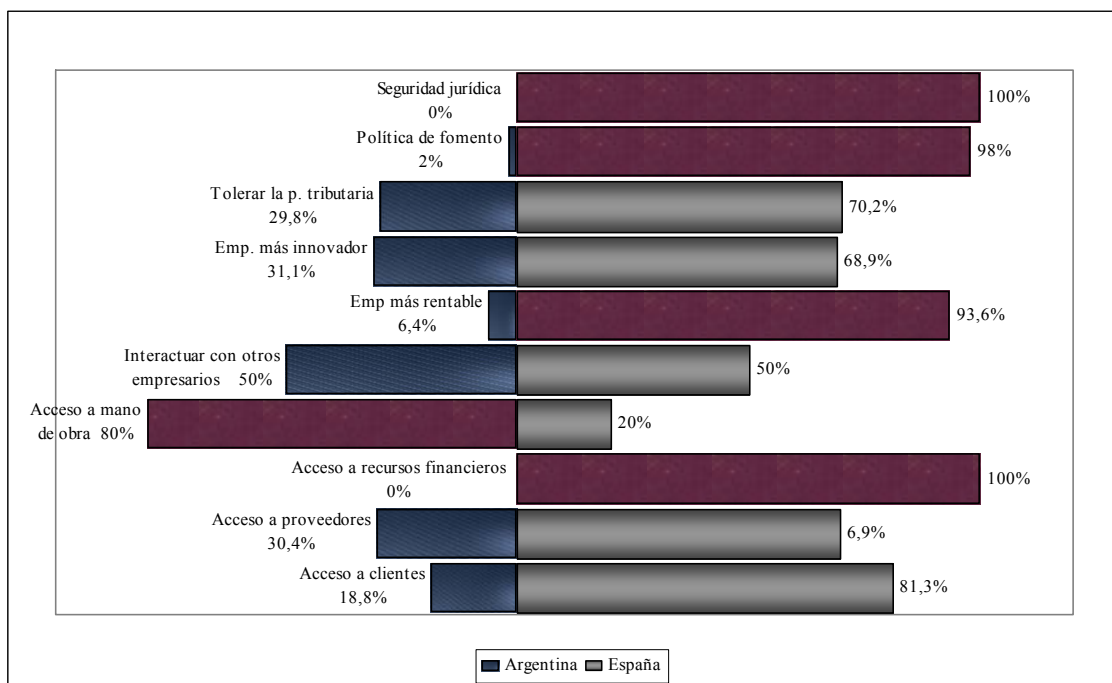
Fuente: Elaboración propia según datos primarios de la encuesta.

El principal determinante del cierre de estas empresas en Argentina estuvo relacionado con fallas en el sistema institucional. El 76.31% de los encuestados declara que aspectos del entorno y las restricciones para el crecimiento son las causas más importantes del abandono de la actividad. La limitación en los recursos financieros (14.4%), el grado de incertidumbre económico a nivel país (25%), la necesidad personal de cambiar de entorno (19.08%) y el alto grado de inseguridad jurídica en la firma y cumplimiento de los contratos (17.76) son condicionamientos al desarrollo exitoso de iniciativas empresariales. Un aspecto favorable para evaluar las condiciones de contexto en Argentina, es que los(as) emprendedores(as) desestiman razones relacionadas a la disponibilidad de recursos para llevar adelante la empresa, destacándose especialmente la buena valoración de los recursos humanos (0.66%). Este mismo resultado se refleja en la comparación de contextos para el desarrollo de negocios. Para ello se interrogó acerca de las potencialidades que comparativamente ven en España y Argentina para potenciar diferentes aspectos del negocio.

Para comparar el contexto, se preguntó a los(as) emprendedores(as) dónde consideran que se dan las condiciones más favorables para desarrollar un emprendimiento, teniendo en cuenta distintos aspectos macro, meso y microeconómicos. Desde el enfoque macroeconómico, el 100% de los encuestados destaca que es mayor la seguridad jurídica y el acceso a los recursos financieros. El 98.6% que existen mejores políticas de fomento a la creación de empresas. A nivel meso económico, el 93.6% considera que España facilita el desarrollo de emprendimientos más rentables. Por un lado, debido a una reducción de costes, especialmente fiscales (70% declara tolerar mejor en España la presión tributaria) y, por otro lado, la posibilidad de desarrollar emprendimientos más innovadores (68.9%) y tener mejor acceso a clientes y

proveedores (81.3% y 69.6% respectivamente). Estas dos características favorecen la diferenciación y la creación de productos y servicios de alto valor añadido.

**Figura 61: Percepción de las potencialidades de Argentina y España para iniciar empresas**



Fuente: Elaboración propia según datos de la Encuesta.

El 80% de los(as) emprendedores(as) reconocen que es mejor para el acceso a mano de obra calificada y para la interrelación con otros(as) empresarios(as) (50%) el contexto argentino. La existencia de una base de recursos básicos para fomentar la innovación y el desarrollo de actividades de alto valor añadido es un aspecto positivo. Una mejora a nivel institucional, que sirva de soporte para fomentar la creación de negocios, y unas políticas macroeconómicas sólidas que garanticen la estabilidad y el cumplimiento de los contratos son la clave para que esta pérdida de capacidades empresariales puedan ser aprovechada en Argentina y sean un pilar para el despegue de la economía y la mejora conjunta de su bienestar. Un indicador que complementa la visión del entorno por parte de estos(as) empresarios(as) es la motivación a salir del país y el 65.2% declara que quiere mejorar la calidad de vida, seguido por la búsqueda de oportunidad de negocios fuera del país (19.1%). Porcentajes mucho más elevados que los que se relaciona con motivaciones familiares o laborales.

Dentro del grupo de emprendedores(as) que eran empresarios(as) en Argentina, existe un alto porcentaje de emprendedores(as) con experiencia empresarial previa que superan los 50 años

(31.8%). Por otra parte, en comparación con el nivel educativo promedio, estos emprendedores(as) poseen un nivel educativo inferior a los observados en otras categorías ocupacionales. En el rango de educación primaria y secundaria incompleta, el 55% pertenecen a este grupo. Consecuentemente, el tipo de negocio que establecen suele ser en sectores tradicionales (restauración y hostelería, 24.2%; comercio por menor, 13.6%, y comercio por mayor 13.6%). Si bien el 62.5% de las iniciativas son en este sector, donde es mayor el nivel de competencia y menor la posibilidad de potenciar el crecimiento, el desempeño de las mismas es muy bueno. El 87.9% de estas empresas continúan en funcionamiento. Esto indica que la experiencia empresarial puede compensar en parte el menor nivel de educación formal. Asimismo, los que eran empresarios(as) en Argentina constituyen el colectivo argentino emprendedor que más han invertido en el proyecto empresarial. Entre los que tienen trayectoria empresarial se dan casos que declaran haber realizado inversiones superiores a los 100.000 euros, no observado en el resto de los(as) emprendedoras(as) de la muestra. De la misma forma, es el grupo que más financiamiento han requerido. Sólo el 26.3% no invirtió dinero para el comienzo del negocio, mientras que en el resto de los(as) emprendedores(as), sin trayectoria empresarial, la creación de la empresa sin aporte monetario inicial es, en promedio, del 45% (siendo el más elevado entre los(as) empresarios(as) que eran empleados(as) en instituciones públicas en Argentina).

En suma, existen pérdidas de capacidades empresariales desde Argentina que se manifiestan en dos dimensiones. Una intangible, que es la experiencia empresarial, cuyo resultado visible es el desempeño de las empresas y la baja tasa de fracasos. Y otra tangible, medida en términos de activos físicos y monetarios, que se refleja en la pérdida de inversiones e ingresos que estos agentes generan en el exterior. Dentro de la dimensión intangible consideramos la capacidad y el aprendizaje acumulado en la gestión de un negocio, cualesquiera que sean las características del mismo. Pero, además del aprendizaje en la gestión empresarial, en muchos casos, debe añadirse el conocimiento de la actividad, que denominamos “la gestión productiva” (conocer el producto que ofrecen y su cadena de valor). Es decir, si la trayectoria previa se ha desarrollado en el mismo sector donde en la actualidad crea su empresa, el(la) emprendedor(a) puede mejorar aún más su desempeño. En esta investigación, los(as) emprendedores(as) que crearon empresas en el mismo sector que en Argentina tienen un 10% de tasa de abandono, mientras que entre los que crearon en otro sector es del 15.39%. La tabla siguiente muestra la distribución de los emprendimientos de acuerdo a la trayectoria previa en la misma rama de actividad o no.

**Tabla 37: Emprendimientos iniciados en la misma rama que la abandonada en Argentina**

Relación de la actividad que desarrollaba en Argentina con la actual	N	%
En la misma actividad que desarrollaba en Argentina	20	27%
En otra rama de actividad distinta a la que desarrollaba en Argentina	25	33.8%
En una actividad complementaria a la que desarrollaba en Argentina	4	5.4%
No responde	25	33.8%
Total	74	100%
No es pertinente a los individuos	140	
<b>TOTAL</b>	<b>214</b>	

Fuente: Elaboración propia según datos de la encuesta.

Los datos muestran que el 27% de los(as) emprendedores(as) inician sus empresas en la misma rama y el 5.4% en ramas complementarias. Una posible explicación de la baja relación entre el emprendimiento abandonado en Argentina y el creado en España sea la diferencia de contexto. La especialización productiva de las economías, las preferencias de la demanda, el stock de los recursos productivos, por ejemplo, pueden limitar la explotación de la experiencia productiva.

### 7.6.2. Emprendedores(as) en España que eran empleados(as) en Argentina

Así como la emigración de empresarios(as) es un costo importante para la economía Argentina, también lo es la salida de fuerza de trabajo, especialmente la cualificada. Esta pérdida es elevada si se observa, en la trayectoria de estos(as) empleados(as), su capacidad de aprovechar oportunidades fuera. De los(as) emprendedores(as) de la muestra, el 48.6% eran empleados(as) en Argentina. El 90.4% eran empleados(as) en empresas privadas y el 9.6% en públicas. En ambos casos, podemos definirlos como intraemprendedores(as) en Argentina, individuos que tuvieron vocación emprendedora dentro de las organizaciones y actualmente crean su negocio en el exterior. La siguiente tabla presenta el porcentaje de individuos que inician en la misma rama donde habían trabajado por cuenta ajena.

**Tabla 38: Emprendimientos iniciados en la misma rama de actividad que en Argentina**

Relación	N	%	% válido	% acumulado
Si	36	16.8%	25.7%	25.7%
No	72	33.6%	51.4%	77.1%
Nunca trabajó en Argentina	11	5.1%	7.9%	85.0%
No responde	21	9.8%	15.0%	100%
Total	140	65.4%	100%	
No es pertinente a los individuos	74	34.6%		
<b>TOTAL</b>	<b>214</b>	<b>100,0%</b>		

Fuente: Elaboración propia según datos de la encuesta.

El 51.4% no había trabajado en el mismo sector de actividad y el 7.9% nunca trabajó en Argentina. Su experiencia laboral la realizó en España. La siguiente tabla muestra la relación entre el empleo previo en la misma rama de actividad o no y el tipo de emprendimiento que inician en España.

**Tabla 39: Emprendedores(as) empleados(as) en empresas del mismo sector y los que no**

VARIABLE	Misma actividad	En distinta actividad
Ramas intensivas en conocimiento	65.2%	64.3%
Ramas no intensivas en conocimiento	34.8%	35.7%
<b>TOTAL</b>	<b>29.1%</b>	<b>70.9%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

\* Casos válidos 79. No respuesta= 15%  $\chi^2= 5.751$  (0%) con frec. inf. a 5; gl= 1; Sig. Asint. (bilateral)= 0.016

Aquellos(as) emprendedores(as) que crean la empresa en la rama donde estuvieron empleados(as) en Argentina, tienen un mayor porcentaje de empresas en ramas relacionadas al conocimiento (65.2%, valor estadísticamente significativo). Mientras que aquellos que inician en sectores distintos, tienden a hacerlo en ramas tradicionales. Estos datos confirman que existe *spin off* tecnológico generado en Argentina para el exterior, especialmente en los(as) empleados(as) de empresas argentinas privadas.. Esta relación no se da en el caso de los(as) empleados(as) en empresas públicas (4.7%). Otro dato relevante en relación a los(as) emprendedores(as) que provienen del empleo público es su peor desempeño empresarial en relación a los de origen privado. El 40% de éstos han abandonado su negocio. Es de esperar que el empleo público sea más rutinario, estable y con poco incentivo al desarrollo de la creatividad. Siendo la creatividad, espíritu de riesgo y la tolerancia a la incertidumbre cualidades altamente asociadas al éxito empresarial.

Si bien entre los(as) emprendedores(as) los casos de mayor peso y relevancia, según la categoría ocupacional previa a la emigración, son los(as) empresarios(as) y empleados(as) de empresas privadas, haremos una breve referencia a los inactivos y desempleados(as). En el grupo de inactivos, el 96.5% eran estudiantes o nunca habían trabajado en Argentina por su edad. Sólo el 3.5% ya estaban retirados del mercado laboral. A largo plazo, este aspecto es beneficioso para la economía receptora porque las motivaciones para emigrar de estos estudiantes se asoció con la reagrupación familiar (34.5%) y la formación (20.7%). El 65.5% posee educación universitaria o de posgrado. A pesar de ello, no se observa una mayor participación de este grupo en ramas basadas en el conocimiento (51.7%) y el 48.3% en sectores tradicionales.

Por último, mencionamos un aspecto que genera un nuevo interrogante, el caso de los que eran desempleados(as). Si bien son pocos los casos observados en la muestra, dentro de este grupo, deberíamos indagar en profundidad acerca de sus potencialidades ya que como primer indicador positivo se destaca un buen desempeño empresarial ( 85.7% continúan), llevando entre 4 y 11 años en funcionamiento. El único caso que abandonó, fue creado en el 2009 en plena crisis económica. El impacto de la pérdida debería indagarse porque si bien para Argentina la emigración a corto plazo de los(as) desempleados(as) puede ser una solución a los desequilibrios en el mercado de trabajo, en el medio y largo plazo puede implicar un coste similar al de los otros casos analizados.

### 7.6.3. Diferencias entre emprendedores(as) con y sin experiencia empresarial previa

En cuanto a las características personales de los(as) que, en su trayectoria pasada, eran empresarios(as) y los(as) que se empleaban por cuenta ajena, se han encontrado diferencias estadísticas en dos variables: la edad del emprendedor(as) y la tenencia de hijos.

**Tabla 40: Diferencias entre emprendedores(as) según características demográficas relevantes**

EDAD *	(Empresarios en Arg.)	(Empleados en Arg.)	TOTAL
Entre 18 y 25 años	6.1%	2.9%	4.1%
Entre 26 y 33 años	10.6%	28.8%	21.8%
Entre 34 y 41 años	25.8%	45.2%	37.6%
Entre 42 y 49 años	25.8%	10.6%	16.5%
Entre 50 y 57 años	12.1%	11.5%	11,8%
Más de 57 años	19.7%	1.0%	8.2%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
HIJOS **	(Empresarios en Arg.)	(Empleados en Arg.)	TOTAL
Sí	71.9%	51.5%	59.3%
No	28.1%	48.5%	40.7%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta. \* Casos válidos 169.  $\chi^2 = 34.083$  (16.7%) con frec. inf. a 5; gl= 5; Sig. Asint. (bilateral)= 0.000 \*\* Casos válidos 169.  $\chi^2 = 6.818$  (0%) con frec. inf. a 5; gl= 1; Sig. Asint. (bil)= 0.009

Tanto la edad como la tenencia de hijos son aspectos a tener presentes en el análisis del impacto de la inmigración a medio y largo plazo. En el caso de la edad, los(as) emprendedores(as) tienen, en promedio, mayores edades que los intraemprendedores(as). Sin embargo, si bien dentro de estos últimos, la población es más joven, los(as) empresarios(as) compensan la mayor edad, en muchos casos cerca del retiro, con la descendencia. El 71.9% de los(as) empresarios(as) tienen hijos. Siendo conocida la relación que existe entre la trayectoria familiar

y la creación de empresas, a pesar de que la trayectoria laboral futura de los(as) emprendedores(as) sea más corta, su influencia en las generaciones siguientes fortalecerá el potencial emprendedor. Igualmente, se detectan diferencias estadísticas entre la motivación a emigrar y la categoría ocupacional previa, como muestra la siguiente tabla.

**Tabla 41: Diferencias en las motivaciones que derivaron en la decisión de emigrar a España**

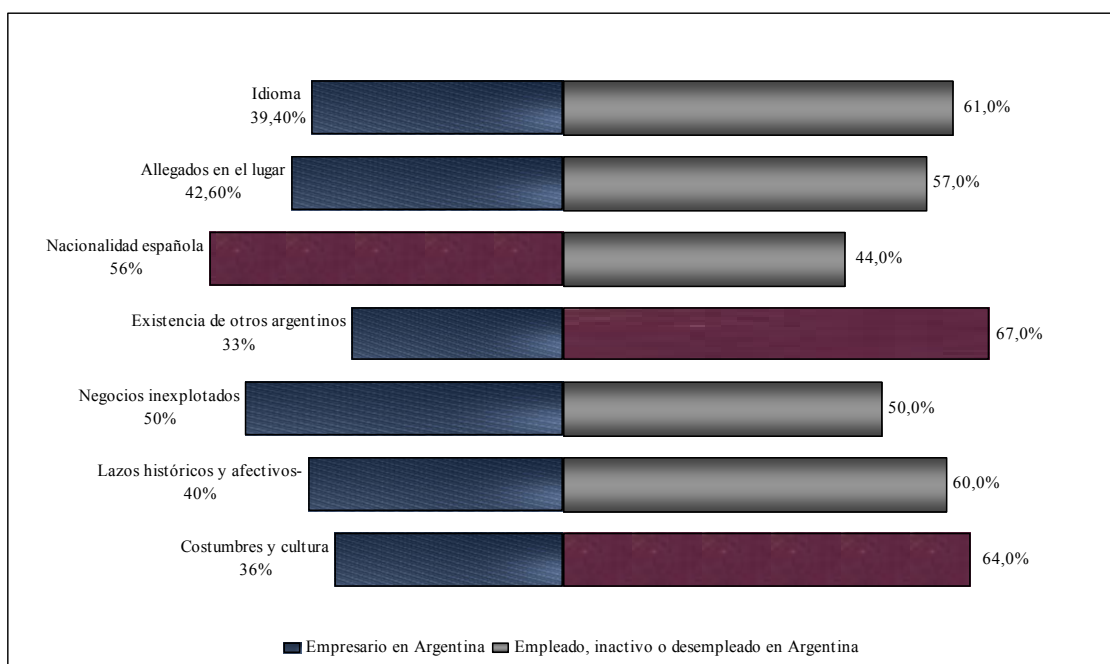
Razones para emigrar	Empresarios en Arg.	Empleado en Arg.	TOTAL
Cambio de destino laboral *	3.0%	16.3%	11.2%
Falta de empleo *	16.7%	5.8%	10.0%
Razones formativas *	3.0%	17.3%	11.8%
Mejora de la calidad de vida	65.2%	60.6%	62.4%
Razones familiares (reagrupación familiar)	13.6%	9.6%	11.2%
Detectar afuera una oportunidad de negocio	19.7%	8.7%	12.9%
Vivir nuevas experiencias, vacaciones, viajes	3.0%	8.7%	6.5%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

Ambos grupos destacan entre las razones, la mejora en la calidad de vida, aunque, relacionados a motivaciones laborales, se han observado diferencias estadísticas. En el caso de los(as) empleados(as) en Argentina, se destaca el aprovechamiento de oportunidades laborales ya sea a nivel de formación (17.3%) o de cambio de destino laboral (16.3%). En cambio, en lo que refiere a factores de desplazamiento negativos, como el desempleo, es mayor en los que eran empresarios(as) (16.7%) respecto a los que eran empleados(as) anteriormente (5.8%). Una mejora en el entorno institucional y socioeconómico es clave para retener estas capacidades, pero además, se deben concentrar esfuerzos en atraer a aquellas personas que emigraron para aprovechar las oportunidades en el exterior, ya sean formativas o trabajos de alta cualificación, para que pueda darse el efecto inverso, es decir, que pueda volcar la experiencia obtenida en el exterior en Argentina. En nuestro trabajo, se analizó la posibilidad de retorno de los(as) argentinos(as) que se radicaron en España por razones laborales y profesionales y del resto de emprendedores(as) de la muestra. En aspectos como el año de arribo, el envío de remesas al país o el nivel de inversiones en España, no hay patrones diferenciales entre los(as) emprendedores(as) y los(as) intraemprendedores(as). Sin embargo, estos grupos se diferencian en la valoración que hacen del contexto social y económico como generador de oportunidades.

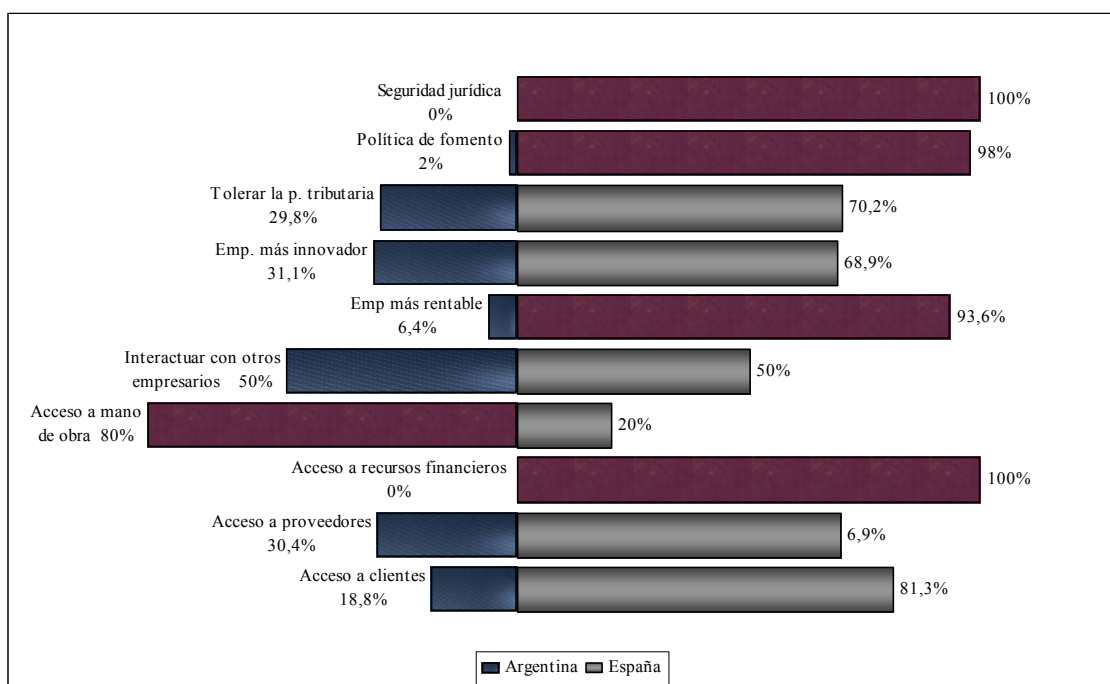


**Figura 62: Valoración de los aspectos personales en la decisión de emigrar a España.**



Fuente: Elaboración propia según datos de la encuesta.

Entre los factores individuales, la mayor diferencia es la importancia de las redes. Mientras que los(as) empresarios(as), que anteriormente eran empleados(as), aprecian la existencia de allegados(as) argentinos(as) en el lugar, los que eran empresarios(as) valoran más las buenas condiciones para el funcionamiento del negocio que a la presencia de allegados en el lugar. Por ejemplo, le otorgan más importancia a poseer la nacionalidad española, que puede permitir acceder a mejores recursos por su situación legal (créditos). De la misma forma, existe una visión más positiva del grado de aceptación de los españoles a la inmigración argentina entre los que antiguamente trabajaban por cuenta ajena.

**Figura 63: Valoración de la aceptación de la sociedad española a la inmigración.**

Fuente: Elaboración propia según datos de la encuesta.

De hecho, éstos trabajadores consideran que existe una mayor apertura de la sociedad española a la recepción de inmigración y, especialmente en el caso argentino, destacan la importancia de los lazos históricos y culturales entre ambos países. En el caso de los que eran empresarios(as) en Argentina, la valoración del lugar de acogida tiene en cuenta características más económicas que de la sociedad. Estos individuos visualizan que es un país que progresa y se puede mejorar económicamente y dan menor relevancia a elementos ligados a la aceptación de la sociedad receptora. Una posible explicación de estas diferencias de percepción pueden ser que si los(as) emprendedores(as) mantienen la red de contactos previa y pueden utilizarlas en el nuevo contexto, por ejemplo en el caso de los importadores de productos desde Argentina, es de esperar que valoren menos el interactuar con la sociedad que los recibe e influyan más en la decisión las características económicas que presenta la región de acogida. En cambio, en el caso de los que antes eran empleados(as), puede darse la necesidad de crear redes locales para establecer el negocio ya que el acceso a la información y los recursos puede ser más limitado. De ahí que las características de la sociedad receptora sean más valoradas y adquiera especial relevancia. Adicionalmente, si se analiza la estructura societaria de la empresa se refuerza esta afirmación.

**Tabla 42: Estructura societaria de acuerdo a la experiencia empresarial previa**

TIPO DE SOCIEDAD	Empresario en Arg.	Empleado en Arg.
Unipersonal o con socios únicamente argentinos	76.7%	56.3%
Con socios españoles y otras nacionalidades	23.3%	43.8%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

\* Casos válidos 156. No respuesta= 21.75%  $\chi^2= 6.689$  (0%) con frec. inf. a 5; gl= 1; Sig. Asint. (bilateral)= 0.01

Existen diferencias estadísticas entre los(as) emprendedores(as) de acuerdo a la trayectoria laboral previa y el tipo de sociedad empresarial que constituyen. Así, el 76.7% de los que eran empresarios(as) en Argentina declaran establecerse solos o con socios de nacionalidad argentina. Entre los que eran empleados(as) en Argentina, 43.8% se asocia a empresarios(as) locales sean españoles o de otra nacionalidad comunitaria. Podemos inferir que, entre los(as) intraemprendedores(as), existen mayores potencialidades de cooperación con empresarios(as) locales, mejor acceso a información que incida en el desempeño y en el tipo de emprendimiento y mayor impacto en el entorno local. Respeto al desempeño, el tipo de asociación no incide en gran medida en el éxito o fracaso del emprendimiento, ya que entre los que se asociaron con argentinos(as) y los que lo hicieron con otros(as) empresarios(as) locales el desempeño es similar (17% y 10.7% respectivamente). Cabe destacar que del 17% de fracaso entre los que se asociaron con argentinos(as), el 14.3% crearon empresas unipersonales. En definitiva, podemos afirmar que el fracaso no es explicado por los pocos lazos establecidos con empresarios(as) locales, sino por la baja asociatividad de estos(as) emprendedores(as) que reduce el acceso a la información del mercado y recursos estratégicos para el buen desempeño. Por otra parte, se verificó que no hay relación entre el tipo de emprendimiento (basado en el conocimiento o no) y el grado de asociación empresarial.

**Tabla 43: Emprendimientos según la estructura societaria y la rama productiva**

TIPO DE SOCIEDAD	Tipo de emprendimiento	Empresario en Arg.	Empleado en Arg	TOTAL
Unipersonal	Ramas no basadas en conocimiento	61.8%	52.5%	56.8%
	Ramas basadas en el conocimiento	38.2%	47.5%	43.2%
	TOTAL	100%	100%	100,0%
Con socios únicamente argentinos	Ramas no basadas en conocimiento	66.7%	57.1%	61.5%
	Ramas basadas en conocimiento	33.3%	42.9%	38.5%
	TOTAL	100%	100%	100,0%
Con socios argentinos y españoles	Ramas no basadas en conocimiento	50%	54.5%	53.6%
	Ramas basadas en el conocimiento	50%	45.5%	46.4%
	TOTAL	100%	100%	100%
Con socios de otras nacionalidades	Ramas no basadas en conocimiento	100%	50.0%	61.5%
	Ramas basadas en conocimiento	0%	50%	31.5%
	TOTAL	100%	100%	100%
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

Dentro de las ramas basadas en el conocimiento se destacan las profesiones liberales: consultoras y servicios profesionales, que tienden a ser actividades unipersonales. Además, los emprendimientos basados en el conocimiento suelen ser pequeños al comienzo y de baja inversión. Entonces, podemos concluir que la magnitud del coste por la pérdida de capacidades empresariales que nunca crearon empresas en Argentina es mayor que el de la salida de emprendedores(as) que sí tenían empresas. El argumento es que los(as) empleados(as) son individuos más jóvenes con mayor trayectoria laboral a futuro, cooperan ampliando las redes en torno a los negocios, tienen una mayor inclinación a emigrar y, en comparación al otro grupo, sus motivaciones se relacionan más a un deseo de progreso individual que a factores negativos de desplazamiento. Además, existe en este perfil mayores posibilidades de retorno al país, como muestra la siguiente tabla.

**Tabla 44: Posibilidad de retorno a Argentina según la experiencia empresarial previa**

¿Volvería a Argentina y pondría una empresa?	Empresario en Arg.	Empleado en Arg.	TOTAL
Si	21%	22%	21.6%
No	22.6%	25%	24.1%
Puede ser	19.4%	36%	29.6%
Nunca volvería a vivir en Argentina	37.1%	17%	24.7%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

\*Casos válidos 162. No respuesta= 24.3%  $\chi^2= 9.951$  (0%) con frec. inf. a 5; gl= 3; Sig. Asint. (bilateral)= 0.019.

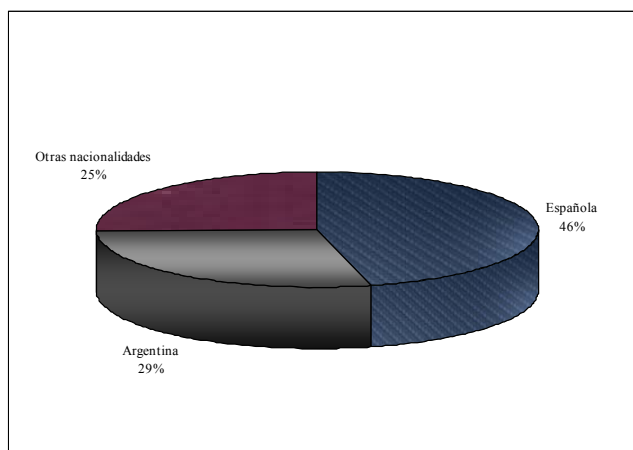
Las diferencias entre los que consideran la posibilidad desarrollar emprendimientos en Argentina en el futuro son estadísticamente significativas. El grupo que nunca había desarrollado una empresa en Argentina tiene una inclinación más positiva a retornar. En cambio, entre los que sí tuvieron empresas, las malas experiencias pasadas limitan las posibilidades de retorno. Por ello, son los que en mayor medida, niegan que volverán a vivir en Argentina (37.1%).

### **7.7. El impacto de las empresas argentinas en el empleo, la inversión y el desempeño**

Uno de los puntos clave a discutir, para evaluar el impacto de la inmigración es la relación que existe entre el ingreso de inmigrantes y los principales indicadores económicos del país: 1) incentivos a la demanda; 2) el impacto en los niveles de empleo, y 3) el impacto en el crecimiento económico y la inversión. En términos económicos la inmigración a España estuvo ligada a actividades económicas de baja calificación y fuertemente influenciadas por los vaivenes económicos. El crecimiento económico de mediados de los noventa convirtió a España en un país atractivo para muchos grupos inmigratorios que aún sin trayectoria previa decidieron emigrar a este país. España en pocos años pasó a tener flujos inmigratorios superiores al de los países con tradición en inmigración (Alemania, Francia, Inglaterra). Distintos estudios económicos han discutido acerca del impacto de este ingreso de inmigrantes, midiendo los beneficios y los costes de asimilación. Pero, en los últimos años y más aún con el advenimiento de la crisis económica, el debate surge nuevamente. Sectores como la construcción y la restauración (ramas que emplean gran parte de la demanda de empleo inmigrante), se vieron fuertemente afectadas arrastrando la situación económica de las regiones especializadas en estas actividades. En estas circunstancias, se afianza el argumento, mucho más político y social que académico, de que si bien el ingreso de extranjeros ha explicado gran parte del crecimiento económico español desde comienzos de la década por el incremento en la mano de obra disponible y a través de sus ingresos, un incremento acelerado del consumo de bienes y servicios, hoy por hoy, generan una presión sobre la demanda de trabajo que agrava la situación de paro en la economía española. En épocas de crisis, donde la oferta se restringe, el costo del crecimiento del desempleo es mucho mayor a los beneficios que la población extranjera puede aportar a la mejora conjunta. Para el caso argentino, de acuerdo a los resultados presentados en esta investigación, partiremos de la hipótesis de que en la evaluación de los costos y beneficios de recibir inmigración de este origen, el impacto neto es positivo ya que tienen capacidad de generar empleo tanto para los connacionales como para los autóctonos, realizar inversiones con el uso de las instituciones locales, y poseen potencial innovador para favorecer el crecimiento

sostenido a futuro. La siguiente figura presenta la distribución porcentual del empleo por origen de la mano de obra.

**Figura 64: Distribución del empleo por origen del trabajador**



Fuente: Elaboración propia según datos de la encuesta.

Sólo el 29% del empleo total generado por las empresas de la muestra es de nacionalidad argentina. Del resto, el 46% son españoles y el 25% de otras nacionalidades. En la selección de empleados(as), estos(as) empresarios(as) priorizan la contratación de empleo local. Esto puede deberse a la inexistencia de argentinos(as) en el lugar, o bien, a que valoren más las condiciones de los autóctonos para ocupar los puestos de trabajo. La siguiente tabla muestra la distribución del empleo según nacionalidad y por región.

**Tabla 45: Distribución del empleo por región y origen de la fuerza de trabajo.**

Origen del empleo/ Región	Comunidad por grado de participación						Total
	Andalucía	Cataluña	Baleares	Madrid	Valencia	Resto	
Española	26	134	34	170	61	24	449
	5.8%	29.8%	7.6%	37.9%	13.6%	5.3%	100%
	26%	47%	48%	50%	49%	42%	46%
Argentina	53	73	29	56	40	28	279
	19.0%	26.2%	10.4%	20.1%	14.3%	10.0%	100%
	54%	25%	41%	17%	32%	49%	29%
Otras nac. comunitarias	19	80	8	110	24	5	246
	7.7%	32.5%	3.3%	44.7%	9.8%	2.0%	100%
	19%	28%	11%	33%	19%	9%	25%
TOTAL	98	287	71	336	125	57	974
	10,1%	29,5%	7,3%	34,5%	12,8%	5,9%	100%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

Barcelona y Madrid aportan el 64% del empleo total. Pero, además, en la contratación de mano de obra de origen autóctono es mucho mayor el porcentaje respecto a otras regiones, siendo el empleo de trabajadores de nacionalidad española del 47% y 50%, respectivamente, del total de empleo que las empresas argentinas ofrecen. El 25% del empleo en Barcelona y el 17% en Madrid son mano de obra de origen nacional. En cambio, en Comunidades como Andalucía, prevalece el empleo de nacionales, siendo el 54% del empleo total generado por los(as) empresarios(as) argentinos(as) en esta región. En el caso de las Islas Baleares y Valencia, dos regiones con presencia importante de argentinos(as), no existe un patrón de contratación definido, como en los casos anteriores. La siguiente tabla presenta la evolución del empleo por región desde el inicio de la empresa hasta la actualidad.

**Tabla 46: Evolución de empleo desde la creación de la empresa hasta la actualidad por región**

Empleo/ Región	Comunidad por grado de participación						Total
	Andalucía	Cataluña	Islas Baleares	Madrid	Valencia	Resto	
Empleo al Inicio	71 18%	85 22%	37 9.5%	93 24%	57 14.5%	46 12%	389 100%
Empleo Actual	193 24%	225 28%	65 8%	195 24%	65 8%	66 8%	809 100%
Variación %	171%	164%	75%	109%	14%	43.47%	107%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

Como se observa en los datos, las comunidades donde los(as) empresarios(as) crearon más empleo al inicio son las que más incrementaron la contratación de empleo en la actualidad. Se destaca el crecimiento de Andalucía y Cataluña, que triplicaron la cantidad de empleo, aumentando su participación en el empleo total. Por otra parte, se destaca la caída de Valencia y las Islas Baleares. Estas Comunidades son las que más han sufrido las consecuencias de la crisis actual, dada la especialización productiva de las mismas con alta ponderación de ramas muy sensibles a las fluctuaciones de la actividad económica (restauración, hostelería y construcción). Un aspecto favorable para estas regiones es que el bajo incremento en el empleo no está relacionado al cierre de empresas ya que la mayoría de los emprendimientos de la encuesta de esas regiones siguen en funcionamiento (90% en Valencia y 89.5% en Baleares), presentando tasas de continuidad por encima del promedio, como muestra la siguiente tabla.

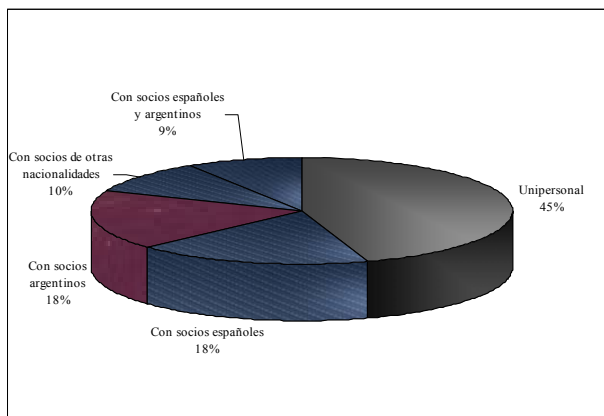
**Tabla 47: Nivel de desempeño de los emprendimientos por región geográfica**

Desempeño/ Región	Comunidad por grado de participación						Total
	Andalucía	Cataluña	Islas Baleares	Madrid	Valencia	Resto	
Continua	83.3%	90%	89.5%	78.9%	90%	86.4%	85%
Abandonó	16.7%	10%	10.5%	21.1%	10%	13.6%	15%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

A pesar de la caída del nivel de empleo, especialmente en las regiones más afectadas, el desempeño actual de las empresas aún es favorable, en torno al 85% promedio. Esto indica que, en épocas de recesión, las empresas han ajustado el empleo pero no ha provocado el cierre de las mismas. Por lo tanto, estas empresas tienen potencial como generadoras de empleo cuando las condiciones económicas mejoren. Además del impacto favorable de las empresas argentinas en cuanto a su capacidad de promover empleo, también es importante destacar su aporte a la formación de redes empresariales que inciden positivamente en el desarrollo local. La figura 64 analiza el tipo de sociedades que establecen los(as) empresarios(as) argentinos(as) y la interrelación con empresarios(as) locales.

**Figura 65: Vínculos empresariales por origen del socio.**



Fuente: Elaboración propia según datos de la encuesta.

El 37% de los empresarios se han asociado para implementar la idea de negocios con socios que no son argentinos(as). De los que crearon una empresa en sociedad con otros (55%), el 50 % se asoció con españoles. Este dato genera la siguiente reflexión: dada la baja tasa de empresarialidad en España, estos individuos pueden contribuir a incentivar el desarrollo de una cultura empresarial que con el transcurso del tiempo afiance las posibilidades innovadoras y de crecimiento de la economía española. En las potencialidades innovadoras de estos(as)

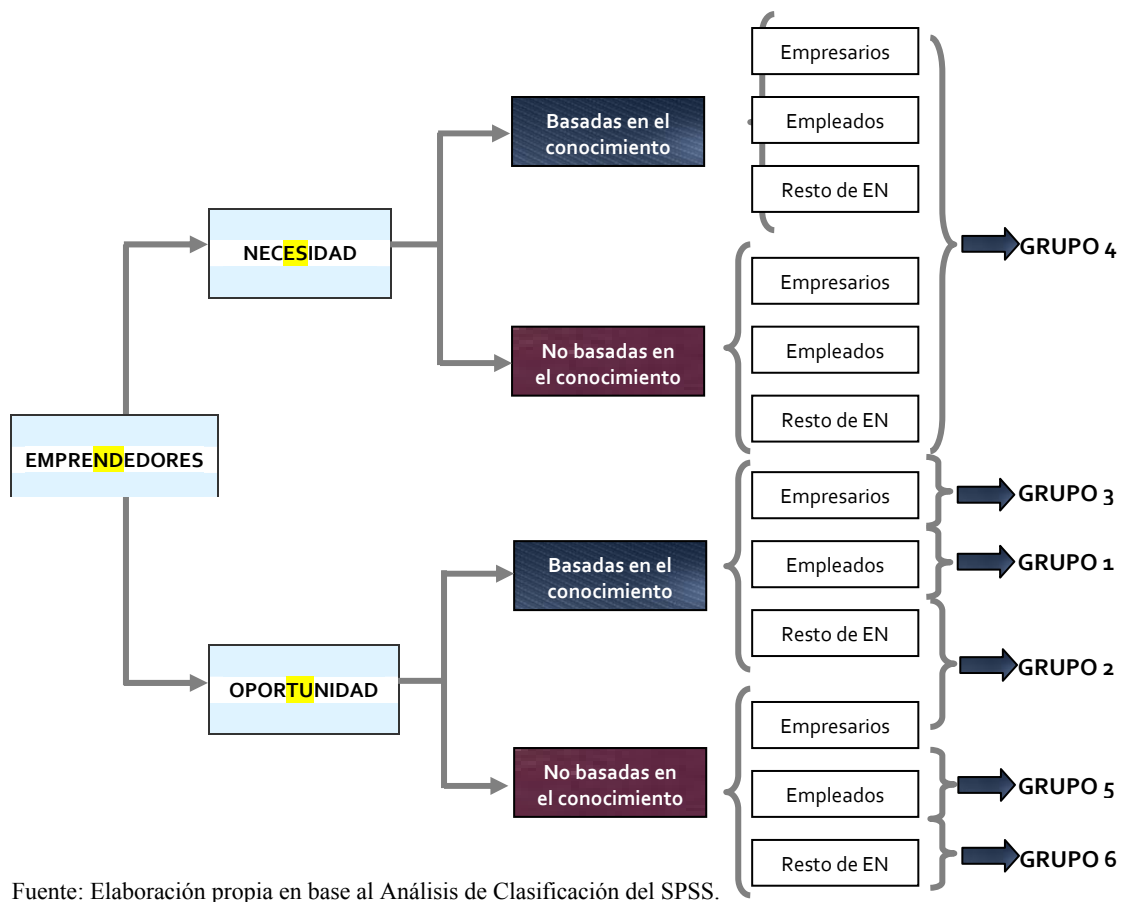


empresarios(as) argentinos(as) y en su interrelación con los autóctonos se resume el mayor aporte a largo plazo. Aspectos cualitativos como la relación entre las empresas y la economía del conocimiento no son medibles en el corto plazo a través de la inversión de los proyectos o del empleo. Sus ventajas son de largo plazo porque permiten generar valor añadido, rentas monopólicas por innovación cuyo efecto derrame a la sociedad en su conjunto es mayor ya que eleva la competitividad de la economía nacional. En la muestra de emprendedores(as) analizada el 42% de las empresas, siguiendo la clasificación de actividades propuesta por Vence y González (2005), se relacionan a actividades basadas en el conocimiento y se orientan a la comercialización de su producto o servicio al mercado masivo, sin establecer enclaves étnicos.

### 7.8. Tipología de emprendedores(as) argentinos(as)

Se estableció un número máximo de conglomerados seis (acorde al número de categorías por variables utilizadas para definir el cluster). De esta forma los perfiles quedaron definidos de acuerdo a lo representado en la siguiente figura.

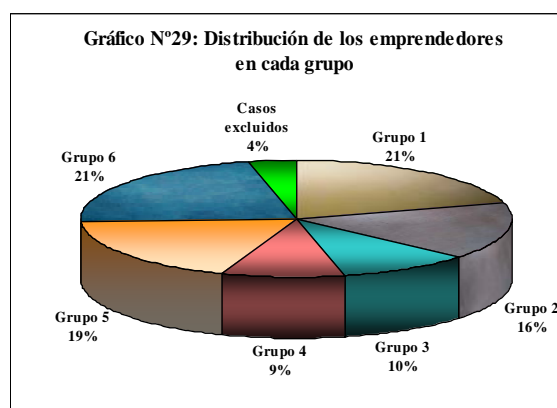
**Figura 66: Clasificación de los perfiles de emprendedores(as) argentinos(as) en España**



Fuente: Elaboración propia en base al Análisis de Clasificación del SPSS.

**Tabla 48 y Figura 67: Cantidad de individuos en de cada grupo**

GRUPOS	Cantidad de individuos	%
Grupo 1	44	20.6%
Grupo 2	34	15.9%
Grupo 3	21	9.8%
Grupo 4	20	9.3%
Grupo 5	40	18.7%
Grupo 6	47	22%
Casos excluidos	8	3.7%
<b>TOTAL</b>	<b>214</b>	<b>100%</b>



Fuente: Elaboración propia en base al Análisis de Conglomerados, según Encuesta, 2009.

De los seis grupos, el 1, 3 y 6 concentran el mayor número de casos. Para describir las características de cada uno de ellos se compararon los grupos según diferentes aspectos que hemos ido destacando a lo largo del trabajo y, según los resultados, se definieron las singularidades de cada uno. La tipología de emprendedores(as) se construyó de acuerdo a los tres criterios que planteamos para medir la hipótesis planteada: el tipo de emprendimiento (oportunidad/necesidad), el nivel educativo y la trayectoria laboral previa, esquematizada en la siguiente tabla.

**Tabla 49: Tipología de emprendedores(as) argentinos(as): Motivados por necesidad y oportunidad**

T I P O L O G I A D E E M P R E N D E D O R A R G E N T I N O						
VARIABLES/ TIPOS DE EMPRENDEDORES (AS)	NECESIDAD		OPORTUNIDAD			
	G.4	G.6	G.5	G.2	G.1	G.3
EDUCACIÓN UNIVERSITARIA COMPLETA.	40%	34%	32.4%	32.4%	58.1%	71.4%
DESEMPEÑO DE LA EMPRESA	70%	74.5%	82.5%	88.2%	93.2%	100%
EMP. BASADAS EN EL CONOCIMIENTO.	35%	0%	0%	47.1%	100%	100%
INTENCIÓN DE RETORNO A ARGENTINA	30.8%	25.9%	25%	25%	6.7%	28.6%
ENVIO DE REMESAS A ARGENTINA	38.9%	23.5%	29.4%	25%	25.6%	38.1%

Fuente: Elaboración propia en base al Análisis de Conglomerados para la muestra de la encuesta.

Así, hemos detectado emprendedores(as) que responden al perfil de empresarios(as) por necesidad, como describe el GEM. Pero en el otro extremo, se han detectado empresarios(as) altamente innovadores(as) que arribaron a España con la experiencia de haber sido empresarios(as) en Argentina. Junto a su alto nivel educativo y el aprendizaje empresarial crean empresas por oportunidad en sectores basados en el conocimiento, obteniendo un excelente desempeño en sus iniciativas y siendo de alto potencial innovador. Entre estos dos grupos se

ubican otros cuatro que, si bien son emprendedores(as) por oportunidad, su nivel de experiencia previa o el tipo de emprendimiento hacen que tenga menor potencial que los descritos anteriormente. De esta forma, podemos concluir que para el caso argentino, si bien se refiere a un país extracomunitario, no se verifica que todos los emprendimientos hayan sido creados motivados por la necesidad.

## 7.9. Conclusiones

A lo largo de este trabajo, hemos comprobado que, dentro del colectivo argentino, existe un elevado grado de heterogeneidad explicado por las diferencias motivacionales, por la experiencia previa a la creación de empresas en España y por el tipo de emprendimiento que establecen. Esto nos permitió elaborar los siguientes perfiles de emprendedores(as).

1.- **Emprendedor(a) argentino (a) por necesidad** (grupo 4): caracteriza a este grupo que la motivación para emprender es una solución a los problemas que visualiza en el mercado laboral, estos es, imposibilidad de acceder a un empleo en relación de dependencia, discriminación salarial negativa hacia los inmigrantes y barreras al acceso a empleos acordes a su capacidad. Predominan los emprendimientos no basados en el conocimiento (65%) y los que si lo son, fueron desarrollados a partir de las bajas oportunidades de empleo calificado en relación de dependencia. Es el grupo con emprendimientos más diversificados, siendo las ramas que lideran la “restauración” y la “hostelería”, seguida por “fabricación de calzados”, “reparación de automóviles” y “comercio por menor”. Los pocos emprendimientos por necesidad que se basan en el conocimiento son de “comunicación” y “servicios informáticos”. Si bien la mayoría de las iniciativas son en el sector servicios, también tienden a crear empresas en el sector industrial (15%) y en la construcción (5%). A excepción de los(as) empresarios(as) que crean empresas basadas en el conocimiento (35%), el resto se caracteriza por tener un nivel educativo intermedio, tendiendo a bajo, (secundario completo y primario completo). Suelen establecerse en ciudades de mayor demanda (Barcelona y Madrid), ya que por los servicios que prestan necesitan explotar las economías de aglomeración. Inician los emprendimientos con bajo aporte de capital inicial.

La baja formación unida a la escasa diferenciación del producto o servicio que ofrecen son obstáculos para el buen desempeño. Dentro de los perfiles agrupados, es el de mayor tasa de abandono del negocio (30%) y, entre las empresas que cerraron, el 83.3% eran de sectores tradicionales. Aún cuando las motivaciones para iniciar una empresa sean por necesidad, en el

caso de las actividades basadas en el conocimiento, algunas empresas pueden tener un desempeño similar al de las que fueron creadas por oportunidad. En conclusión, lo que define a este grupo en su mayoría es que son empresarios(as) que independientemente de su trayectoria laboral previa crean empresas en sectores tradicionales, tienen menor nivel de educación y una tasa de abandono de las actividades mayor. Se asemeja a las características de otros colectivos de origen latinoamericano, con la mayor tasa envío de remesas al país.

## **2.- Intraemprendedor(a) que crea una empresa en España no basada en conocimiento**

(grupo 6): en este grupo se encuentran los individuos cuya motivación para iniciar la empresa fue la búsqueda de una oportunidad. La mayoría provienen de un empleo privado y crean empresas en sectores no basados en el conocimiento. Crean empresas en los mismos sectores tradicionales que los(as) emprendedores(as) por necesidad. La totalidad de las empresas son actividades no basadas en el conocimiento y la mayoría provienen del sector comercios (44.7%) y servicios de gastronomía y hostelería. También crean empresas en el sector industrial (10.8%) y en la construcción (8.5%). Tienden a iniciar negocios en la rama de actividad donde antes han estado empleados(as), siendo este sector de bajo efecto spin off y con requerimientos de cualificación bajos. Esto repercute en empresas de desempeño similar al de las empresas por necesidad y dentro de este colectivo los(as) empleados(as) que provienen del empleo público muestran tasas de fracaso mayores (66.7%) que los de empleo privado (22.7%). Siguen el mismo patrón de localización que los(as) empresarios(as) por necesidad, ubicándose en las ciudades de mayor concentración del mercado (Barcelona y Madrid) para aprovechar economías de urbanización y ganar mercado en productos de baja diferenciación. Son emprendimientos de baja inversión inicial siendo una de las fuentes de financiamiento utilizadas en este único colectivo las indemnizaciones por despido laboral. En conclusión, lo que define a este grupo en su mayoría es que son empresarios(as) que en su trayectoria laboral en Argentina eran empleados(as) y crean empresas en sectores tradicionales, que son los mismos sectores donde tenían experiencia como empleados(as). Sectores caracterizados por un menor nivel de educación y bajo efecto derrame de las empresas incubadoras en otras empresas innovadoras. La tasa de desempeño, mejora respecto a los de necesidad pero su perfil se asemeja a ese colectivo. Sólo difieren en la motivación para crear la empresa. Éstos, pudiendo emplearse en relación de dependencia, prefieren explotar una oportunidad de negocios.

## **3.- Empresarios(as) que crean una nueva empresa en España no basada en el conocimiento** (grupo 5): en este grupo se encuentran los individuos cuya motivación para iniciar la empresa fue la búsqueda de una oportunidad pero en su trayectoria laboral previa eran

empresarios(as). Son personas de mayor edad que el promedio de emprendedores(as). La mayoría crea empresas en distintos sectores de actividad. La totalidad de las empresas son actividades no basadas en el conocimiento y la mayoría provienen del sector comercios (32.5%) y servicios de gastronomía y hostelería (40%). También crean empresas en el sector industrial (12.5%) y en la construcción (15%). Su nivel de educación es medio, similar al de los grupos anteriormente analizados, pero su experiencia profesional se traduce en un mejor rendimiento de sus empresas respecto a los colectivos de empresarios(as) en los mismos sectores (82.5%). Siguen el mismo patrón de localización que los empresarios(as) por necesidad, ubicándose en las ciudades de mayor concentración del mercado para aprovechar economías de urbanización y ganar mercado en productos de baja diferenciación. (44.3%). Son emprendimientos de baja inversión inicial siendo una de las fuentes más importante de financiamiento sus ahorros, posiblemente obtenidos de los ingresos pasados de su actividad empresarial y del vacío de la empresa. En conclusión, lo que define a este grupo en su mayoría es que son empresarios(as) que en su trayectoria laboral en Argentina eran empresarios(as) también y crean empresas en sectores tradicionales, estén o no relacionados a la empresa anterior. Sectores caracterizados por un menor nivel de educación pero mayor formación empresarial. Esta experiencia incide en la tasa de desempeño (82.5%), que mejora respecto a los que a igual educación no la tienen (empleados(as) en sector de bajo *spin off*, descriptos en el grupo anterior).

**4.- Estudiantes, desempleados(as) y retirados(as) argentinos(as) que tienen potencial innovador** (grupo 2): caracteriza a este grupo que la motivación para emprender es aprovechar una oportunidad de negocios. En su trayectoria laboral la mayoría no ha tenido empleo en Argentina (80%, aproximadamente eran estudiantes). Es muy bajo el porcentaje de individuos que eran desempleados(as). No existe un patrón claro de distribución de los emprendimientos pero existe un porcentaje elevado en sectores basados en el conocimiento (47.5%). Predomina dentro del grupo de actividades no basadas en el conocimiento el comercio por mayor y menor (17.7%) y la gastronomía y hostelería (29.4%). Las actividades que desarrollan ligadas al conocimiento se destacan los servicios profesionales y de servicios informáticos. Se caracteriza por tener un porcentaje elevado de individuos con nivel educativo alto pero sin experiencia laboral previa. A pesar de ello, el desempeño es mejor que incluso en los casos donde si existe experiencia empresarial, como el comentado previamente. El 88.2% continúan su actividad y de los(as) emprendedores(as) que fracasaron, el 75% tenía empresas no basadas en el conocimiento. La baja diferenciación de los productos junto a la inexperiencia en los negocios superaron las ventajas de la formación educativa. Suelen establecerse en ciudades grandes pero también en regiones de menor desarrollo regional, ya que por los servicios que prestan

necesitan explotar menos las economías de aglomeración y más las economías de información. Inician los emprendimientos con bajo aporte de capital inicial pero con amplio desarrollo de redes para la captación de información. Este grupo se relaciona a los organismos públicos, cámaras de comercio y clientes (38.1%). Tienen a asociarse para la creación del emprendimiento pero lo hacen con otros con experiencia en la rama de actividad que le permite obtener información y asesoramiento. En conclusión, lo que define a este grupo en su mayoría es que son empresarios(as) sin trayectoria laboral previa, pero si con estudios que crean empresas tanto en sectores tradicionales como en sectores basados en el conocimiento. Tienen un nivel de educación alto y desempeño empresarial mayor. Se asemeja a las características de los colectivos de origen comunitario, con potencial innovador elevado.

#### **5.- Intraemprendedores(as) que crean empresas en España basadas en el conocimiento**

(Grupo 1): en este grupo se encuentran también las personas cuya motivación para iniciar la empresa fue la búsqueda de una oportunidad, pero la mayoría provienen de un empleo privado (88.6%) y crean empresas en sectores basados en el conocimiento. La totalidad de las empresas son actividades basadas en el conocimiento y la mayoría provienen de servicios profesionales como arquitectura, ingeniería, contables y jurídicos (40.9%), de actividades de informática (11.4%) y de servicios sociales y de salud (13.6%), entre otras. Existe un elevado efecto spin off aún cuando la mayoría no inicia empresas en la misma rama de actividad donde había estado empleado (a). Pero si desempeñaban empleos con requerimientos de cualificación elevados. Esto repercute en el desempeño. El 93.2% siguen en funcionamiento. El 65% reside en las regiones más innovadoras (Cataluña y Madrid) aprovechando economías de información. Tienen una elevada tendencia a la asociatividad (66.7%) y a la integración con otros socios comunitarios (45.2%). Son emprendimientos de muy baja inversión inicial con bajo financiamiento formal. En conclusión, lo que define a este grupo, en su mayoría, es que son empresarios(as) que en su trayectoria laboral en Argentina eran empleados(as) cualificados(as) y crean empresas en sectores basados en el conocimiento, siendo generalmente en ramas distintas a la que estaban empleados(as). Poseen un nivel de educación elevado y las empresas donde obtuvieron la formación empresarial son incubadoras de otras empresas innovadoras. La tasa de desempeño es muy alta y se asemejan al perfil de empresarios(as) comunitarios(as). Es el caso de *spin off* de empresas de Argentina en el exterior.

#### **6.- Empresarios(as) argentinos(as) que crean empresas en España basadas en el conocimiento** (grupo 3): en este grupo se encuentran las personas cuya motivación para iniciar la empresa fue la búsqueda de una oportunidad pero en su trayectoria laboral previa eran

empresarios(as). Son individuos de mayor edad que el promedio de emprendedores(as). La totalidad de las empresas son actividades basadas en el conocimiento y la mayoría provienen de los servicios profesionales (57.1%) y servicios informáticos (14.3%). Su nivel de educación es alto (71.4% con estudios universitarios y de postgrado) al igual que su nivel de formación empresarial, siendo la mejor combinación posible. Por otra parte, explotan al máximo su formación empresarial creando negocios en la misma rama que ejercía previamente. Esto les permite aplicar sus habilidades empresariales y los conocimientos específicos de la actividad donde desarrolló su trayectoria. El resultado es un desempeño muy exitoso de las empresas. El 100% de las mismas están en funcionamiento. Siguen el mismo patrón de localización fuertemente localizado en las Comunidades más innovadoras, liderada por Cataluña y luego Madrid, donde se ubica el 81% de los(as) emprendedores(as). Saben aprovechar las economías de localización, diferenciar su producto y obtener economías de información. Es el empresario (a) innovador (a) por excelencia. Saben usar las redes de información disponibles, el 76.7% ha contactado con organismos oficiales y futuros clientes, si bien se financian con ahorros propios. El 67.7% reside legalmente como comunitario. Sin embargo, tienden a asociarse (61.9%) con otros(as) empresarios(as) argentinos(as). Esto es coherente con la apreciación del contexto que manifestaron los(as) empresarios(as) donde destacaron que la oferta de recursos cualificados es mayor en Argentina que España. En definitiva, lo que caracteriza a este grupo es que son empresarios(as) innovadores(as) que en su trayectoria laboral en Argentina eran empresarios(as) también y crean empresas en sectores relacionados a su actividad actual. Se caracterizan por poseer un alto nivel de educación y formación empresarial general y específica de la actividad. Esta experiencia incide en la tasa de desempeño (100%). Es el caso de mayor impacto positivo para España y negativo para Argentina.

Dados estos resultados, podemos concluir que la afinidad cultural, idiomática y los lazos históricos entre ambos países (que en gran parte se materializan legalmente con la nacionalidad) explican las bajas barreras al ingreso a un nuevo contexto, en principio desconocido, pero que pueden sortear por su fácil asimilación social y por sus capacidades acumuladas en Argentina. Las barreras más importantes a la creación de empresas de oportunidad en Argentina son institucionales. Existe una elevada incertidumbre que rodea los negocios ante la existencia de inseguridad jurídica y pública, un bajo desarrollo de la infraestructura de soporte a las actividades económicas, especialmente las relacionadas con el transporte y con el sistema financiero que restringe las posibilidades de crecimiento de las empresas. Si la economía argentina puede mejorar el funcionamiento de las instituciones formales e informales, creando, respetando y haciendo cumplir las reglas del juego que determinan el funcionamiento social,

podrá motivar el regreso de los(as) emprendedores(as) argentinos(as) que emigraron, o bien frenar a los que pueden emigrar en el futuro. De hecho, Argentina ha demostrado disponer de recursos económicos capaces de liderar procesos de innovación y promover la competitividad. Pero, para ello, en primer lugar, es necesario mejorar las condiciones educativas para sostener el stock de capacidades intelectuales y promover el ascenso de las clases más desfavorecidas, a fin de mejorar la calidad de vida del conjunto. En segundo lugar, desde la perspectiva económica, sostener mediante políticas públicas las actividades de innovación, incrementando las inversiones en I+D, en planes de promoción de empresas, e incentivando la relación entre las universidades y el sector productivo, a fin de aprovechar las capacidades innovadoras de la población y facilitar los mecanismos de realización de las iniciativas en el interior, especialmente las referidas al financiamiento (Kantis et al. 2002). De esta forma, se puede motivar a los(as) empresarios(as) argentinos(as) a volcar su experiencia y sus capacidades en la explotación de un mercado potencial, tanto interno como externo, que es en tendencia creciente y mantener elevadas tasas de creación de empresas pero no lideradas por la motivación de emprender por necesidad sino por la búsqueda de oportunidades genuinas de negocios. Sólo una reestructuración del andamiaje institucional permitirá que los(as) argentinos(as) puedan visualizar la estructura de oportunidades que existen pero que no son visibles si junto a estas oportunidades no hay garantías de un contexto seguro y estable para el aprovechamiento de las mismas.

Por otra parte, las condiciones microeconómicas son buenas, siendo estas la base del sistema económico. En cambio las meso y macroeconómicas, desde el punto de vista neoinstitucional, son altamente ineficientes. La mejora no es inmediata, porque involucra la modificación de pautas culturales y aspectos estructurales de largo plazo. Pero aún así, es el camino de salida al problema del drenaje de capacidades empresariales y al mismo tiempo, el camino de retorno de dichas capacidades que se fueron huyendo de estas condiciones institucionales. Tomar conciencia de la pérdida económica que significa la creación de empresas fuera, que en el caso de España facturan más de 1.000 millones de euros al año, permite entender el impacto que estas actividades generarían al interior.

Asimismo, es fundamental el rol que ocupan las representaciones argentinas en el exterior ya que son las instituciones capaces de vincular a estos(as) empresarios(as) con emprendedores(as) en Argentina. El entramado de una red internacional, si bien no hará volver a los que están establecidos fuera, puede permitir que parte de los beneficios que generan estas actividades vuelvan al país. El impulso por parte de Consulados, Embajadas, Casales argentinos y



organizaciones no gubernamentales de ferias comerciales, ayudas a la cooperación entre empresarios(as) de España y Argentina son mecanismos que favorecen el desarrollo de estos vínculos. Vínculos que también deberían ser promovidos por España, si reconoce el beneficio que obtienen por la radicación en el territorio de estas actividades empresariales, especialmente si se considera los problemas de desempleo que enfrenta la economía. De esta forma, fomentar relaciones institucionales con Argentina, con convenios específicos de inmigración, podría incrementar aún más los beneficios de esta emigración, sin representar costes importantes dadas las bajas barreras a la integración de este colectivo. Su alta interrelación con autóctonos favorece no sólo la creación de un entorno emprendedor, sino el surgimiento de más oportunidades de negocio con impacto directo en la sociedad española. En definitiva, con el fortalecimiento de los vínculos entre ambos países, donde cumplan un rol importante las representaciones en el exterior, tanto España como Argentina pueden ampliar la red de relaciones entre los emigrados y los(as) empresarios(as) nacionales que permanecen en el país a fin de incrementar los beneficios mutuos, facilitar la movilidad de factores, flexibilizando las barreras legales. Así la emigración de empresarios(as) no sería una pérdida irreparable, sino sea un éxodo positivo tanto para el país de destino como el de origen. En establecer y acrecentar estas relaciones debe concentrarse el esfuerzo, los beneficios vendrán solos.

## CAPÍTULO VIII

---

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

FACTOR EMPRESARIAL Y FLUJOS MIGRATORIOS ARGENTINOS A ESPAÑA. UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA

Fabiola Baltar

ISBN:978-84-694-2173-4/DL:T. 1031-2011

## CAPÍTULO VIII: TRAYECTORIAS SOCIOPROFESIONALES DE EMPRENDEDORES(AS) ARGENTINOS(AS)

*“Sartre dijo: ‘el hombre es aquello que decidió que debía ser’. A los 20 años, el compositor mexicano Agustín Lara vio naufragar el navío donde viajaba. Durante horas, luchó contra las olas, jurando que si llegaba a la playa, olvidaría su pasado y comenzaría una nueva vida. Lara llegó a una playa de Tlacotalpan. Antes nacido y criado en la ciudad de México, cumplió su juramento, y pasó a decir a todos que Tlacotalpan era su tierra natal. En 1968, Lara conmemoró 70 años de vida. Varios periodistas fueron a su fiesta en Tlacotalpan, y allí escucharon historias de viejos que habían jugado con Lara en su infancia, de las calles donde hizo sus primeras canciones. En el momento más importante de la fiesta, el intendente de Tlacotalpan le dio las llaves de la casa donde nació.”*

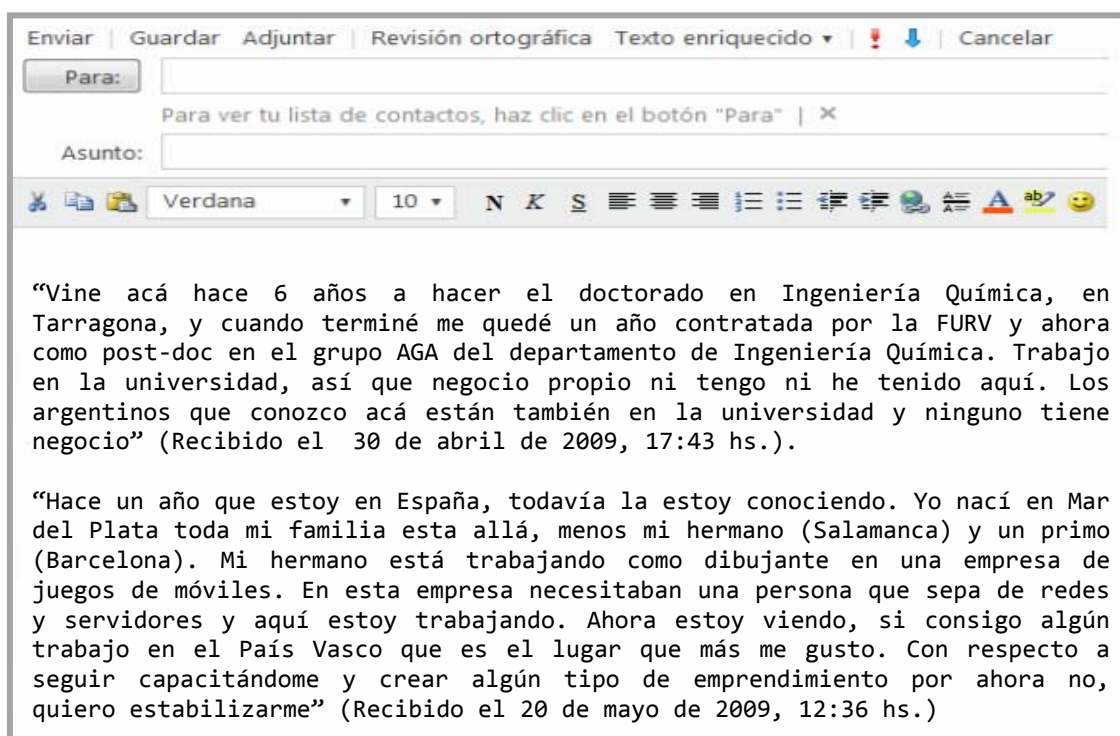
Coelho (2007).

### 8.1. La trayectoria de empresarios(as) argentino(as) en España

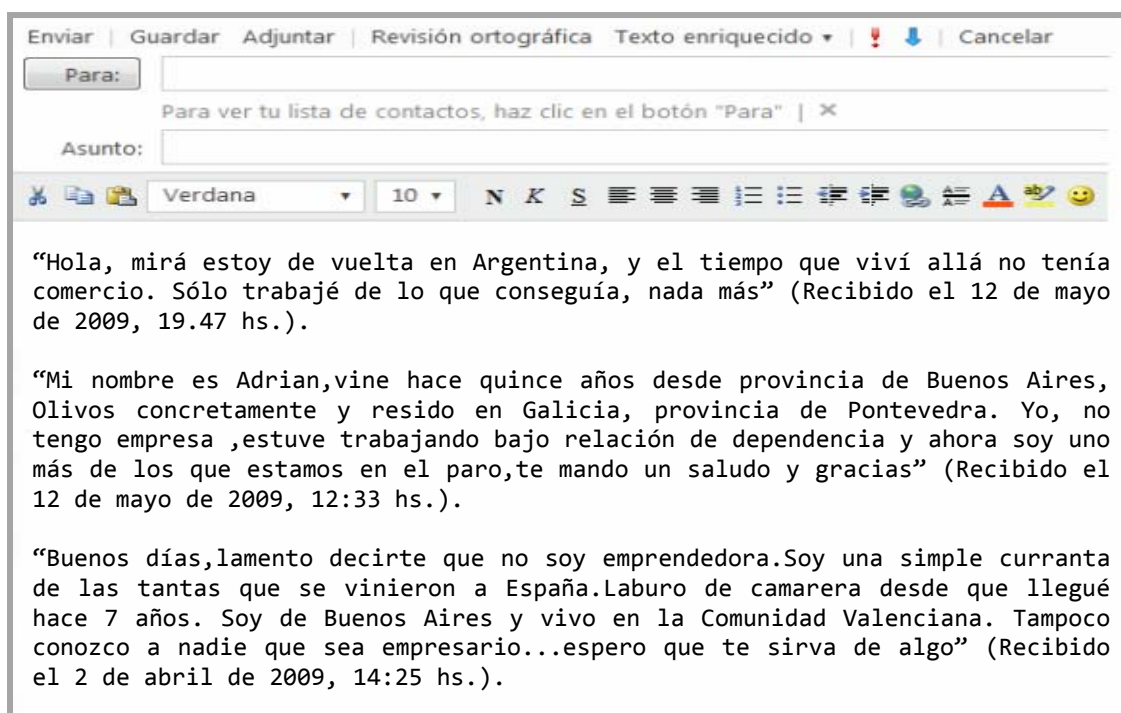
En el capítulo anterior hemos concluido que dentro del conjunto de empresas creadas por los(as) argentino(as) en España existe un grupo de emprendedores(as) que genera emprendimientos por oportunidad; emprendimientos que están altamente relacionados con el nivel formativo de los(as) emprendedores(as), con las motivaciones que los impulsan a proyectar iniciativas empresariales y con su trayectoria laboral. Estas características suelen ser similares al perfil emprendedor de los inmigrantes comunitarios y distan de asemejarse a otros colectivos no comunitarios. Si bien el informe GEM (2008) para España plantea la hipótesis de que el nivel formativo puede ser un aspecto diferencial entre el colectivo argentino respecto a otros grupos no comunitarios, esta conjetura no está verificada. Es más, otros estudios han demostrado el elevado nivel educativo de inmigrantes no comunitarios procedentes de países como Ecuador, Perú o China (Aparicio, 2005; Parella, 2005). Aún cuando a nivel formativo puedan ser comparables, a nivel empresarial existen diferencias.

De hecho, dentro de la población inmigrante argentina, se destaca como factor de desplazamiento a España el desarrollo de actividades profesionales o de origen formativo. La oferta de oportunidades a nivel educativo, financiadas por las instituciones educativas españolas o bien la contratación de profesionales para trabajar en empresas en España, suelen ser motivos de emigración de argentinos(as) de nivel educativo elevado aún en los últimos años, donde algunas investigaciones concluyen que después de la crisis del 2001, el nivel formativo de los(as) argentinos(as) que emigran sería menor.

**Figura 68: Mensajes recibidos de argentino(as) que manifiestan el nivel de formación.**



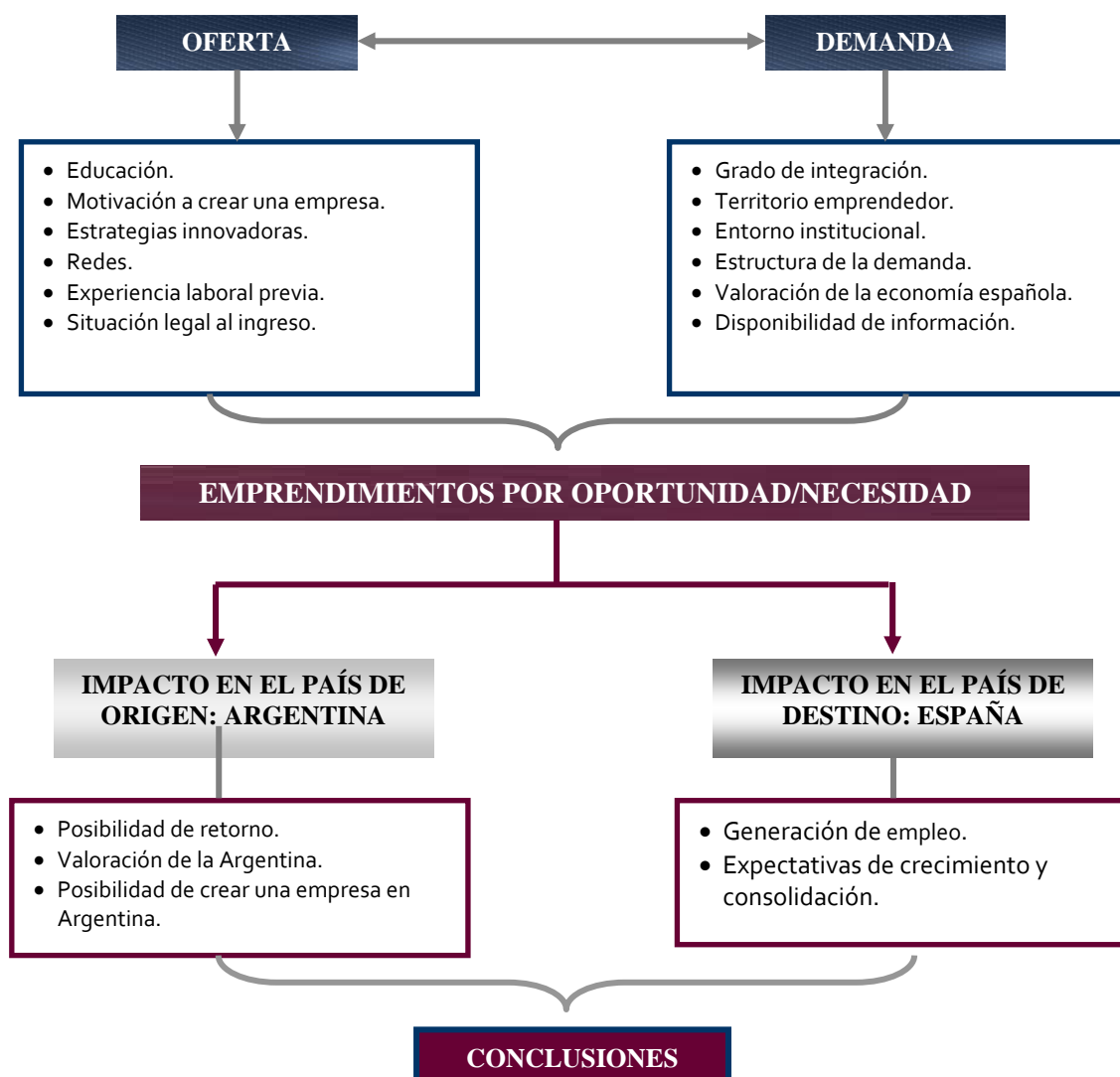
Desde comienzos de 1980, las causas económicas explican la emigración de un colectivo importante de argentinos(as). Los problemas recurrentes a nivel económico se vieron agravados en los últimos diez años por el incremento de la inseguridad jurídica y social. Por ello, a la salida permanente de inmigrantes argentinos cualificados se suma otro grupo heterogéneo en cuanto a su nivel formativo y sus posibilidades de inserción en el país receptor. Dada la escasa trayectoria de este colectivo fuera, cabe considerar a futuro las posibilidades de afianzamiento en el exterior, aspecto que aún para su evaluación es incipiente. Véanse los siguientes ejemplos:

**Figura 69: Mensajes recibidos de argentinos(as) acerca de las motivaciones a emigrar**

## 8.2. Factores asociados al proceso de creación de empresas de argentino(as) en España

Para entender la trayectoria de los(as) emprendedores(as) argentinos(as) en España, se analiza la información obtenida de las entrevistas a empresarios(as) argentino(as) en Cataluña en base a dos objetivos. En primer lugar, identificar los aspectos claves que definen el modelo de negocio emprendido por el inmigrante argentino en España y, en segundo lugar, comprender cómo es su trayectoria socio profesional a fin de asociarla con el tipo de emprendimiento, las motivaciones implícitas y los aspectos que definen el comportamiento emprendedor de los(as) argentinos(as) fuera, a la luz de las teorías que explican las características de la creación de empresas de inmigrantes. En la figura 70, se sintetizan las principales variables que han sido identificadas en el discurso de los(as) emprendedores(as) entrevistados(as). Asimismo, se propone un esquema de relaciones de dichos indicadores a fin de interpretar los hechos, las acciones, motivaciones y decisiones que subyacen en sus trayectorias profesionales. Por lo demás, las historias de vida nos ilustran sobre los aspectos que permiten reflexionar, cuestionar y adaptar las teorías existentes en torno a los determinantes de la creación de empresas de origen inmigrante con alto impacto económico, por sus cualidades innovadoras y las motivaciones que dan origen a su aparición.

**Figura 70: Modelo de variables obtenidas del Análisis de las entrevistas en profundidad.**



Fuente: Elaboración propia en base a la Codificación Jerárquica realizada en NVivo 2.0.

Dado que para la creación y crecimiento de una empresa es necesario considerar las propias capacidades de los individuos como las oportunidades que brinda el entorno de negocios y los mercados, se parte de la identificación de indicadores de oferta (nivel formativo, la trayectoria laboral, capacidades innovadoras y las motivaciones para crear la empresa). Para el caso considerado, por su condición inmigrante, se suma el status legal al ingreso y las experiencias migratorias previas, entre los aspectos más destacados. Por el lado de la demanda, se analiza la influencia de la asimilación cultural, del grado de aceptación social del inmigrante, los mercados y las instituciones, el contexto de negocios en el país receptor y la capacidad de generar información para el desarrollo y aprovechamiento de oportunidades. La perspicacia del emprendedor(a), su experiencia laboral previa y la capacidad de asimilación y procesamiento de

la información unida a las condiciones del país receptor, sus barreras al ingreso y sus posibilidades para generar oportunidades rentables de negocios determinan las potencialidades del territorio para promover el desarrollo de emprendimientos. Tanto aquellos motivados por oportunidad como los originados en la solución a barreras estructurales del mercado laboral que derivan en el surgimiento de empresas por necesidad.

Identificar estas motivaciones y las características que influyen en el tipo de emprendimientos creados permite reflexionar sobre el impacto económico, social y político que estas actividades de inmigrantes generan, tanto en el país que los acoge como en el país que los expulsa. De ahí que bajo el enfoque propuesto, se identifican variables que midan aspectos positivos y negativos de acuerdo a las experiencias de vida identificadas y el relato de las propias experiencias de los(as) emprendedores(as) argentinos(as). El capítulo discute, a la luz del mapa conceptual propuesto, los resultados hallados con los modelos teóricos planteados en el marco de referencia del trabajo.

### **8.2.1. El análisis de la oferta de capacidades emprendedoras**

Las características que definen las cualidades emprendedoras de los inmigrantes no difiere, a nuestro entender, del perfil que define a un emprendedor nativo. Sin embargo, tanto en lo referido a sus características, podemos decir que la presencia de algunos aspectos se observan con mayor intensidad en el caso de los inmigrantes que crean empresas fuera del contexto de negocios de origen. Podemos argumentar que en el caso de los(as) emprendedores(as) argentinos(as), existen rasgos que los perfilan como un colectivo altamente emprendedor, dispuestos a asumir riesgos más elevados que el resto de la población. La capacidad de resolver problemas y adaptarse a los cambios del entorno constituyen una habilidad que los individuos antes de crear la empresa ya desarrollan al momento de migrar. Pero, este argumento no es un aspecto diferencial entre el(la) emprendedor(a) y el resto del colectivo que decide emigrar y no crea una empresa. Ambos asumen un cambio de rumbo y toman decisiones que involucran riesgo. La diferencia está en que los(as) emprendedores(as), además, invierten recursos, identifican mercados y ven oportunidades de cubrir necesidades insatisfechas (Gartner, 1990), que sólo individuos capaces de tolerar la incertidumbre y con una elevada vocación empresarial realizan.

De los aspectos del lado de la oferta que consideramos, las supuestas características innatas no ejercen una influencia significativa a la hora de explicar el comportamiento emprendedor de los



inmigrantes. Esto es debido a que son cualidades que se poseen “por naturaleza”, con lo cual el entorno no influye en su generación, aún cuando puede estimular su ejercicio. La predisposición psicológica a emprender es la misma en Argentina o en España. Lo que determina que se desarrolle en España y no en Argentina son los atributos emprendedores adquiridos, relacionados directamente con el entorno donde se desarrolla esa capacidad empresarial. Atributos que surgen de los condicionamientos sociales a través de las trayectorias y experiencias en el país de origen y de destino, fundamentalmente el entorno cultural, la historia familiar, los recursos, la formación y la trayectoria laboral previa. Estos atributos, a nuestro entender, definen no sólo las motivaciones a crear una empresa en otro contexto (las posibilidades laborales), sino también las capacidades para aprovechar las oportunidades que un mercado desconocido puede ofrecer. Estas capacidades, junto a las motivaciones subyacentes, determinan el tipo de emprendimiento iniciado y sus posibilidades de crecimiento. Definir con mayor precisión el concepto de emprendedor(a) por oportunidad/necesidad, contrariamente a la simplificación de atribuir como factor explicativo el “origen y procedencia del inmigrante” permite analizar con mayor profundidad el fenómeno emprendedor inmigrante a la luz de las teorías existentes.

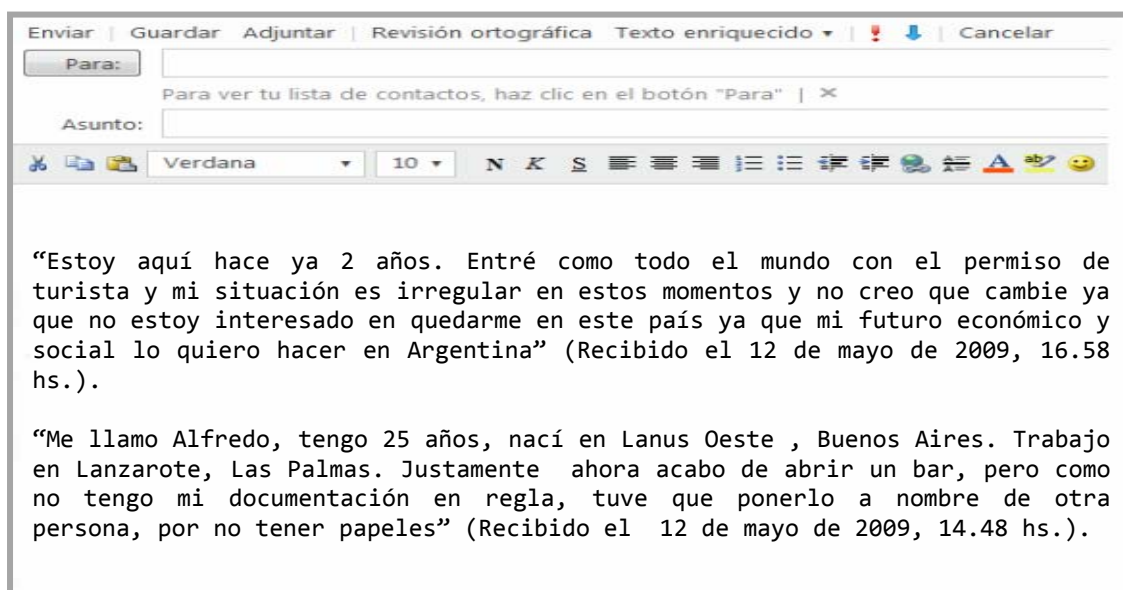
#### **8.2.1.1. Las peculiaridades del caso argentino. La incidencia de la doble nacionalidad**

Como hemos presentado anteriormente, dentro de la población de inmigrantes argentinos radicados en España, aproximadamente la mitad de los mismos poseen doble nacionalidad (argentina y comunitaria), destacándose las de origen español e italiano. El porcentaje restante, en su mayoría, residen con autorización legal para trabajar y permanecer. La incidencia de la condición legal sobre las posibilidades de iniciar empresas puede analizarse desde dos puntos de vista. Por un lado, desde las diferencias reales que cada uno de estos status legales brinda para sortear las barreras al ingreso y permanencia de los extranjeros en el país. Por otro lado, la percepción que tiene el inmigrante de la importancia que tiene la condición legal como condicionante de las posibilidades de aprovechamiento de las oportunidades que brinda el contexto.

Del análisis de la información cualitativa se desprende que el aspecto legal es un factor determinante en el caso de los inmigrantes argentinos en España. No sólo porque ponen de manifiesto las dificultades de inserción económica, sino también porque marca la trayectoria de vida y su desempeño futuro. En el caso del inmigrante ilegal o con permiso de trabajo, sus decisiones están sujetas a los condicionamientos institucionales. El empresario(a) que

permanece ilegalmente, debe establecer vínculos de confianza con otro miembro legal, que implica traspasar los derechos de propiedad, a fin de poder desarrollar una iniciativa de negocio. Esta dependencia eleva los costes de transacción de establecer la empresa y el nivel de incertidumbre, sólo aceptables si en el corto plazo existe la posibilidad de acceder a la legalidad. De no ser así, estos individuos buscaran aprovechar alguna renta de corto plazo que se ajustará a la coyuntura del país que los recibe, pero su permanencia será transitoria.

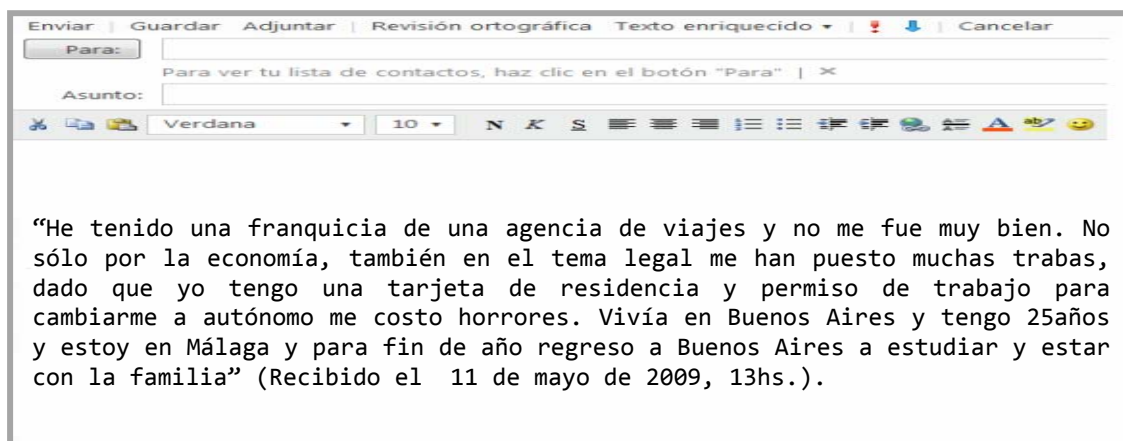
**Figura 71: Casos de ingreso irregular a España.**



En el otro extremo, se encuentran los inmigrantes argentinos que gozan de todos los derechos de ciudadanía que el status de miembro comunitario les otorga. A diferencia del grupo anterior, estos individuos tienen otro amparo institucional, a nivel legal, comparable al de los autóctonos. El ser comunitarios, en muchos casos, determina el acceso a recursos financieros, a empleos en relación de dependencia, que permiten establecer redes y gestar su empresa o simplemente asumir mayores riesgos personales y empresariales, ya que su contexto de permanencia es el más estable posible. De hecho, centraremos la discusión más adelante será en reflexionar si sólo esta condición legal alcanza para desarrollar emprendimientos por oportunidad o también influyen otros aspectos que en el caso del empresariado no comunitario no son contemplados. Aspectos que deberán considerarse, teniendo en cuenta que si sólo el aspecto legal fuese determinante, la creación de emprendimientos por necesidad, explicados por la procedencia del emprendedor(a), tendería a disminuir a futuro, frente al creciente otorgamiento de nacionalidades por adopción. De allí que desde nuestra propuesta, la dimensión legal es sólo uno de los elementos a considerar.

La situación intermedia es la que es comparable a la del resto de países no comunitarios. Concretamente, es la de los(as) empresarios(as) inmigrantes argentinos(as) con permiso de residencia. En este caso, las posibilidades de aprovechamiento quedan atadas a las restricciones institucionales del entorno, tal como propone la teoría de la incrustación para el caso de los países del sur de Europa (Kloosterman y Rath, 2007). Estos individuos se enfrentan al dilema de asumir riesgos de largo plazo, dependiendo de un factor externo que es la autorización para permanecer. Aspecto que delimita el acceso a recursos y en algunos casos desalienta la planificación a futuro para el inicio de un emprendimiento. Esto abre dos posibilidades: los que siguen la trayectoria del ilegal, y los que tienen la capacidad de sortear los obstáculos mediante la perseverancia y el aval social, financiero, que les permita acceder a condiciones favorables para el inicio de un negocio.

**Figura 72: Barreras legales para los inmigrantes extra-comunitarios.**



La legislación española establece para el otorgamiento de permisos de trabajo que el inmigrante tenga permiso de residencia permanente. Éste se obtiene mediante la residencia en España de forma legal durante al menos cinco años. Junto a los requisitos jurídicos, también se exige la presentación de una certificación que acredite el monto de inversión prevista y, en el caso de los profesionales, las titulaciones que habilitan para su ejercicio. Adicionalmente, se exige la previsión de los ingresos que el ejercicio de la actividad producirá desde el primer año. Ingresos que deben ser suficientes, al menos para la manutención y alojamiento del interesado, una vez deducidos los gastos necesarios para el mantenimiento de la actividad. Por otra parte, la tramitación de este permiso demora al menos tres meses y puede extenderse dependiendo de la demanda existente en las oficinas de extranjería. Por tal motivo, éste no suele ser el camino para llegar a establecer la empresa. En la mayoría de los casos, los(as) emprendedores(as) con

permiso de trabajo suelen adquirirlo empleándose en relación de dependencia, para luego tramitar el cambio de categoría en las renovaciones siguientes. De esta forma, minimizan las trabas burocráticas impuestas por el sistema. Este aspecto es especialmente relevante en el caso de los(as) emprendedores(as) que desean iniciar sus empresas en sectores de bajas barreras al ingreso, dadas la baja necesidad de capital inicial, como son las empresas de informática, diseño o servicios profesionales a empresas. En este caso, los requisitos de capital pueden ser factores obstaculizadores en la realización de actividades innovadoras.

En definitiva, a menor grado de legalidad, mayor es el condicionamiento de las decisiones personales a las posibilidades brindadas por el entorno institucional y mayor el riesgo empresarial que enfrentan los(as) argentinos(as). Sin embargo, a estas diferencias institucionales debe añadirse la importancia que el inmigrante otorga al status legal para alcanzar sus objetivos. Según los entrevistados, los “papeles” definen en gran medida las posibilidades de aprovechar las oportunidades, especialmente al comienzo de la trayectoria socio profesional en España. Los siguientes fragmentos de las entrevistas ilustran la apreciación de la importancia del status legal.

---

*“Obtuve una beca en el hospital. Esta beca estuvo muy buena para poner el pie aquí pero mi ignorancia con respecto a lo que era conveniente o no era conveniente para los papeles, me perjudicó mucho. Porque, por ejemplo, hoy en día si yo hubiera interrumpido la beca antes para contribuir al status de después... que es laboral con permiso de trabajo no hubiera perdido el tiempo como lo perdí. Porque nosotros los inmigrantes tenemos que ver dos cosas al mismo tiempo, te va a sonar muy materialista pero lo siento pero es lo que pienso. Tenemos que ver lo que nos hace felices laboralmente y nos da de comer pero al mismo tiempo lo que nos conviene para conseguir papeles. Esa es la verdad. Porque si no permitimos que se nos haga un abuso de nuestro oficio, por no tener el nivel legal que nos da los derechos que si no, no tenemos” (E1).*

*“Llegué a España y logré tener los papeles para trabajar. Después de unas cuantas renovaciones aceptaron que yo presentara un proyecto de negocio para comercializar productos y así es como me dan el ok y paso de trabajador por cuenta ajena a autónomo...” (E3).*

*“Yo tenía mi residencia, mi tarjeta y todo pero había algunas empresas que les chocaba un poco o no estaban acostumbradas a contratar extranjeros. Participé en varios procesos y en uno estuve a punto de entrar. Había tenido cuatro o cinco entrevistas a nivel de dirección general. Eso de contratar un extranjero les cortaba un poco y cuando la Escuela donde estudié me propuso que me haga cargo del área internacional, en principio en relaciones con Latinoamérica, les dije que sí porque ellos estaban acostumbrados (...) Quizás al principio, en el 98 y en el 99 era mucho más fácil porque con tarjeta de*

*estudiante podías trabajar y con eso ya, teniendo los dos años de residencia por trabajo, ya podías optar a nacionalidad, así que era todo mucho más llevadero (...) Si alguien quiere venir aquí que primero busque toda la información importante para sacarse los papeles y que venga con toda la documentación porque, hace 9 años atrás era fácil pero ahora ya no es fácil. No es fácil, es muy difícil y yo muchas veces tengo gente aquí sobre todo de Argentina y podría mostrarte currículos que tengo ahí de gente que está sin papeles y buscando trabajo desesperadamente y es difícil” (E7).*

*“Yo venía con algunas ofertas de trabajo que las había sacado de infojobs en su momento en Argentina. Lo que pasa que cuando llegué aquí, el tema de no tener papeles te bloquea mucho. Yo estuve a punto de trabajar con IBM. Pero no me permitía el tema de los papeles. Entonces hay que meterse en cualquier sitio. Estuve trabajando de camarero...lo que hace todo el mundo. Llegar a más o menos ubicarse en un piso y a buscarse la vida (...) O sea que vine...no entré como legal, entré como turista. A los tres meses tenía ya el trabajo y todo pero tuve algunas complicaciones con el tema de papeles. Entraron los papeles al final pero con bastantes complicaciones” (E8).*

*“Tengo la ventaja de tener la ciudadanía italiana entonces eso es una ayuda” (E2).*

*“Como soy ciudadano italiano.. dije.. me voy ahora que estoy solo, que no tengo responsabilidades más que las que tengo sobre mi persona, y me vine. Cuando uno viene acá, venía con todo lo legal...por suerte... porque conozco gente que ha tenido que sufrir mucho el tema de papeles..en mi caso particular como soy ciudadano comunitario no tuve ese problema. Pero tienes que empadronarte y un par de cuestiones legales que son normales supongo. Y yo no cumplía porque tenía que conseguir alguien que me empadronara y un amigo tenía una empresa que es quien tenía el bar me empadronó en su casa que nunca viví” (E4).*

*“Además, soy de nacionalidad española desde hace muchos años, soy hijo de españoles, nacido en Argentina pero soy hijo de españoles. Los tres teníamos nacionalidades españolas. Mi hijo se hizo luego pero él tenía la italiana. Con lo cual el tema papeleo no había ningún tipo de inconvenientes”(E9).*

---

Tres aspectos a destacar surgen del relato de los informantes. En primer lugar, la nacionalidad comunitaria no es destacada por su valor social y de identidad sino más bien es definida como un recurso más dentro de los necesarios para establecer una empresa. La posibilidad de adoptar la ciudadanía comunitaria es un recurso que otorga una ventaja frente a los que no lo tienen; ventaja que se refleja en el tiempo de ejecución del proyecto, en las barreras legales que se deben sortear y en muchos casos en los gastos monetarios en los que se debe incurrir para cumplir con la tramitación. En segundo lugar, en el discurso de los(as) entrevistados(as) se refleja la propia percepción de esa fragmentación que el sistema propone. Todos reconocen que

no es lo mismo estar como comunitario o como residente, aún cuando ambas condiciones son legalmente admisibles. De ahí que la condición legal sea el primer aspecto que resaltan al comienzo de la narración de su trayectoria. Por último, cabe considerar que la condición legal es analizada como un instrumento del que dispone el empresario(a) para minimizar costes de transacción, pero de aquí no se desprende el valor que ésta tiene a nivel social y de pertenencia, aspectos que deben incluirse al analizar las barreras al ingreso, y que desarrollaremos posteriormente.

Por otra parte, dentro de los elementos que los(as) argentinos(as) traen consigo, se destacan el capital intelectual, el relacional y el emocional. El primero, se relaciona fundamentalmente al nivel formativo, el segundo, se adquiere a través de la experiencia laboral y las redes sociales que construye, y el emocional, mediante su capacidad de afrontar retos y cambios que tienen que ver con sus experiencias de vida y sus expectativas. Estos aspectos son atributos fundamentales que definen la oferta empresarial y sus capacidades para explotar oportunidades de negocio (Salaff y Greve, 2002; Withley y Portes, 1980; Crisóstomo, 2010).

#### **8.2.1.2. Emprendedores(as) no comunitarios(as) y el nivel formativo**

Acerca del nivel educativo del colectivo argentino en España, ya hemos mencionado en el capítulo anterior que existe un alto nivel de formación de los(as) emprendedores(as) por oportunidad detectados en la muestra y que, además, se ha identificado un flujo importante de inmigrantes argentinos que llegan a España motivados por razones formativas. Entre los(as) entrevistados(as) se destaca un elevado nivel educativo, independientemente del sector y tipo de emprendimiento que establecen.

---

*“Yo soy psicóloga” (E1).*

*“A nivel universitario, cursé cuatro años de la carrera en ingeniería en sistemas...después dejé y me recibí de publicitaria que es un nivel terciario y eso es en estudio lo que tengo (...) Luego he hecho cursos de perfeccionamiento de todo tipo tanto a nivel de publicidad como en ventas y todo eso. He hecho curso de todo...porque allá en Argentina tenemos cursos de todo” (E2).*

*“En Argentina estudié la secundaria y después comencé una carrera universitaria que no la termine” (E3).*

*“Bueno, yo soy diseñador gráfico”(E4).*

---

---

*“Tengo estudios universitarios” (E5).*

*“Tengo estudios universitarios no terminados. Estaba estudiando mientras trabajaba y los abandoné para venirme” (E6).*

*“Yo soy Licenciado en Administración de Empresas y Contador Público” (E7).*

*“Bueno, empecé primer año de ingeniería en sistemas. Salí de ingeniería en sistemas, hice primero y segundo y después me fui” (E8).*

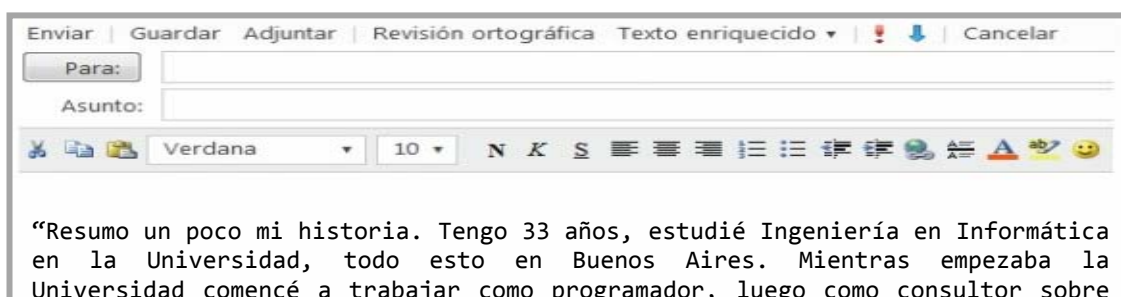
*“Yo soy abogado y además...soy casi ingeniero (...) Yo estudié abogacía después de los 35 años y soy técnico mecánico y después...no terminé la carrera de ingeniería pero me quedaron algunas materias. Eso en la época de los 20 años. Después dejé de estudiar 7 u 8 años y después empecé a estudiar abogacía. Y...bueno... la formación es universitaria y luego si tengo masteres pero hechos aquí, no en Argentina” (E9).*

*“En Argentina hice escuela primaria y secundaria...arquitectura en la Universidad de Buenos Aires y al mismo tiempo hice estudios de idioma francés en la Alianza Francesa” (E10).*

---

Este capital humano incide, en la literatura consultada, en las capacidades para detectar oportunidades de negocio, en las capacidades para explotar rentablemente la iniciativa, en la habilidad para interpretar la información del mercado y en la posibilidad de aplicar conocimientos específicos adquiridos a lo largo de su formación en el negocio establecido. Sin embargo, en el caso argentino, el nivel educativo es un rasgo atractivo para acceder a empleos en otras empresas locales, contrariamente a lo que plantean las teorías respecto a la marginación del inmigrante y el establecimiento de la empresa como salida a las bajas posibilidades en el mercado formal de empleo. Para ello, citamos algunos ejemplos de historias relatadas por argentinos(as) que viven en España y no son emprendedores(as). Estas historias se obtuvieron de los mensajes recibidos en la etapa de identificación de emprendedores(as) argentinos(as) en la red virtual.

**Figura 73: El nivel educativo y la situación de empleo.**



Todos los(as) entrevistados(as) valoran la educación argentina y su contribución al momento de iniciar un emprendimiento. En muchos casos, cuestionan las leyes que convalidan los estudios y, aún más, el nivel de formación en España. No obstante, el aspecto más relevante es que, a nivel profesional, los(as) argentinos(as) altamente cualificados(as) son bien categorizados en el ámbito empresarial español. A tal punto que la acción de emprender puede ser una decisión difícil de tomar frente a la oferta de empleo de las empresas existentes. Por consiguiente, la inmigración de fuerza de trabajo cualificada es un aspecto que caracteriza al colectivo inmigrante argentino. La defensa del derecho al acceso a la educación superior pública y gratuita ha sido el pilar fundamental que sostuvo a la clase media y permitió el ascenso social de muchos(as) argentinos(as) a lo largo de la historia. Tal es su importancia, que aún hoy, a pesar de la crisis política, social y económica, sigue siendo un aspecto que es valorado en el exterior. La atracción de colectivos con estas características mediante el ingreso con fines formativos o bien mediante la contratación en empresas radicadas en España, son altamente rentables. Más aún, si entre estos individuos existen capacidades emprendedoras, en cuyo caso no sólo su capital cultural es altamente favorable sino también su capacidad para integrarse al entramado



empresarial, generar empleo y crecimiento en la “economía del conocimiento”; economía en la que el negocio más rentable es invertir en la creación y aplicación del conocimiento.

### **8.2.1.3. La incidencia de la trayectoria laboral y de las redes del emprendedor(a)**

Junto al capital humano también en el caso del emprendedor(a) inmigrante es importante el capital emocional y relacional. Estos aspectos están asociados a las experiencias de vida y laboral que haya tenido el individuo anteriormente. En el caso de los(as) entrevistados(as) analizados(as), se observa un bajo desarrollo de redes en España anteriores al arribo, especialmente a nivel de vinculación con otros empresarios(as) argentinos(as) radicados(as) en España. Si bien todos identifican un contacto familiar o cercano con otro argentino(a) antes de llegar, y en muchos casos son determinantes en la elección del lugar de residencia, no es así desde el entramado empresarial. Estas redes profesionales son construidas a lo largo del tiempo de residencia en España, como se citan en los siguientes ejemplos:

---

*“Acá me reencontré con mis amigos de arquitectura que ahora tienen estudios” (E1).*

*“Mi llegada aquí la planeé viniéndome a la casa de mi hermana (...) obviamente era algo transitorio...ehhh...me iba a quedar en la casa de ella y por supuesto ella me recibía con los brazos abiertos (...) ¿Empresarios? Te digo que sinceramente no. Bueno después que nosotras empezamos el emprendimiento sí, un chico argentino que tiene una tienda con otra chica catalana...pero...que hace muchos años que están” (E2).*

*“Conocíamos a un amigo de la secundaria mía. Estuvimos en la casa de él algunos días y después comencé ya a quedarme en lugares alquilados por mí (...) Empresarios argentinos acá...no” (E3).*

*“Vine con una amiga y... bueno, tenía una amiga acá...eso fue fundamental, ¿no? (...) Conocidos, conocidos...no. Pero bueno, era muy importante que esta amiga me diera el apoyo de cuando llegás. No es lo mismo llegar a un lugar y no tener a nadie... que llegar y conocer a una persona por lo menos que te dice por dónde son las cosas, cómo son los metros, lo que todos hacemos...yo lo he hecho con un montón que han venido (...) Tenía un conocido que tenía una empresa...tenía un bar. Después tengo otros amigos con restaurants. Y bueno acá hay mucho restaurant argentino...pero pierdo la noción de si eran amigos de antes o son amigos de ahora (...) porque hay tanta gente que uno ha conocido” (E4).*

---

---

*“No la verdad que fue llegar...el típico amigo que una noche te quedás a dormir en su casa hasta que buscas hotel o pensión y sigue despabilándote. Pero por suerte más que esa noche... ha sido buscarme la vida solo (...) Empresarios argentinos sí ..y españoles sí sí” (E5).*

*“Aquí teníamos un contacto por familiar que tuvo la obligación de atendernos porque le habían dicho ‘atiéndelos’. Y nos dio casa y comida durante 20 días. A partir de 20 días conseguí trabajo y fue muy fácil (...) Empresarios, no” (E6).*

*“Contactos no. Empresarios tampoco. En ese momento cuando comenzamos el primer restaurant no” (E7).*

*“Tal vez no hayan sido determinantes pero que colaboraron, el apoyo diríamos sociológico fue muy importante y lo sigue siendo. Pero bueno, todos tenemos un núcleo de pertenencia, hemos generado un núcleo de pertenencia y en nuestro caso...cuando ingresamos se dio de esa forma ¿no? Que no profesionalmente ni empresarialmente. No tiene nada que ver porque los amigos de ese núcleo no tienen nada que ver con el ejercicio de la profesión o de la empresa” (E9).*

*“Empresarios...no, no” (E10).*

---

En este punto es importante destacar las ventajas de la existencia de una trayectoria inmigratoria con historia, donde a lo largo de los años se van enlazando ambas sociedades, culturalmente afines, que facilitan la inserción de este colectivo en el lugar de destino. A nivel empresarial, esta historia migratoria facilita el desarrollo del capital emocional, entendido como la capacidad de identificar los sentimientos, comprender las causas de las emociones y utilizarlas para tomar decisiones de manera óptima. La situación de desarraigo, las sensaciones que genera el distanciarse de su lugar de origen y los miedos e incertidumbre que provoca la nueva situación que enfrentan, puede jugar un rol importante en el desarrollo de la vida laboral en España. Riesgo este que debe sumarse al riesgo empresarial que rodea cualquier iniciativa de negocios. Véanse en las siguientes transcripciones cómo los inmigrantes interpretan a través de sus emociones este proceso de desapego.

---

*“Cuando nos establecimos y todo ya funcionaba acá, ahí fue un momento difícil en mi vida, porque al principio cuando uno está tan entretenido en que la cosa funcione ¿no?, tenés que dar los exámenes, homologás, tus hijas empiezan la escuela...aprenden el catalán. Estás con tantas ollas al mismo tiempo cocinando que cuando vas a servir la comida y te sentás vas con un nudo en el estómago” (E1).*

---

*“Yo pienso que todo el mundo que deja su país paga un alto precio. Lo familiar, los amigos, las costumbres y eso es algo que lo llevás a cuesta, por más que las circunstancias para irse de un país sean mejores o peores pero, el desarraigo lo sufrís igual. Yo lo padezco al desarraigo, lo padezco mucho” (E2).*

*“Era empleado y no tenía demasiado como para arreglar ¿no? Para mí ha sido fácil irme, lo que es difícil ahora es volver” (E3).*

*“Como cualquier viaje es un cambio de vida y yo nunca lo había tenido. Yo siempre había vivido en Rosario. Salvo viajar como cualquiera que viaja un poco de vez en cuando pero así a Europa nunca había venido y miedos...no sé si miedos. Era un poco la incertidumbre de no saber a dónde vas. Eso te lo pueden decir calculo que todas las personas...todos los que venimos” (E4).*

*“Los miedos...era miedo a lo lejano o miedo a lo cercano y era menos el miedo a lo lejano que a lo cercano. Y la salida fue muy fácil. Era simplemente saber a dónde teníamos un contacto, decidirlo en 15 días y venir” (E6).*

*“Me podría haber preocupado un poco el tema de la distancia y los aspectos familiares. Pero bueno, eso con el tiempo lo fuimos cubriendo y arreglando” (E7).*

*“A mí lo que me pasó con los papeles es que cuando entraron, entraron bien a la subdelegación pero había un error en la oferta. Ese error se arrastró durante casi tres años. Entonces yo estaba en una situación de que podía residir aquí pero no podía trabajar. Iba con una carta todo el tiempo que si me paraban o lo que sea...que nunca me pasó...tenía esa carta para demostrar que estaba aquí legalmente, no ilegal sino legal” (E8).*

*“La venida fue muy gradual, tardamos cerca de tres años entre que íbamos y veníamos porque aquí teníamos el despacho a medio funcionar, no tenía la homologación del título hecho. Luego en la medida que pude homologar el título aquí y ejercer aquí como abogado ya me fui insertando, cosa que no es fácil...no es fácil pero bueno se fue logrando con el tiempo” (E9).*

*“De alguna forma fue una historia bastante suave en el sentido de que fue respondiendo a las circunstancias...no hubo así una decisión dramática de decir ‘me voy’. Ni por una razón política ni por una razón económica, fue un poco....seguramente me hubiera ido igual pero...de otra manera pero fue así (...) El cambio de país es muy fuerte aunque sea con una beca porque te vas solo, te vas de tu casa, te vas a otro sitio y sí que piensas cosas ¿no?” (E10).*

---

Los sentimientos que despiertan el desarraigo están estrechamente vinculados a los factores de desplazamiento que originan la salida, a las condiciones del entorno de acogida y a las

expectativas de desarrollo que rodean esta experiencia. Tanto las emociones negativas como positivas inciden fundamentalmente en el compromiso que asumen los inmigrantes emprendedores en el nuevo contexto. La situación de emigrar es más sencilla cuando: 1) menos vinculación afectiva exista en el país de origen (bajos lazos familiares y afectivos) y cuando sean factores negativos los que expliquen la salida (persecución política, pérdida de bienes o personas altamente valoradas); 2) cuando incorporar los hábitos y costumbres de la sociedad de acogida sea poco costosa y minimice la sensación de “extrañar” la vida anterior, y 3) cuando mayor sea la valoración del nuevo contexto donde se dirijan que permita que pese más la “ilusión” por mejorar la situación pasada que la “nostalgia” por lo que se deja en el camino frente al cambio. Así, en el discurso de los(as) entrevistados(as) se observa que aquellos(as) emprendedores(as) que experimentaron situaciones traumáticas que decidieron su partida, manifiestan en su relato una actitud más desapegada hacia la realidad que dejan detrás y que forma parte de su historia. Por otra parte, habitualmente, a medida que se consolidan van trasladando gran parte de su vida pasada, especialmente la ligada a sus afectos. Si a esto añadimos que la semejanza en las costumbres, propia de una historia de “ir y venir” que conecta ambas culturas, hace más fácil vivir sin “lo de uno”, e incorporar como propio lo que está al alcance, favorecido por la bajas barreras a la integración (idioma, redes sociales, hábitos y conocimiento mutuo de ambas sociedades). Por lo demás, otro aspecto que facilita el manejo emocional es el haber experimentado otras experiencias migratorias previas a la actual, como se citan en los siguientes ejemplos:

---

*“Viví en otros lugares, pero no estuve tanto tiempo como para crear un lugar...como en Israel y Jordania” (E1).*

*“Bueno yo en realidad me decido a venir de Argentina después de realizar algunos cursos de tanatopraxia en Centroamérica y en Miami” (E2).*

*“Viví en Italia cuatro años....trabajé ahí” (E5).*

*“Había vivido un año en Chicago 7 años antes y por eso yo tenía la posibilidad de Chicago y tenía algunos contactos allí pero había vivido ahí estudiando” (E6).*

*“Yo nací en Zárate, una ciudad de Argentina y a los 25 años me mudé a Mar del Plata. Y he encontrado más inconvenientes en esa mudanza de Zárate a Mar del Plata, siendo Argentina, que las que encontré de Mar del Plata a Cataluña o España (...) Aquí si tienes una necesidad, no tienes a tu padre, tu amigo o un conocido. Y bueno, no sabés a quien preguntarle. Pero esas son las derivadas del desconocimiento, pero no porque estés en España. Eso pasa lo mismo aunque estés en Argentina” (E9).*

---

Estas experiencias permiten afrontar problemáticas desconocidas con habilidades adquiridas en situaciones similares en el pasado y que ayudan a resolver las deficiencias que en muchos casos se hacen presentes cuando las redes en la sociedad receptora no han sido extensamente desarrolladas. En otros casos es la propia trayectoria profesional la que va resolviendo estas barreras al inicio. Los antecedentes profesionales, anterior a emigrar, dotan de conocimientos respecto al modo de inserción social y a aspectos que se relacionan directamente con la actividad empresarial, que pueden aprovecharse en el país de destino. En otros casos, es la trayectoria laboral en España la que brinda estas redes, sean de origen laboral por contacto con otros(as) empleados(as) y miembros de la empresa donde se emplean, o bien, por el desarrollo de redes sociales que prosperan con el paso del tiempo y la integración del inmigrante argentino a la sociedad que lo acoge, como se verifican en los siguientes relatos:

---

*“En Argentina trabajé en el ámbito institucional, privado y la universidad (...) todas cosas que siempre me gustaron combinar y dentro de la psicología hacía todo lo que era psicoanálisis, como la mayoría de los argentinos, y psicoterapia. (...) Aporte de la experiencia previa? Totalmente (...) porque yo vine con mucha experiencia, en un campo muy específico” (E1).*

*“Yo en Argentina estaba trabajando, la verdad que muy bien. Muchas horas, pero estaba trabajando muy bien. O sea que en realidad vivía muy bien. No soy de las típicas que se vinieron (...) Yo estaba como encargada en la parte comercial de una empresa que era en el sector de plásticos (...) Y después trabajaba también como coordinadora de eventos en un club del vino. Empecé como secretaria ejecutiva y después me pasaron como coordinadora de eventos (...) ¿Si me sirvió la experiencia? Mirá, yo aprendí sobretodo en la sociedad de enófilos, que así se llaman a los integrantes del club del vino, que los contactos son fundamentales. Era la de ‘los enófilos’ pero después si yo tenía que levantar un teléfono y hablar con un gerente de una empresa el gerente me atendía. Y esa gente también te enriquecía porque te daba ideas a tí y entonces ahí aprendí que los contactos son fundamentales” (E2).*

*“Yo en Argentina trabajaba en empresa fúnebre muy importante de la zona norte, en Tucumán. Yo me encargaba de la parte de gerenciar el sector servicios, donde también estaba la tanatopraxia (...) En un momento yo pensé que podía irme, pedí apoyo a la empresa, y en el 97 comienzo a viajar y a conocer lugares y a participar de cursos a nivel internacional en Guatemala, en Miami, en Colombia y en Venezuela (...) ¿Si me sirvió la experiencia previa en este emprendimiento? En Argentina también*

*vendí elementos de tanatopraxia, o sea que lo conocía...sé donde están las necesidades para comercializar estos productos” (E3).*

*“Yo me recibí en el año 1995 de diseñador pero si bien me recibí en el año 95 ya trabajaba mientras estudiaba (...) trabajaba ya desde los 19 en una óptica por mayor en mi ciudad. Y ya antes de recibirme empecé a trabajar con algunos trabajos particulares, con alguna gente amiga. Y me recibí en el 95. A partir de que me recibí estuve un año trabajando por mi cuenta, haciendo cositas de diseño pero muy freelance, muy poco. Y después, conseguí trabajo en una casa de impresión gráfica que me dio bastante experiencia técnica, por decirlo de alguna manera. Y fui conociendo gente. Vas relacionándote a nivel laboral y a nivel personal con la gente con la cual te vas rodeando en todos los trabajos. En ese trabajo conocí también a alguien muy importante. De ahí me fui a una imprenta muy grande y ahí conocí a esta chica con la cual viví acá en Barcelona. Trabajamos un año también en diseño. Yo ahí estaba de director. Éramos como un grupo de arte dentro de la imprenta, la típica imprenta grande que monta el propio departamento de diseño dentro de la imprenta y nosotros estábamos trabajando ahí adentro y ahí también conocí a otra persona que nos hicimos muy amigos, que era gerente de la parte creativa de la imprenta y él se puso un estudio de diseño independiente y me fui como director creativo con él. Yo me fui con él a un proyecto editorial de una revista y diseño. Pero a partir de esos cuatro años que trabajé con él, me ofrecen un puesto en un cable de la ciudad como director dentro de la parte creativa de ahí pero ya lo rechazo porque ya tenía ganas de venirme. Por ese momento todo el mundo decía que me iba a quedar cuatro meses y que me iba a volver porque allá estaban las cosas bien...dentro de todo laboralmente no me puedo quejar (...) ¿En qué medida influyó? Y mucho, porque es la base de todo lo que soy hasta ahora, o sea, a nivel de estudio fue muy importante por la gente que conocí, los amigos que hice en la parte de estudios. Y a nivel personal tengo recuerdos laborales muy importantes de un par de personas que formaron parte de mi crecimiento profesional, varias personas que influyeron mucho y que marcan un poco tu forma de diseñar” (E4).*

*“De toda la vida yo fui un hombre textil vendiendo al por mayor o con venta al público. Empecé en el año 69 hace 40 años....trabajaba con esto. Empecé a los 18 años vendiendo ropa, poniéndome tiendas vendiendo por mayor, trabajando para una empresa, para otra....recorriendo mi país buscando clientes, haciendo clientes. Venta al por mayor y por menor.... durante 40 años” (E5).*

*“Yo trabajaba en un banco (...) desde los 18 años hasta los 24 que me vine trabajaba en un banco. ¿Si influyó? A ver (...) influyó en el sentido de que tiene algo que ver con la contabilidad y aquí todo lo que era papeles (...) y aquí cuando empecé a trabajar hacía eso, administración, contabilidad” (E6).*

*“Estaba trabajando de auditor junior pero quería cambiar un poco y veía que de ahí a poco tiempo lo de auditoría o no era lo fuerte mío o me hubiera terminado un poco aburriendo. Para ahorrar y tener mi dinero hacía teneduría de libros, hacía la parte impositiva y algo de previsional también. ¿El aporte*

*de la experiencia? Si, fue aprovechar lo que había aprendido en el máster, lo que había conocido de legislación, de impuestos y todo. Al cabo de unos años habíamos sido nosotros los gestores. Hacemos nosotros las registraciones, laboral, renta (...). Mi formación ha sido en administración de empresas y contador público, o sea que tengo las herramientas para saber un poco sobre la gestión, algo de recursos humanos, marketing, así unas pinceladas que hemos visto en la carrera pero claro no me dedico a la auditoría como antes. Los conceptos que he aprendido en la carrera los pude aplicar en los emprendimientos que hice” (E7).*

*“En Argentina trabajé como profesor de informática, hice cursos de reparación de ordenadores, estuve en la mutual de jubilados y pensionados de la nación, haciendo todos trabajos de informática, más que nada (...) Claro que influyó, bueno, mis trabajos en informática. Allí trabajé, y he trabajado de eso...más que nada de informática (E8).*

*“Todo lo que hacemos viene de la formación que tengo ¿no? Y que tiene mi hijo también. Fue muy importante la formación argentina, no voy a dejar de reconocerlo. Porque me vine a los 52 años. Yo las cosas que aprendí no las aprendí en España. Yo tengo la formación de abogado de Argentina y eso hizo que pudiera homologar el trabajo y actualmente yo ejerzo de abogado aquí y en Argentina” (E9).*

*“Yo di clases de francés en la Alianza Francesa cuando no tenía la edad legal para trabajar. O sea que esa fue mi primera experiencia de trabajo, más luego colaboraciones en estudios para concursos y estas cosas. Con mi ex marido hice algunas colaboraciones Estaban en ese momento muy activos en concursos y en proyectos muy interesantes trabajé pero en colaboraciones puntuales (...) ¿Como me ayudó la experiencia previa? Muchísimo, claro. Por supuesto la experiencia profesional mucho. Y la formación, yo vine en el 83. Los arquitectos argentinos teníamos muy buen prestigio, muy bueno, o sea que la gente te recibía muy bien. Pero si que ser arquitecto egresado de la Universidad de Buenos Aires te abría puertas” (E10).*

---

Como se desprende de las informaciones recogidas, los(as) emprendedores(as) valoran su trayectoria profesional en Argentina y su vinculación con su situación actual. Dos conceptos están estrechamente ligados: la experiencia laboral y la formación. La combinación de estas dos condiciones influye directamente en las capacidades emprendedoras de los(as) inmigrantes argentinos(as) en España. Por un lado, brindando herramientas para gestionar el negocio. En otros casos, aportando los conocimientos específicos de la rama empresarial donde se insertan o los contactos necesarios para desarrollar el proyecto emprendedor. Si bien esta influencia es directa, no queda demostrado que ser emprendedor(a) en Argentina sea el aspecto diferencial para entender la creación de las empresas de argentinos(as) fuera del contexto donde desarrollaron su experiencia empresarial. Esto nos permite interpretar que si bien es cierto que dicha experiencia previa brinda al empresario(a) conocimiento gerencial; éste aspecto no es un





#### 8.2.1.4. Las redes y su influencia en el proceso de creación de empresas

El valor del capital las redes sociales del emprendedor(a) a lo largo del proceso de creación de la empresa constituye uno de los puntos claves para determinar cómo surgen los emprendimientos, con qué recursos y con qué posibilidades de desarrollarse y crecer. En el caso de las empresas de inmigrantes, la construcción de las redes es un aspecto fundamental, a tal punto que dan origen al surgimiento de los negocios étnico o “enclaves”. Por lo tanto, la manera en que se conforman las redes define en gran medida el tipo de emprendimiento que se persigue. A nuestro entender, las redes inciden tanto en la visualización y explotación de una oportunidad como en facilitar recursos para su ejecución. Según el análisis de los relatos de los(as) emprendedores(as) las redes formales e informales aportan fundamentalmente información y clientes. Aspectos esenciales al momento de analizar el mercado. La información permite materializar las propias ideas y modelan las motivaciones que llevan a aprovechar una oportunidad, como se muestra en los siguientes ejemplos:

---

*“Mi hermana también trabajaba de comercial y ella empezó a hacer velas artesanales y un día unos chicos la invitaron a participar de una feria artesanal. Y bueno, yo me acuerdo que ese día, yo vivía en Gandía, cuando llegué la ayudé a terminar los lazos y todo eso. Había una feria artesanal muy conocida por esa zona y le dije... ¿qué te parece si llevo las velas y me voy yo y hago la feria? Vendimos un montón (...) Empezamos a hacer ferias, montamos una tienda online, el año pasado y empezamos a entrar a ferias que son muy difíciles de entrar” (E2).*

*“Tenía un compañero de trabajo que nos hicimos muy amigos y empezamos con un proyecto en común de montar algo juntos. Ahí fue cuando empezó todo. Y un uruguayo que trabajamos juntos ahí y después de dos años con este amigo montamos el primer estudio independiente por medio de unos clientes que tenía yo y otros que tenía él y nos pusimos a trabajar juntos” (E4).*

*“Vi morir a mi empresa porque le cogió la crisis y quebró, o sea hizo cesación de pagos y eso fue de alguna manera lo que me ayudó a que nos pusiéramos por nuestra cuenta ¿no? Con mi socio actual desde entonces estamos juntos. Pusimos la asesoría y a partir de ahí nos pusimos por nuestra cuenta. (...) Donde yo trabajaba tenían problemas económicos y desapareció y era una posibilidad para seguir trabajando en el sector donde más o menos trabajábamos y conocíamos” (E6).*

*“Unos familiares que vinieron y encontraron una oportunidad. Montamos la primera empresa que fue el Restaurant a raíz de una oportunidad de negocio. Vimos que había un restaurant que tenía un traspaso relativamente accesible para nosotros, para lo que se podía en aquella época. Después el*

---

*siguiente emprendimiento que tuvimos también fue porque vimos ahí otra oportunidad que nos interesaba, empezar a vender carne argentina. Abrimos la carnicería argentina, encontramos un buen punto céntrico aquí de Barcelona y bueno nos fuimos complementando con el restaurant y la carnicería" (E7).*

*"Cuando tuve reamente todas las herramientas para hacerlo, pues lo hice. De hecho llevo dos años desde el 2007 (...) Al principio cuando empecé con el tema de querer ser emprendedor, trabajar por mi cuenta, mi idea era informática porque es lo que toda mi vida hice. Pero después de mucha experiencia trabajando en telecomunicaciones, me metí en el área esa porque vi que estaba bastante bien, que se podía explotar más" (E8).*

---

Asimismo, los clientes dan sentido a la movilización de recursos y a la proyección del negocio, que unido a las capacidades estratégicas e innovadoras del emprendedor(a), determinan las posibilidades de éxito en el medio y largo plazo. Estos dos aspectos son especialmente importantes en el caso de las estrategias orientadas a abastecer el mercado abierto (Aldrich y Waldinger, 1990). Para el alcance de estos clientes, las redes establecidas fuera de sus relaciones personales con otros de la misma nacionalidad son imprescindibles. Por ello, es importante construir nuevas redes que amplien el alcance de las existentes y favorezcan el acceso a los consumidores. Las siguientes informaciones describen el valor de las redes al comienzo de las iniciativas emprendedoras para comercializar el producto o servicio ofrecido.

---

*"Las primeras derivaciones surgieron del gimnasio, 'tengo una amiga que no sé qué y ni sé cuánto. ¿le puedo dar tu teléfono?'. Después a través de los contactos profesionales en el hospital, 'mira este paciente es para verlo pero no aquí porque esto y porque lo otro'. Y después de los mismos pacientes" (E1).*

*"Los contactos traen gente. La gente que vamos conociendo y dice "Ay mirá, vení que mi amiga tiene" o "yo conocí una chica que..." y eso es muy bueno. El boca a boca es lo que más nos funciona" (E2).*

*"La experiencia previa me sirvió para todo, conseguir clientes también. Uno va buscando alternativas para conseguir clientes. La capacidad de los clientes que vas a conseguir es por referencias. El 90% de los clientes que tengo son por referencia de otro cliente o amigo" (E4).*

*"En el momento que nos pusimos con el emprendimiento la clientela fue viniendo por amistad, por conocimiento, por relaciones y enseguida hicimos inversiones a medida que fue aumentando el volumen de trabajo (...) Todos los que vienen, al menos a nosotros, viene por el boca a boca" (E6).*

---

---

*“Conocemos mucha gente por trabajo o por donde estaba antes. Y bueno...cómo seguir trayendo clientes una vez que los teníamos pues dando buen servicio” (E7).*

*“Los trabajos que he tenido previamente también eran basados en informática y telecomunicaciones, sobre todo en telecomunicaciones. Entonces me ha abierto un poco el campo, he visto proveedores y todo estoy aparte que bueno, pateando. Y aquí en Tarragona más que nada, aquí se necesita mucho el contacto, conocer gente ¿sí? Tener mucho contacto con la gente (...) Digamos, si el amigo...el boca a boca aquí pesa más que cualquier otra cosa...más que la publicidad o que cualquier otra cosa” (E8).*

*“Siempre igual, alguien trae a alguien. Boca a boca. Alguien pregunta a otro quien te hizo no sé qué. El señor del almacén de materiales que hace muchísimo tiempo que a mí me conoce entonces cuando alguien le pregunta quien le puede dar...me llama, por conocimiento” (E10).*

---

De acuerdo a esta información, cabe reflexionar en base a dos interrogantes. En primer lugar, cómo el(la) inmigrante argentino(a) construye sus redes para establecerse por cuenta propia y, en segundo lugar, qué tipo de aportes recibe de dichos contactos. Si bien las redes informales cercanas al emprendedor(a) (familia y amigos de Argentina) son muy importantes durante el proceso de emigrar, y en muchos casos son los que acogen en primera instancia al emprendedor(a) argentino(a) cuando llega a España. Pero, a nivel profesional, los contactos que más colaboran en el proceso son los laborales. Una característica común en los(as) emprendedores(as) argentinos(as) es iniciar su trayectoria laboral en España en empleos en relación de dependencia, como se ilustra en los siguientes fragmentos de las entrevistas:

---

*“Trabajé en el hospital de Reus. Me dieron una beca para hacer un desarrollo en un tema específico que es lo que te decía de la rehabilitación” (E1).*

*“He caminado mucho (...) he trabajado de comercial, he trabajado vendiendo los aparatos estos que purifican el agua. Después trabajé en la multipropiedad en Salou y también trabajé para una instaladora de gas natural” (E2).*

*“Bueno, yo la verdad que tuve suerte porque llegué y a los 15 días de llegar ya conseguí trabajo en una agencia. Conseguí trabajo en este estudio enseguida. El trabajo era bueno porque era de diseñador y para mí era todo nuevo porque yo no sabía cómo trabajaban acá, si había algo distinto, si se manejaban de otra manera” (E4).*

---

---

*“Llevaba la parte administrativa de una empresa de construcción. Lo cual me ayudó porque conocí todo el sector de la construcción” (E6).*

*“Si, estuve empleado y como podía combinar ambas cosas...fueron bastantes años, como 3 años haciendo lo mismo.... Y la verdad es que llevaba un ritmo que ya ...se aguanta porque el sueldo del empleado es seguro y sabes que a fin de mes está ahí y bueno...eso también me servía para saber que podía dedicarme a la empresa, poder aportar y tener un ingreso ¿no?” (E7).*

*“Yo empecé trabajando con...en estudios de arquitectos primero en Madrid y luego en Barcelona. En Madrid con José Ángel Rodrigo que es el arquitecto que hizo la Vaguada, el centro comercial La Vaguada. (...) El primer trabajo de José Ángel lo conseguí porque estaba haciendo un trabajo que me habían pedido de vender ventanas, o sea que vendía cerramientos para obras. Tenía que hacer visitas en frío y una de las visitas fue a José Ángel y hablando y tal se quedó mis datos y después en un momento me llamó que necesitaba ayuda y me preguntó si estaba disponible. Con lo cual yo dejé las ventanas. Después cuando decidí venirme a Barcelona José Ángel me recomendó a un despacho que él conocía...que hacen centros comerciales y me cogieron” (E10).*

---

En algunos casos, este empleo permite acceder a información del mercado donde luego los(as) emprendedores(as) inician sus actividades. En otros, les permite acceder al contacto con potenciales clientes, que pueden ser razón suficiente para independizarse de la empresa donde trabajan. Y, por último, pueden crear vínculos personales y laborales que favorecen la conformación de sociedades e iniciativas empresariales conjuntas. Por lo tanto, la conformación de redes es un elemento clave, según nuestros resultados, en el tipo de emprendimiento que los(as) inmigrantes empresarios(as) pueden planificar. Estas redes, en ocasiones son favorecidas por las posibilidades de acceso al mercado laboral y a determinados círculos sociales que sólo son compartidos por grupos afines. Nuevamente aquí se observa las ventajas de la situación legal que les facilita el acceso al mercado formal de trabajo y los lazos históricos entre españoles y argentinos que beneficia la creación de lazos sociales con nativos, llegando a establecer vínculos profesionales y empresas conjuntas. Estos atributos permiten identificar en el colectivo emprendedor argentino características que le son propias y que los distinguen de otros colectivos, teniendo en cuenta los mecanismos de integración y de conformación de sus redes y el tipo de negocios que establecen.

En este punto es donde se alejan de la definición típica de “enclave” o “negocio étnico” con el que se denomina habitualmente a las empresas creadas por inmigrantes (Whitley y Portes, 1990; Waldinger, 1993; Hum, 2001). Justamente nuestra discusión en este punto se centra en adoptar

una postura crítica en torno a este concepto de “negocio étnico”. Podríamos cuestionar, aún en el caso de describir a una empresa que vende productos culturales, si constituye un negocio étnico o esto depende de las estrategias de inserción que desarrolla para su explotación (orientación de demanda, el tipo de empleo que contrata, etc.). En este sentido, las redes influyen significativamente ya que, en un entorno de negocios ajeno, brindan información para la planificación estratégica del negocio. Estrategia, innovación y demanda garantizan el crecimiento de la empresa que, a nivel agregado, genera un impacto económico positivo.

#### **8.2.1.5. El (la) emprendedor(a) innovador(a) y sus estrategias empresariales**

Si las redes cumplen un papel importante en la detección de una oportunidad existente, dotando de información relevante para la visualización de una oportunidad de negocio, la capacidad innovadora del emprendedor(a), en sentido schumpeteriano, favorece la explotación de oportunidades, hasta el momento consideradas inexistentes. Estas capacidades, en el caso de los(as) empresarios(as) inmigrantes, están relacionadas con las estrategias que implementan para hacer crecer su negocio (introducción de un nuevo producto, nuevos métodos de comercialización, etc.), y con las características de la demanda a la cual se orienta el producto (mercado masivo o étnico). Así, en el caso de los(as) emprendedores(as) analizados(as) en las entrevistas, todos destacan en sus estrategias la necesidad de diferenciarse de la competencia, considerando como empresas rivales tanto las de origen extranjero como las nativas, tal como surge de los siguientes relatos:

---

*“Mirá, la estrategia siempre es brindar cosas que no brindan los demás. Por eso siempre intentamos cuando alguien nos viene con algo, con una idea pensamos primero cómo hacer para satisfacerla dentro de nuestras posibilidades ¿no? Tiene que ver con nosotras y después cómo lo podemos implementar para que sea algo diferente de los demás. (...) Hemos hecho publicidad, hemos invertido lo que no teníamos en publicidad (...) no sé si buena o mala (...) tal vez hemos acertado un poco en la publicidad que hemos hecho y vivimos haciendo. Ahora para Santa Tecla también salimos en la revista (...) o sea (...) en ese sentido pensamos que la gente vea que todavía estamos.” (E2).*

*“Yo al negocio le veo futuro porque el consumo de elementos y artículos funerarios aquí es España es importante, solamente por eso (...) En realidad los clientes acá potencialmente son todos porque todos tienen necesidades importantes y al ser un mercado que cuenta con una cantidad de dinero optima el empresario no sale a buscar precio. El empresario esta siempre en el tanatorio. Entonces es fácil llegar al tanatorio mostrar los productos y venderlos, no pasa como en la argentina que en argentina*

---

*constantemente el empresario está buscando que es lo más barato, de dónde lo traen, como lo traen, como se hacen de mercadería económica (E3).*

*“Uno va buscando y va buscando alternativas para conseguir clientes y viajo mucho por Internet entonces más que nada estoy en los sitios de redes virtuales y me estoy manejando más con estas cosas y con la referencia web. Ahora voy a cambiar mi web, la estoy rediseñando nueva, tengo un par de ideas, de ir un poco en contra de lo que te dije antes, de obtener clientes por relación. Ahora voy a ir a la no relación a ver qué pasa (...) para ver si consigo cosas nuevas” (E4).*

*“Nada...sólo darle la importancia las 24 horas, viendo lo que hace falta, escuchando a la gente lo que necesita en un negocio minorista. Darle lo que la gente quiere y escuchar a la gente” (E5).*

*“Diversificar la cartera, diversificar los sectores y el tipo de actividad lo cual nos permite ir moviéndonos de un sitio a otro según vaya subiendo o bajando el trabajo en distintos sectores” (E6).*

*“Me gusta que es un constante desafío porque no te podés dormir nunca, ese es el tema, o sea no podés pararte nunca porque siempre hay que hacer algo, tenés que innovar en algo, no podés tener la misma carta. Siempre hay que tratar de cada temporada cambiarla. No tratar... cambiarla! Y bueno, así la gente no se aburre siempre le estamos ofreciendo cosas nuevas y que te ayuden a facturar en definitiva (...) Es necesario hacer mucha acción comercial, ser un poco insistente, repartir tarjetas, salir en algún periódico, salir en medios, ir haciendo la página web, buscadores y cosas de estas. Y bueno, ¿cómo seguir trayendo clientes una vez que los teníamos? pues dando buen servicio. Entonces fidelizarlo con eso, con la atención, con el buen producto, con buen precio. Y también una retroalimentación de los antiguos clientes. Tratamos de que entre todos los sitios fluya el cliente de un lado al otro. La carnicería da tarjeta de los dos restaurantes y al revés, el restaurante a la carnicería. Es algo que a todo el mundo le llama la atención (...) ah mirá tenés una carnicería’, como otra opción” (E7).*

*“Hay que intentar más que nada mantener bien a tus clientes, a los clientes que ya están dentro que ya te conocen. Porque mientras más contacto tengas con esos clientes ellos tendrán antes que cualquier cosa la referencia tuya. O sea si yo, por ejemplo, tengo un cliente que viene una vez al año y si yo lo atiendo una vez al año genial pero ya está, cuando a un amigo de él le pase algo, puede recordarme pero difícilmente me va a recordar. Recordará a otro que ha visto una semana anterior o alguna cosa así. Sin embargo, si yo le voy mandando información, lo voy llamando, es más fácil que ese cliente te recuerde a la hora de recomendarte. Y eso es lo que hace que crezca yo un poquito más, que vaya de a poco ampliándome. (...) Mi innovación fue unificar todas las comunicaciones. A ver, hace dos años atrás era toda una novedad. Yo lo hice así porque no lo he visto en ningún sitio. Ahora hace poco, Telefónica sacó esto de “unificamos las comunicaciones.” Lo mismo que dice en la publicidad telefónica por televisión parece leído de la página web mía. Pero resulta que la página web mía está hace dos años” (E8).*

---

---

*“Internet, una herramienta que no le damos la importancia que tiene. Para hacerlo crecer, Internet. En definitiva Internet maneja (...) es lo que maneja todo el desarrollo empresarial. El contacto con el cliente se hace inicialmente por Internet. A ver, obviamente el teléfono, el correo pero Internet es el punto, básicamente es ese. En google estamos saliendo. En el despacho estamos saliendo en Argentina y en España. Entonces a raíz de eso, como los clientes son básicamente con relaciones entre España y Argentina. No creo que sea el único abogado que hace eso pero de los despachos grandes no conozco otro despacho que haga esto” (E9).*

*“Yo estoy desarrollando una especie de especialización y un poco en la línea de esto del ahorro de energía y tal, hacer estudios muy sencillos de reutilización de espacio, o sea sacar el máximo provecho, la máxima gracia y la máxima utilidad con menores recursos y más imaginación que materiales y cosas” (E10).*

---

Las estrategias empresariales se basan en las necesidades de la demanda, integrada por consumidores étnicos y nativos, y en la utilización de estrategias de diferenciación, incorporando tecnologías de la información, procesos creativos y políticas comerciales activas para mejorar el posicionamiento de sus empresas en el mercado (publicidad, prensa y difusión). Un aspecto interesante es que aún en el caso de ofrecer productos de carácter étnico, los(as) emprendedores(as) inician el proyecto teniendo en cuenta las necesidades y las características de un mercado más amplio, siendo su principal objetivo masificar su producto, como se ilustra en el siguiente ejemplo:

---

*“El personal de atención al público es argentino, para respetar un poco que tengan el conocimiento y simpatía de Argentina. Y además, a la gente le gusta que en un sitio argentino lo atienda un argentino. Intentamos que en la atención al público allá argentinos y en la cocina y personal interno tengamos personal catalán. También porque a nivel de trato de alimentos, como normativas y todo, o sea el cocinero catalán ya ha tenido su certificado de manipulación de alimentos, ya había trabajado en sitios aquí y teníamos esa experiencia que nos servía para hacer ese mix de cocina argentina-catalana mediterránea. Hubiera sido muy radical tener a un argentino puro y duro que venga mucho con los prejuicios y la forma de ser de allá y no adapte la cocina al estilo catalán o mediterráneo ¿no? Que si le hubiera pedido al cocinero argentino hacer un bacalao a la llauna que lo sepa hacer. Por eso tenemos contratado personal catalán” (E7).*

---

Una estrategia orientada hacia la oferta de un producto y servicio masivo amplía las posibilidades de innovar, mejoran el posicionamiento de las empresas y facilita la inserción de

estas empresas en el entramado empresarial local teniendo un impacto positivo directo sobre la sociedad de acogida, tanto en términos de generación de riqueza como de creación de puestos de trabajo. Estas ventajas serán amplias siempre que el consumidor nativo incluya dentro de sus preferencias el tipo de producto que el(la) inmigrante argentino(a) ofrece, como veremos en el análisis de las características de la demanda. Resultados que coinciden con las conclusiones propuestas por Aldritch y Waldinger (1990) y a las nuevas propuestas acerca de las diferentes características observadas en los(as) emprendedores(as) por oportunidad que hemos definido en el marco conceptual de acuerdo a los resultados de Chrysostome (2010).

#### **8.2.1.6. Conclusiones finales sobre los factores que inciden en la oferta**

Hasta aquí hemos destacado los aspectos que caracterizan a los inmigrantes argentinos que crean empresas en España. De los relatos obtenidos en las entrevistas, podemos inferir que las habilidades intelectuales, emocionales y relacionales inciden directamente en las potencialidades de estos(as) empresarios(as) para establecer su negocio y tener un desempeño exitoso. Dentro del capital intelectual, consideramos el nivel formativo y la trayectoria laboral, que inciden fundamentalmente en la capacidad de análisis de la información de mercado, en la rapidez con la que los(as) emprendedores(as) pueden adaptarse a un nuevo contexto de negocios y en el potencial innovador, requisito indispensable para iniciar un emprendimiento rentable en la sociedad del conocimiento. El capital emocional, particularmente en los casos en los que encuentran barreras burocráticas legales, juega un rol trascendental para el afianzamiento del individuo y para la toma de decisiones relacionadas con la realización de inversiones que impliquen la radicación a mediano y largo plazo. Por último, el capital relacional, que es importante para la captación de nuevos consumidores sino también para mejorar los flujos de información tanto con proveedores como compradores a través del desarrollo de redes empresariales. Sin la existencia de estos atributos que “emigran” junto al emprendedor(a), las empresas creadas por estos inmigrantes no surgirían, aún cuando la estructura de oportunidades de España fuera favorable para el desarrollo de estas iniciativas. Tal es la importancia de estos atributos que los(as) emprendedores(as) suelen reconocer que lo que guía su proceso es su espíritu emprendedor, como bien lo expresa el siguiente relato de uno de los(as) emprendedores(as):

---

*“Ser emprendedor y emprender tu propia empresa o crear tu propio negocio, lo que sea, es igual hacerlo aquí, en la China, en Argentina o en donde sea. La cuestión es cómo lo enfoques. Sí que es*



*verdad que en algún sitio podés ganar más que en otro y podés tener más ventajas, pero yo creo que es una cuestión más de actitud que de otra cosa. Bueno, eso hace poco que me he dado cuenta de que mucha gente viene buscando aquí cosas que también puede encontrar allí. Y mucha gente también viene aquí y he visto que cometen exactamente los mismos errores que han cometido allí. Y están quejándose de las mismas cosas que se quejaban allí. Entonces si has venido aquí para mejorar y estás exactamente igual... Si es cierto que aquí hay un poco más de estabilidad económica...pero si comenten los mismo errores pues vas a caer en el mismo agujero. Da igual que este aquí o en cualquier lado" (E4).*

---

Puede interpretarse que el(la) empresario(a) tiene condiciones innatas que le permiten visualizar la realidad enfocado a la búsqueda de nuevos retos, aunque, el aprovechamiento de estas oportunidades es mayor o menor de acuerdo a las condiciones del entorno. Sin embargo estas condiciones de contexto no inciden directamente en la vocación emprendedora, sino que predisponen u obstaculizan su desarrollo. A continuación centraremos el análisis en las condiciones del entorno donde se establecen estas empresas a fin de entender cuáles son los aspectos de la demanda que favorecen u obstaculizan el desarrollo de este potencial emprendedor.

### **8.2.2. El análisis de la demanda de capacidades emprendedoras**

La estructura de oportunidades que ofrece un territorio define las condiciones del mercado donde se inserta la empresa, los recursos para llevar adelante la iniciativa (físicos y financieros), y las posibilidades de crecimiento y supervivencia. Tres agentes cumplen un rol preponderante en el proceso de creación de empresas: la sociedad, el Estado y el entorno institucional. La sociedad cumple un doble rol en el proceso emprendedor. Por un lado, pone a disposición un stock de necesidades insatisfechas que originan oportunidades rentables de negocio. Por otro lado, forma parte del capital social del empresario(a). De ahí que tanto en la comercialización del mercado del producto como en la construcción de las redes sociales, adquiere especial relevancia el grado de aceptación del colectivo inmigrante por parte de la sociedad receptora. El Estado cumple un rol activo en cuanto a que establece las políticas de regulación a la inmigración y el marco legal que rige las acciones de los extranjeros en el país. Y, por último, el entorno institucional define las reglas del juego, el acceso a recursos y las posibilidades de vinculación formal e informal de los(as) emprendedores(as). En este epígrafe desarrollaremos

los aspectos que fueron destacados por los(as) entrevistados(as) respecto a importancia que estos agentes tienen en su trayectoria emprendedora.

### 8.2.2.1. Percepción acerca del grado de aceptación de la sociedad española

La inmigración genera un desafío importante tanto para el que emigra como para la sociedad que los recibe. No todos los colectivos migratorios siguen el mismo patrón de inserción y no todos son asimilados de igual forma. El grado de integración social depende en gran medida de las características de ambas sociedades en relación a los patrones culturales (hábitos de comportamiento, idioma, religión, costumbre y tradiciones), y a la historia vinculante entre ambas comunidades. Que exista afinidad entre estos atributos facilita la adaptación del inmigrante al nuevo entorno y el aprovechamiento de sus capacidades en el país de acogida. En los siguientes relatos se ilustra la valoración que los(as) emprendedores(as) argentinos(as) hacen del grado de asimilación del colectivo inmigrante en la sociedad española.

---

*“Mis abuelos son italianos y es lo que pasa allá ¿no? Tener la familia argentina con parientes afuera. En mi caso particular en Italia. Y me iba a ir a Italia pero tengo amigos aquí diseñadores, el idioma y, además, me gusta la ciudad de Barcelona. Y en ese momento no era el furor de ahora. Ya los argentinos acá estamos por todos lados, salen de debajo de las baldosas pero en ese momento no había tantos. Todavía se hablaba de que lindo tono de voz y ese tipo de cosas, ahora ya es común. Ya conocen todos los estilos desde Córdoba, Mendoza, Buenos Aires, Rosario y ya conocen todos los cantitos, dialectos. (...). Fui a Galicia el año pasado de vacaciones y ahí el agradecimiento hacia los argentinos es muy distinto al que hay aquí porque mucho de los españoles que han ido allá son gallegos. En Galicia te encontrás con que todos tienen un familiar en Argentina y viajan mucho” (E4).*

*“La acogida en el 76, por la experiencia mía, realmente los argentinos éramos muy bien vistos, nos trataban con mucho cariño, al menos aquí en Tarragona. Todos tenían un tío, un primo, un abuelo que estaba en la Argentina. Todos tenían historias que contarnos y era muy fácil.... Era muy fácil porque no había tanta inmigración” (E6).*

*“Sabía que a nivel de integración, la herencia familiar que eran españoles, por los abuelos y bisabuelos, el camino lo tenía un poco más allanado. Bueno tenía que, por mis abuelos y bisabuelos había escuchado mucho de España y me llamaba mucho la atención” (E7).*

*“Bueno...será porque soy español. Tengo raíces españolas y me siento muy español. Mis cuatro abuelos son españoles, mi padre nacido en España. Tengo tres apellidos bien españoles. Y realmente me siento,*

*siempre me he sentido como en casa. Yo no noté ningún cambio. Las comidas son iguales, bueno claro, extrañas el asado pero...a ver hasta la Coca Cola es diferente si quieres que sea diferente. El tema es con el color del cristal con que se mire. Si lo miras diferente, si lo miras con mala óptica, hasta la Coca Cola te parecerá fea. (...) Socialmente nos fuimos ubicando muy bien. Realmente vivimos muy cómodos, muy contentos. Nunca hemos tenido problema en España. En Cataluña nos hemos vinculado bien. No pertenecemos a lo que serían las comunidades de argentinos en general, si bien tenemos mucha vinculación por el mismo trabajo con argentinos pero socialmente y familiarmente tenemos algunos amigos conocidos argentinos pero no pertenecemos a grupos de argentinos que están aquí. Yo no puedo decir que extraño...en absoluto. Periódicos argentinos no leo, no veo programas de televisión argentina aunque tengo cable que puedo verlos. Realmente tal vez tengo una vinculación más grande con España que con Argentina” (E9).*

*“A ver, es que es un lugar desconocido pero me imagino que si estás en la China debe afectar claro, si estás en un sitio donde el idioma no lo manejas muy bien sí. Pero aquí no, aquí las mismas dificultades del resto de la población. Pero no, el estar en un sitio extraño? La verdad es que nunca me sentí en un sitio extraño” (E10).*

---

Los(as) emprendedores(as) argentinos(as) destacan las vinculaciones históricas que unen ambas culturas y los beneficios que otorgan la similitud del idioma y las costumbres. España, en el imaginario colectivo argentino, no es un lugar desconocido sino que lo consideran como un ámbito familiar, cuyas costumbres y normas de comportamiento forman parte de la propia historia de los(as) emprendedores(as) al igual que sus rasgos físicos. Estos aspectos los diferencian de otros colectivos inmigrantes. Los(as) emprendedores(as) argentinos(as) pueden leer las señales del mercado mediante la identificación de sus propias necesidades y pueden conocer el mercado donde dirigen el producto aprovechando la experiencia previa adquirida en Argentina. Adaptarse a los cambios de entorno no parece ser una tarea difícil siempre y cuando puedan establecer adecuadamente las redes sociales que le permitan acceder a la información de mercado. Redes que se construyen a partir de la capacidad de integración del emprendedor(a) y de la legitimación que los nativos le da al colectivo inmigrante como grupo “a fin” a esta sociedad cada vez más multicultural. Cabe resaltar que si bien en sus experiencias personales los(as) emprendedores(as) argentinos(as) manifiestan no haber sido “mal recibidos”. Sin embargo, en la situación general de un inmigrante, consideran que en los últimos años la sociedad española ha cambiado en cuanto a su predisposición a integrar a extraños. Los(as) entrevistados(as) que han venido en las primeras olas migratorias así lo destacan:

---

*“Al menos la gente que yo conocí es muy agradable. Todo el mundo buscando un trabajo mejor o peor para intentar solucionarnos el problema. Y a los 20 días ya tenía un trabajo que fue el que me duró hasta que me puse por mi cuenta. O sea que fue una historia sencilla. Por suerte bastante sencilla. (...) Yo creo que en general la gente se ha hecho mucho más intolerante este último tiempo. O sea, últimamente hay mucha menos receptividad, menos solidaridad. Es un problema del miedo también, de la inseguridad. De la inseguridad económica. Eso es una cosa mundial. Siempre atacar al que viene de fuera sobre todo cuando hay crisis y hay problema económico” (E6).*

*“Cuando vine eran otros tiempos y éramos muy bien recibidos. Había además un sentimiento de apoyo y de solidaridad muy grande. Yo muy bien y, además, me hice amigos en mi curso casa y que son amigos que todavía conservo. Tengo una especie de hermana del alma que es española y que la conocí aquí en este curso. Y entonces tampoco tuve demasiada relación con argentinos, no porque no hubiera querido tenerlas ¿no? Y claro en aquel momento se nos recibía muy bien” (E10).*

---

En este sentido, en el discurso de los(as) empresarios(as) argentinos(as) que no han emigrado por razones económicas se destacan calificativos como “sociedad solidaria, receptiva, acogedora”. En cambio, aquellos(as) emprendedores(as) que han llegado en las últimas olas migratorias, dentro del colectivo de “emigrantes económicos”, refieren a un proceso de adaptación más costoso (Actis y Estaban, 2003). Esta situación dual entre la experiencia individual y la colectiva, muestran que la experiencia migratoria depende de las propias acciones para lograr ser aceptado, y no ya de la historia pasada que nos identifica con la sociedad española. La integración, por lo tanto, no depende de la tolerancia y asimilación que tienen los nativos, de acuerdo al estereotipo que construyen de un conjunto de inmigrantes en particular, en este caso, hacia los(as) argentinos(as). En cambio, esta integración se asocia con la actitud individual del inmigrante, independientemente de dichos estereotipos, y sus acciones para ser valorado en la sociedad de destino. Los siguientes ejemplos ilustran esta interpretación.

---

*“Me han dicho, ‘a usted señora ¿quién la va a parar en la calle?’ Claro porque soy blanca, porque no tengo ninguna portación de rostro llamativa diferente. Pero yo pertenezco al conjunto de los inmigrantes. No pertenezco al conjunto de los españoles. Entonces esta situación la padezco igual, que me la hagan a mí o que delante de mí estén diciendo como dicen en la mesa donde vas a renovar el pasaporte, hasta que no tengan (...) ‘estos’. Creo que no son representativos de toda la sociedad pero mientras no haya una actitud consciente, manifiesta y activa de desactivar este tipo de cosas esto termina mal. Hoy es la sociedad española (...) en otro momento fue la sociedad argentina con*

---

*peruanos, bolivianos, paraguayos, etc. Por eso te digo que esto es universal, esto es el psiquismo humano. Quedamos en una actitud adolescente de cerrar al grupo como ideal y a los de afuera como un desastre es que no crecemos. Y en eso tenemos que trabajar bastante, los que funcionan de local y los que funcionan de visitante” (E1).*

*“Creo que nos reciben dentro de todo bien. No excelente, tampoco tienen por qué no? Pero no es como cuando nosotros venía alguien de afuera de Argentina no sé, le sacabas la porcelana, no sé por qué tenemos eso ¿no? `Ah, el europeo que viene (...) Aquí no nos tratan mal...pero tampoco bien. Yo creo que como todo en esta vida hay excepciones y yo que he estado en la calle a mí me han tratado muy mal. Te lo digo de verdad. Vendiendo me han tratado muy mal. Más que por ser argentina yo, después comprendí, pienso que ellos se sienten invadidos no? Porque vienen, les quitan su idioma, hay más castellano parlante y esta sociedad es muy de ellos. Yo pienso que el tema no era que era argentina sino que le estaba hablando en castellano y a lo mejor si yo le hubiera dicho dos palabras en catalán (...) Un poco de ignorancia nuestra también de venir a un lugar y no saber ni siquiera la lengua que se habla. Pero bueno yo soy castellano parlante y vienen mucha gente a mi tienda que me habla en catalán y yo es algo que tengo que remediar, hablar también en catalán” (E2).*

*“La facilidad nuestra es que tenemos las mismas raíces. Yo creo que de entrada recibe bien pero también si ya se empiezan a mezclar temas de trabajo, competencia y temas laborales ya es más complicado porque quizás puede molestar que venga un argentino y porque sea argentino le den un trabajo que puede estar optando otra persona” (E7).*

*“Bien, yo no he tenido ningún problema (...) ninguno ¿eh? Ninguno y al contrario, muy bien. Estoy muy acoplado aquí. No puedo quejarme. Si que se que hay mucho colectivos que (...) a los que no tratan muy bien pero por lo menos al nuestro de momento no hay problema (...) de momento” (E8).*

*“Mi experiencia personal fue muy buena pero no dejo de reconocer que mucho se debe a la forma de presentarnos de cada uno. Presentarnos aquí, en España o en Argentina para (...) cuando va un extranjero o en cualquier lugar del mundo hace que uno tenga que tener una humildad y básicamente respetar a los que están y en función de eso va a ser la respuesta. Yo digo siempre...tengo una frase futbolística que digo que `si vienes con los tapones de punta, te van a sacar los tapones’ (...) Eso pasa aquí, pasará en la Argentina o en cualquier otro lugar” (E9).*

---

Del análisis de las entrevistas surge que los(as) emprendedores(as) separan la experiencia colectiva de los(as) argentinos(as) de la personal, dando especial importancia a las “cualidades” del inmigrante para lograr ser recibido y aceptado como parte de la sociedad. Manifiestan entender la sensación de la sociedad española de sentirse “invadidos”, pero no se consideran dentro del grupo de los “invasores”. Estos inmigrantes otorgan una gran importancia a las

formas de integración que el extranjero propone. No hay inmigrantes “deseados” y “no deseados”, sino “integrados” o “no integrados”. Atribuyen gran parte de los problemas del inmigrante a los propios errores que cometen en su inserción. Y por momentos adoptan el discurso de los propios nativos justificando por qué existen barreras a la diversidad cultural. Otro aspecto que resulta llamativo es la percepción que los(as) propios(as) argentinos(as) tienen de otros(as) argentinos(as), como se ilustran en las siguientes opiniones:

---

*“Argentinos? No les tengo confianza y tengo tres amigos argentinos. Somos muy inteligentes. Si te quedás un año, te vas a dar cuenta que somos muy inteligentes pero entre nosotros es una historia. El 99% vino acá escapando y vienen a conquistar Cataluña. Tenemos la suerte de que no nos molestan. Aparte individualmente les va muy bien. Pero cuando te acercas a un grupo de seis y están hablando, me caen mal” (E5).*

*“Vos sabés (...) yo soy mucho más amigo de un canadiense que de un rosarino. Porque hay muchos rosarinos que viven al lado de mi casa allá que nunca fueron mis amigos y porque estén acá no van a hacerlo. A veces pasa esto de que es argentino, pero tenés afinidad con las personas. Hay personas con las cuales tenés afinidad laboral y puede ser de cualquier país. Eso pasa acá. De que te encontrás con gente muy variada. Eso si es uno de los puntos importante no. Trabajar con distintas culturas” (E4).*

*“Bueno (...) los argentinos nos hemos ganado a pulso que no nos dejen (...) que desconfíen de nosotros en ciertas cosas” (E6).*

---

Este distanciamiento facilita la inserción en otros grupos sociales, especialmente entre los nativos y, a nivel empresarial, este hecho acelera el proceso de acercamiento hacia el mercado y al entramado empresarial. A diferencia de otros colectivos étnicos, cuyo círculo de confianza son otros inmigrantes del mismo origen, en el caso argentino, estos vínculos de lealtad no están presentes, o al menos, no son imprescindibles para su desarrollo empresarial. De hecho, existe una mayor inclinación a contratar empleo local y a asociarse con otros(as) empresarios(as) nativos(as), como ha sido presentado en el capítulo cuantitativo.

#### **8.2.2.2. El papel del Estado y las políticas regulatorias a la inmigración**

El Estado cumple un rol relevante en el desarrollo de las capacidades emprendedoras de los inmigrantes. Por un lado, establece el marco legal que rige la entrada de extranjeros al país, y

por otro lado, elabora políticas que inciden en el “atractivo” de España como región que brinda oportunidades empresariales. Además, incide en las decisiones que los inmigrantes toman al momento de planificar su vida en el país que los recibe. En este sentido, a continuación, se presentan las consideraciones que los(as) emprendedores(as) argentinos(as) entrevistados(as) destacan de la economía española, de sus políticas y su influencia en el proceso emprendedor en España. Fundamentalmente, centramos el análisis en las consideraciones respecto al entorno español como generador de iniciativas empresariales y las barreras al ingreso que los(as) emprendedores(as) argentinos(as) identifican al momento de establecerse en España.

### **8.2.2.3. Valoración de España para la explotación de oportunidades empresariales**

Los empresarios(as) argentinos(as) tienen en cuenta, además de la asimilación cultural y la condición legal, otros aspectos estrechamente relacionados con la planificación del emprendimiento, como los atributos de origen económico y de contexto que definen las posibilidades de éxito de una empresa de nueva creación. La situación geográfica de España, los indicadores socioeconómicos, la infraestructura y el funcionamiento de sus instituciones son factores que los(as) emprendedores(as) consideran al momento de proyectar una idea de negocio. Concretamente, los(as) emprendedores(as) comparan el contexto de origen con las condiciones en el país de destino a fin de valorar las oportunidades que este nuevo entorno ofrece. En los siguientes ejemplos se ilustra la importancia que estos individuos otorgan a los recursos disponibles para materializar su idea de negocio:

---

*“En España no tenés que preocuparte si este mes, pagaste tanto de hipoteca el mes que viene vas a pagar el doble o la mitad. Después no sabes si guardar la plata en el banco o el banco se la queda. Estás gastando toda esa energía mental en ver por donde” (E1).*

*“Estabilidad. Sobre todo creo que en España hay estabilidad... no justamente en este año que es un año particular ¿no? Pero pienso que también el tema de conseguir el dinero acá. Tienen tanto y confían en vos para dártelo” (E2).*

*“España es muchísimo más ordenado, es demasiado ordenado en todo, en todos los sectores incluso del rubro que yo conozco (...) Acá al haber más dinero, es más fácil vender. Es más fácil que te compren. O sea no tenés que hacer demostraciones tremendas para demostrar que un producto sirve y funciona porque ellos mismos lo compran y lo prueban y tienen presupuesto para poder probar distintos productos y saber cuáles son los que necesitan y cuáles no. En la Argentina es al revés” (E3).*

---

---

*“Bueno, principalmente España lo que tiene es que está insertado en Europa. Esa es la suerte que tiene España ¿no? España no es lo que era hace unos años atrás. Ahora con la Unión Europea, España ha crecido mucho. Han aprovechado de la época que les daban dinero para hacer carreteras y todo eso. Y el país (...) tanto las empresas que tienen en Latinoamérica y en todos lados, el sistema bancario es fuerte (...) creo que la economía española ha crecido mucho con el ingreso a Europa (...) España por estar en Europa, tiene más empresas, más desarrollo industrial y más dinero dando vueltas. Y el dinero es lo que hace que la empresa funcione” (E4).*

*“Seguridad, tranquilidad y muchas posibilidades de progresar. Son las tres cosas que Argentina no tiene. ¿Yo que gané? Tranquilidad, gané seguridad y pude progresar, en un contexto normal, sin relaciones políticas, nada. Con tu trabajo, acá, trabajás. Acá, si una persona se va de una empresa, bien o mal consigue una empresa similar y un puesto e ingreso similar aunque se están aprovechando de la gente y han bajado los salarios y bueno eso es normal porque hay una crisis. El 99% de la gente que entra a trabajar entra a trabajar en blanco. Y te ponen en blanco y te pagan todo. Y no se roban la plata de las jubilaciones. Entonces la gente se va a jubilar, se gana la pensión (E5).*

*“Estamos en Europa y supongo que no nos podemos hundir todos ¿no?” (E6)*

*“En principio la estabilidad absoluta ¿no? Acá aún en momentos de crisis se vive una estabilidad mucho mayor de la que vivimos en Argentina en los momentos buenos. Entonces se da que hay un...cierta estabilidad, vas a pedir un crédito y sabés que es a 30 años...bueno ahora no te lo dan porque sabes que hay problemas de crisis (...) pero ya lo volverán a dar. Vas a comprar una casa y la casa cuesta mucho dinero pero te lo dan a pagar a 30 años por el valor de un alquiler (...) Hay políticas a largo plazo que en Argentina no las hay y eso es un tema que marca la diferencia, el hecho de tener un país en serio (...) con todas las falencias que tiene España ¿eh? No estamos hablando de que esto sea la panacea. Pero la proyección a largo plazo es algo que, digamos, es fundamental para un país. Y acá se planifica a largo plazo aún en épocas de crisis. No quiero decir que no hay crisis pero las cosas cuando las comparás con Argentina que es el único lugar con las que la puedo comparar (...) claro si me dicen Suiza es distinto (...) será distinto (...) tal vez sí (...) pero yo la comparo con Argentina y que me vienen a decir!” (E8).*

---

La situación geográfica es un aspecto valorado al momento de decidir radicar la empresa en territorio español. Los(as) emprendedores(as) inmigrantes visualizan un contexto más amplio que comunidad o región donde se radican. Entrar a España es ingresar a Europa. Los(as) emprendedores(as) argentinos(as) idealizan en Europa un conjunto de condiciones que garantizan estabilidad, inversiones y, fundamentalmente, mercado. Entre las virtudes que los(as) argentinos(as) destacan de España es la estabilidad económica y la seguridad jurídica, política y



social, la existencia de normas estables, políticas de largo plazo y el acceso al crédito. Todas condiciones que se ven favorecidas, según los entrevistados, en el marco de la integración económica europea. En el caso específico de Cataluña, comunidad que junto a Madrid lideran en términos de desarrollo económico y de innovación, en España, los(as) emprendedores(as) no destacan condiciones del entorno que hayan incidido en la elección del territorio por sus ventajas competitiva en relación a otras regiones, como se ejemplifican en los siguientes relatos:

---

*“Elegí Cataluña porque a mi marido lo contrataron aquí” (E1).*

*“Mi hermana ya estaba aquí y me dijo no sea cosa que estemos las dos lejos de casa y una esté en Italia y la otra esté en España, así que vení para aquí” (E2).*

*“Porque primero estaba viviendo mi hija acá, la vine a ver y me gustó el lugar” (E5).*

*“Porque el contacto lo teníamos aquí. Y era Cataluña o Chicago, así de sencillo. A mi mujer no le gustaba Chicago así que nos vinimos aquí” (E6).*

*“Es que al tiempo de estar yo en Madrid vino mi padre para aquí. Mi padre sí que venía con un contacto en Tarragona. Se quedaron aquí en Tarragona y por eso...como yo tenía alguna dificultad con el tema de papeles y ellos estuvieron muy bien con ese tema pues me acoplé a ellos” (E8).*

*“Me vine a Barcelona porque trasladaron al que era mi marido. Entonces él se vino primero y yo me fui viniendo a medida que pude ir dejando las obras” (E10).*

---

La elección del territorio se asocia fundamentalmente al reagrupamiento familiar y a la colaboración de las redes informales del inmigrante. Asimismo, en muchos casos, los(as) emprendedores(as) destacan que Cataluña es una región con potencialidades, especialmente en la ciudad Barcelona. Así, se nos informa que:

---

*“Vengo a Cataluña porque...por conocimiento de que era una región bastante potable económicamente. Esa fue la decisión de venirme y donde” (E3).*

*“Cataluña en sí es económicamente más potente que otros lados....no voy a entrar a hablar de política porque yo no tengo ni idea pero ya sabemos las peleas que hay por este tipo de dinero que va para un lado y para el otro” (E4).*

---

---

*“A sí elegir más que Cataluña, la ciudad de Barcelona y tenía un amigo aquí que estuve pasando los últimos días aquí, bueno y al tener a alguien conocido como que es distinto no?, conocer la ciudad, los contactos, los que te llevan los que te recomiendan y más que Cataluña era Barcelona” (E7).*

*“Bueno, por varias razones. En principio era el lugar de España donde más veníamos y porque había unos clientes que tenían intereses aquí. Un tema muy importante era el clima, porque podría haber ido también a Galicia o a Andalucía pero el clima de aquí era un clima que nos agradaba y otro tema era el desarrollo social y económico y era donde mejor considerábamos que se podía vivir” (E9).*

---

En el análisis cuantitativo se ha mencionado, coincidiendo con estos resultados, que las ciudades de mayor tamaño como Madrid, Barcelona o Valencia atraen la radicación de empresas por el aprovechamiento de externalidades productivas, información, cercanía y tamaño del mercado del producto. Pero, no consideramos que existan características que actualmente definan a estos entornos como ciudades tecnológicas. Sin embargo, se reconocen las potencialidades de estas regiones para proyectarse a mediano y largo plazo como centros innovadores y territorios capaces de atraer empresas de base tecnológica. Los(as) emprendedores(as) que se relacionan a actividades basadas en el conocimiento ya reconocen su valor e importancia.

#### **8.2.2.4. Valoración de las políticas migratorias de los residentes en España**

Actualmente, existe un debate en torno a las condiciones que se establecen para el ingreso de inmigrantes argentinos a España. El siguiente fragmento, publicado por un periódico argentino, es significativo, pues resume los principales cuestionamientos que se realizan a las políticas regulatorias establecidas en el territorio español desde Argentina:

**Figura 75: Nota de prensa acerca de las políticas migratorias de España aplicada a argentinos(as)**

¿Por qué un ciudadano español puede trabajar sin mayores restricciones en Argentina y un argentino sólo puede hacerlo excepcionalmente en España y tras salvar múltiples escollos? ¿Por qué un nacional de este país, aunque no tenga residencia legal y cualquiera sea el tiempo que lleve en Argentina, puede andar libremente por sus calles y a un argentino sin residencia legal se lo puede encerrar en un Centro de Internamiento de Extranjeros, con carácter previo a su expulsión, si permanece en España durante más de tres meses? ¿Por qué a un español sólo se le requiere su pasaporte para entrar y permanecer en Argentina y un ciudadano argentino debe acreditar para entrar en España que cuenta para permanecer temporalmente en su territorio con elevadas sumas de dinero, una reserva paga de hotel o una carta de invitación –costosa y sometida a múltiples requisitos y autorizaciones previas– por parte de un español o residente legal y un pasaje de ida y vuelta, entre otros condicionamientos? ¿Por qué ningún español es retenido en los aeropuertos y retornado a su país y muchos argentinos son devueltos al suyo –más de mil en el año 2009 –, en muchos casos aun cumpliendo con esos requisitos? Porque Argentina cumple los tratados existentes entre ambos países y España no.



**Fedearción de Asociaciones Argentinas en España y Europa**

Fuente: <http://www.kaosenlared.net/noticia/pacta-sunt-servanda-espana-argentina-tratados-unen>.

Estos interrogantes reflejan la visión que tiene el colectivo inmigrante de las barreras que enfrentan para ingresar a España, que han implicado, durante el 2008 y según datos de extranjería, que aproximadamente 1000 argentinos(as) hayan sido privados del derecho de ingresar a territorio español<sup>8</sup>. Este resultado se enmarca dentro de las normas establecidas acerca del control migratorio en frontera. Como destaca el trabajo de Esteban et al. (2008), la política de inmigración española se inaugura en 1985 con la entrada de trabajadores(as) extra-comunitarios(as) supeditada a la “situación nacional de empleo”, es decir, se otorgan permisos de trabajo en empleos no cubiertos por el mercado laboral local. Desde 1993, se comienza con la contratación de trabajadores(as) en origen, vía la tramitación de los papeles en el Consulado, con el fin de desincentivar los desplazamientos irregulares. Este mecanismo provocó un ingreso sin precedentes de ilegales, ya que limitó las posibilidades de acceder al empleo desde fuera de las fronteras. Por ello, en el 2004, se reorienta la política migratoria con la nueva ley de extranjería, que adopta el criterio de aceptación según la “situación nacional de empleo”, incorporando los permisos temporales y continuando con la contratación en origen. Adicionalmente, se dispone de procedimientos para regularizar a los que se encuentran en situación ilegal mediante el “arraigo laboral” y la “normalización laboral”.

<sup>8</sup> <http://www.clarin.com/diario/2008/07/05/sociedad/s-01708773.htm>

Si este proceso de legalización es complicado, para el caso de los inmigrantes que desean obtener su permiso de residencia para establecerse por cuenta propia es aún más. Sin embargo, la percepción que tienen los(as) entrevistados(as) acerca de las políticas migratorias y de su funcionamiento difiere de la opinión declarada fuera del territorio español. En las siguientes informaciones se ejemplifican parte de estas apreciaciones:

---

*“¿Las políticas migratorias? Duro. Pasa que yo lo digo desde una situación muy cómoda porque como yo no tuve ese problema. Pero tuve en su momento mucha gente cercana alrededor mío que lo vivió, muy duro, es horrible. Yo pienso que tiene que haber una regulación como la que se hizo hace un tiempo ¿no? Aparte porque con todo esto de la crisis se ha depurado también. Mucha gente se ha vuelto y entonces un poco que la gente que resiste y que trabaja (...) Y que si uno hace las cosas bien con respeto, trabaja, se esfuerza y quiere integrarse en esta sociedad aunque sea portándose bien, ¿me entendés? No vengo a robar. Además el aporte cultural que se puede hacer viniendo de un país nuevo (...) será porque nosotros lo hemos vivido en carne propia ¿no? (E2).*

*“Las políticas migratorias están bien, sí” (E5).*

*“En la Argentina en la época de conventillos y todo eso, siempre se ridiculizaba al extranjero y eso también es un producto de una situación. Es decir que lo que pasa aquí, creo que pasa en todas partes (...) esa es la opinión que tengo yo” (E6).*

*“Yo creo que también hay que tener en cuenta la situación actual, económica y bueno, consensuar muchas cosas ¿no? En su momento han sido flexibles como ha pasado antes y todo eso se fue ajustando y yo creo que ahora también, ya no por el hecho de que no venga gente sino porque cerraron la entrada sino por el hecho de evitar frustraciones a quienes podían venir, quizá, que sepan de que la situación tampoco es tan pujante como antes. No quiero resultar discriminatorio, pero tenemos una realidad que ahora la situación económica no es como antes. Bastantes cosas que no logra absorber la cantidad de extranjeros que intentan arribar. Y quizás por ahí, para no generar situaciones muy negativas por ahí se debería ajustar un poco o controlar un poco más” (E7).*

*“Bueno, estoy siendo un poco hipócrita. Creo que cuando las hacen en masa hay que controlar mucho a quién y cómo” (E8).*

*“Yo creo que tiene que existir. Tienen que existir, existen en todo el mundo, de hecho existen en la Argentina, porque claro, si miramos que la inmigración en España está limitada a los argentinos, los argentinos también limitamos el ingreso de bolivianos, de paraguayos, de peruanos, los cuales tienen muchos más problemas que nosotros en España, para ingresar en Argentina. Algún tipo de política, no digo que estén bien o estén mal las que están porque tampoco soy un experto en eso, pero algún tipo*

---

*de control migratorio tiene que haber y (...) bueno si puede haber en la aplicación o incluso en la ley, algunas cosas que a lo mejor podría ser que hubiera cambiado o que hubiera que cambiar pero es lógico que estén las políticas de inmigración (...) Entonces las políticas migratorias tienen que haber. Claro, cuando uno sufre que quiere entrar en España y no puede entrar porque no tienen (...) bueno si (...) generalmente se encuentran las cosas (...) todos somos hijos de italianos, nietos, bisnietos y cada uno podemos encontrar las raíces. Yo tengo nacionalidad española hace más de 20 años cuando ni siquiera soñaba en venir a España. Pero claro, me dediqué a buscar el certificado de nacimiento de mi abuelo, el certificado de mi abuela y todas las historias. Yo creo que las políticas tienen que estar y las leyes hay que cumplirlas" (E9).*

*"Tanto las política expresa de migraciones y tal como las medidas que no son expresadas pero se están aplicando que son darle vuelta a la gente en el aeropuerto, abusos, el tema de las cartas estas que hay que presentar diciendo que tú te responsabilizas de que el turista se vaya. Todo esto a mí me saca de mis casillas porque me parece de una indignidad total y absoluta" (E10).*

---

Las informaciones anteriores ponen de manifiesto la doble condición de los entrevistados: la de ser un inmigrante argentino(a) que a su vez es un residente español, y de estas dos condiciones, prevalece esta última. En la mayoría de los casos, los(as) emprendedores(as) argentinos(as) reconocen las dificultades para ingresar a España. Sin embargo, no prevalecen valoraciones que consideren a éste un "proceso indigno" al que injustamente se ven sometidos los(as) inmigrantes extracomunitarios(as) argentinos(as) sino, contrariamente, suelen referirse a cierta "negligencia" de aquellos(as) argentinos(as) que no consiguen ingresar legalmente, entendiendo que en el caso argentino es sencillo encontrar la forma de acceder o a la nacionalidad o bien a los "papeles" dadas sus condiciones. De esta forma, los(as) argentinos(as) que están en una situación legal, ya sea por ser comunitarios(as) o tener permisos de residencia permanente, minimizan estos efectos adversos. Ellos analizan la realidad desde la visión de su propio recorrido y su éxito. Por ello consideran que si ellos lo han logrado es porque "se puede lograr", aún su calidad de "inmigrantes".

En su faceta de "ciudadanos de España", los(as) inmigrantes argentinos(as) validan su posición a favor de las políticas regulatorias. Los argumentos se centran en considerar que es necesario regular la entrada y que estas restricciones no acontecen solamente en España, sino que en todas las sociedades que implementan medidas de control, incluida la Argentina. Estos argumentos reafirman la idea de que "el inmigrante que vence las barreras legales, endurece esas barreras hacia los otros inmigrantes", adoptando, en muchos casos un discurso que se asemeja más al de

un nativo que al de un extranjero. En general, los(as) emprendedores(as) argentinos(as) entrevistados(as) no consideran que las políticas regulatorias realicen una discriminación encubierta. Al contrario, consideran en muchos casos, que es el instrumento mediante el cual se evitan “frustraciones” a las expectativas que el inmigrante trae consigo cuando decide emigrar. De esta forma, justifican que en el contexto actual, de crisis y elevados niveles de desempleo, la economía española frene la entrada de extranjeros ante la imposibilidad de absorber la mano de obra local y, por lo tanto, de generar oportunidades de mejora para el inmigrante.

Ambas facetas ponen de manifiesto el carácter individual que tiene el proceso migratorio y el bajo sentido de identidad colectiva manifestada en los relatos de los(as) emprendedores(as) argentinos(as). Estos individuos reproducen el lema de “el que quiere, con esfuerzo y trabajo, puede”. Por otro lado, en este sentido, su discurso tiene un alto contenido idiosincrásico porque destaca las posibilidades diferenciales que tiene la sociedad argentina ligadas a su vinculación histórica con la sociedad española. Vuelve a reflejarse, entonces, la percepción que tienen los(as) argentinos(as) de considerarse un colectivo inmigrante “diferente” al resto de extranjeros extracomunitarios sostenido por el argumento de su origen racial y sus lazos familiares con la cultura europea, especialmente de los países del sur. Por lo tanto, sortear estas barreras dependen más de las propias actitudes y recursos, que el contexto y las normas que las establecen. Así como el papel del Estado es fundamental en el establecimiento de las normas, el entorno institucional, para el análisis del potencial empresarial, es muy importante. Este entorno define las reglas de juego, su funcionamiento (North, 1992) y ofrecen recursos que facilitan y estimulan la capacidad empresarial. En muchos casos, estas instituciones explican por qué muchos inmigrantes desarrollan su vocación empresarial en el contexto español y no la habían realizado en Argentina.

#### **8.2.2.5. El rol de las instituciones y la valoración del entorno institucional español**

El entorno institucional determina en gran parte las oportunidades de explotación de proyectos empresariales. Una de las principales barreras a la creación de empresas en Argentina se relaciona a la inestabilidad institucional que no sólo eleva el riesgo empresarial, sino limita el acceso a recursos imprescindibles para la puesta en marcha del negocio (financiamiento, información, etc.). En el relato, los(as) empresarios(as) argentinos(as) destacan dos ventajas del contexto institucional importantes, en relación a la situación argentina, que son la oferta de financiamiento y el acceso a información relevante para el negocio. El financiamiento es un aspecto clave al comienzo de la empresa y para su posterior expansión. En el caso de los

emprendimientos analizados, éstos se financiaron en su mayoría con capital propio y crédito bancario, como se ilustran en los siguientes párrafos:

---

---

*“Empezamos el emprendimiento con una mano adelante y con otra atrás. Yo creo que sobre todo lo que nos movió es la ilusión. A ver, obviamente una inversión inicial también. Nos autofinanciamos. La tienda la estamos pagando, no es que ya la pagamos. La estamos pagando mes a mes pero en vez de pedir un crédito, nos lo dio la señora que nos vendió el local” (E2).*

*“Cuando recién llegás y querés ser autónomo, para presentar un proyecto, debes contar con todo el dinero. En cambio, ahora una parte de ese dinero fue por el pago único para pasar de cuenta ajena a cuenta propia y otra parte por un crédito que saqué” (E3).*

*“Bueno, los recursos fueron...pedí la ampliación de hipoteca, de forma de tener un capital ahí para comenzar a nivel de traspaso y tener un dinero, una liquidez para trabajar. Pequeños aportes de socios, pero muy pequeños y luego, como ya tenemos una trayectoria, un tiempo trabajando con los mismos bancos, y todo estaba perfecto, no hubo problemas...pedí préstamo y con eso pudimos formar el capital necesario” (E7).*

*“Aquí tengo un despacho de abogados en el cual, por un sistema que existe aquí, tu puedes alquilar una oficina por horas. Con un despacho con una atención telefónica de una secretaria que te llama. Entonces tú pagas la cantidad de horas y la cuota mensual por la atención telefónica. Lo hice con algo de capital y mucho crédito español, obviamente, entonces esto lo pude hacer con el apoyo de la banca española” (E9).*

*“Empezamos con un crédito. Crédito de banco de la caja de arquitectos. Empezamos endeudándonos y bueno ya siempre procuramos no endeudamos demasiado” (E10).*

---

Las condiciones de financiamiento, asociadas a la existencia de un contexto económico estable y a las posibilidades de acceso a las instituciones formales de crédito permiten incentivar la inversión a largo plazo. Asimismo el(la) emprendedor(a) argentino(a) aporta un monto considerable de recursos propios que facilitan el acceso al crédito a través de garantías. A pesar de ello, en lo que refiere al apoyo financiero, existen en las instituciones tradicionales de crédito muchas trabas y restricciones normativas que, en muchos casos, frenan las posibilidades de acceso a empresas innovadoras. Empresas que se caracterizan por tener un alto grado de incertidumbre respecto a sus ganancias futuras y, por tanto, enfrentan serias dificultades para

cumplir con los requisitos establecidos para el otorgamiento de un préstamo bancario. Esta misma idea es extraída en el relato de una emprendedora de la siguiente forma:

---

---

*“Si alguien tiene una buena idea siempre hay que apoyarla. Y esa si es una grandísima diferencia entre Europa y otros países que tuve posibilidad de conocer como Estados Unidos e Israel. Ahí si sos un talentoso y tenés una gran idea el país invierte en vos porque gana con vos...no lo hace de buen interés eh? Pero que es lo que te quiero decir... que la oportunidad la tiene todo el mundo desde sus capacidades. Acá el linaje pesa mucho. No te olvides que esto es el resultado de una historia feudal. Entonces acá todo muy bien hasta que llegas a un punto. Pasa ese punto...eso todavía funciona acá con distintos argumentos” (E1).*

---

---

Si bien, comparativamente, se produce un salto cualitativo importante a nivel institucional en relación al entorno argentino, aún existen fallas en su funcionamiento. Fallas que se acentúan en épocas de crisis como la actual y que, en relación a otras economías avanzadas, pueden limitar el desarrollo innovador en la economía española. Este resultado coincide con el informe del Banco Mundial (2008) que considera que las trabas burocráticas son una desventaja comparativa de la economía española dentro de la Unión Europea. A pesar de estas debilidades, el ambiente institucional sigue siendo altamente valorado por el empresariado argentino en España. Por otra parte, junto a las posibilidades de acceso al crédito, también se destaca el aporte de información relevante para la empresa que brindan las instituciones. Los(as) entrevistados(as) destacan la existencia de asociaciones empresariales, ayuntamientos y programas oficiales que ofrecen apoyo a la emprendeduría, como se observa en los siguientes ejemplos:

---

---

*“No afecta estar en un lugar desconocido para desarrollar tu empresa. Sabés que por Internet encontrás cosas y si no te acercás a los ayuntamientos te dan ayuda” (E2).*

*“Instituciones que funcionan bien hay y yo justamente en este período el próximo paso será vincularme con ellos. Que son el COPCA acá en Cataluña o el ISEX en España, en Madrid, que son instituciones oficiales, que son instituciones que brindan cierto asesoramiento y apoyo.” (E9).*

*“Tenés gente que te ayuda a nivel municipal. Tenés gente que te ayuda a hacer proyectos y te dice si este negocio es viable o no, bajo que coyuntura te va a ir mejor. No sé...la estabilidad ayuda pero también tenés medios para hacer ¿eh? Hay gente que te ayuda...no que te ayuda sino que*



*existe y vos podés ir a pedir ayuda. Acá en Tarragona, nosotras para que nos den un crédito teníamos que hacer todo un lío. Presentar nuestro negocio en papeles, en números, en todo y bueno...nosotras fuimos a una institución y a una persona que todas las semanas nos ayudaba, nos corregía en el tema laboral también. Si vos querés en el mismo paro te ayudan a corregir tu currícul, o sea, tenés un montón de cosas. No te digo que en Argentina no haya porque yo también he buscado cosas en Argentina en su momento cuando fui a hacer lo de la exportación pero hay ayuda pero...no sé...acá son más visibles. No sé si a lo mejor por la experiencia" (E2).*

*"Cada dos por tres hay exposiciones y está en frente del Museo de Arte Moderno y tienen como una asociación de diseñadores. Yo no estoy inscripto allí, ya te digo que nunca me han interesado mucho las asociaciones de diseñadores pero si hay mucha información...Pero lo que pasa también es que todo lo que ha crecido Internet en estos últimos 6 años es impresionante y si bien ya estaba de antes...ha crecido mucho...hay mucha más globalización. De Argentina hay muchas webs de las cuales estoy subscripto que tienen muy buena información y voy a congresos y eso... se accede mucha información aquí. Hay mucho para ver. Lo que tiene Barcelona es que cuando llegué yo en el 2003 era el año del diseño casualmente en Barcelona, entonces era todo sobre diseño. Entonces había exposiciones de diseño que era espectacular. En todos lados había cosas para ver. Había guías de diseño, había el año del diseño y estuvo bien (...) Hay mucha más información acá. Es positivo. Bueno en mi caso particular aquí abajo en Diagonal está el tema de diseño donde me dieron bastante información cuando yo llegué...también dejé mi currícul. Después a la larga me terminan mandando mails, y yo no sabía ni que existía...no sé cómo llegaron a mi después" (E4).*

*"Al principio tenés que enterarte de cómo funciona la administración, normativas, pero luego, yo ya lo he comentado, es bastante llevadero y facilita mucho tener una entrevista con un técnico de sanidad. Y bueno, te vas con todas tus preguntas y con la ley un poco vista por encima y te sacan las dudas. Y bueno, me han ayudado." (E7).*

*"Si tú te quieres formar profesionalmente aquí para empezar una empresa tienes en todos los ayuntamientos, en todas las autonomías o las provincias tienen entidades oficiales que te asesoran cómo hacerlo, como constituir una empresa. Te indican cuales son los temas tributarios, laborales, fiscales (...) eso en Argentina no existe" (E8).*

---

De acuerdo a estos relatos podemos destacar que existen instituciones oficiales que brindan apoyo y asesoramiento en actividades directamente ligadas a la operatoria de una empresa, como los aspectos normativos, fiscales y laborales. Asimismo, existen ayudas para la planificación del negocio a fin de facilitar el acceso al crédito y al conocimiento del mercado. Los(as) emprendedores(as) consideran que no sólo existe apoyo institucional sino que estas

ayudas son visibles para el individuo que decide emprender, reduciendo el coste de búsqueda de información. Si bien el uso de recursos provenientes de fuentes institucionales es bajo, a excepción del sistema financiero, en su gran mayoría destacan que existe la posibilidad de que con el paso del tiempo se tienda a un mayor aprovechamiento de estos recursos.

### 8.3. Diferencias entre emprendedores(as) por necesidad y por oportunidad

Como se ha planteado en el marco teórico, los factores que inciden en la motivación a emprender determinan el grado de impacto de estos emprendimientos sobre el desarrollo económico. Estas motivaciones se asocian a la decisión de iniciar una actividad empresarial aún cuando los agentes pueden optar por el ingreso al mercado formal de trabajo. Así, la condición legal es un aspecto relevante que incide en la ejecución del proyecto emprendedor. En los casos donde los inmigrantes poseen doble nacionalidad (argentina y comunitaria), podemos decir que sí se verifica la hipótesis sostenida por el GEM de “tipo de emprendimiento/procedencia”. Es decir, que existe una relación positiva entre emprendedores(as) comunitarios(as) y emprendimientos por oportunidad. Sin embargo, existen otros casos, de inmigrantes con permiso de residencia existen emprendedores(as) cuya motivación principal es explotar oportunidades empresariales, sin ser comunitarios(as). Lo que les permite emprender por oportunidad es su experiencia profesional, su trayectoria laboral en España previa al inicio de la empresa y su capacidad de asimilarse a la cultura local, orientar su producto al mercado masivo y aplicar estrategias de diferenciación e innovación que los ayuda a crecer a lo largo del tiempo. En los siguientes ejemplos se analizan cada una de estos aspectos.

---

*“Mis papás que me conocen de toda la vida me decían ...hasta que vos no hagas un emprendimiento no vas a ser vos misma...si vayas donde vayas vos sos emprendedora...tenés que hacerlo. (...) Acá estaban muy necesitados de psiquiatras, de médicos especialistas en enfermedades mentales” (E1).*

*“Mi ‘necesidad’ era hacer algo que realmente me guste. Creo que por ahí pasa, obviamente la parte económica también, porque si bien ahora nosotros estamos en una etapa de crecimiento y de reinversión constante, el proyecto es que podamos vivir de esto. Estás poniendo tu energía en tu propio proyecto y no estás en el de otro ¿no? (E2).*

*“Ofertas laborales si tengo. Ocurre que creo que puedo ganar mejor dinero siendo autónomo y trabajando por mi cuenta que trabajando bajo relación de dependencia” (E3).*

---

---

*“Tenía un compañero de trabajo que nos hicimos muy amigos y empezamos con un proyecto en común de montar algo juntos. Montamos el primer estudio independiente por medio de unos clientes que tenía yo y otros que tenía él (E4).*

*“Acá lo más difícil es tener una empresa (...)es ser autónomo. En España y en Europa también. Trabajás 8 horas, tenés el crédito y seguís viviendo. Es difícil ser autónomo. Es mucho más fácil y mucho más rentable ser empleado. Ser autónomo es muy difícil porque trabajos o no trabajos tenés que pagar, los honorarios tenés que pagar” (E5).*

*“Donde yo trabajaba tenían problemas económicos y desapareció y era una posibilidad para seguir en el sector donde más o menos conocíamos” (E6).*

*“Quizás estaba muy tranquilo cuando era empleado en relación de dependencia. Estaba tranquilo, cumplía horario, cumplía mi trabajo, aguantarse un poco las decisiones de arriba pero es lo que tenía en ese momento y bueno, no ha sido por necesidad sino más por inquietud y aprovechar una oportunidad del negocio que se había presentado. Era sentir de que si no lo aprovechaba, o sea yo...lo podía aprovechar otro y me hubiera mordido y me hubiera sabido muy mal de no haberlo pillado a tiempo ¿no? Aprovechar el momento (...) Básicamente fue eso, una oportunidad de negocio que intentamos aprovechar. Después el siguiente emprendimiento que tuvimos también fue porque vimos ahí otra oportunidad que nos interesaba, empezar a vender carne argentina. Buscando oportunidades y viendo surgió este restaurant que ya estaba montado todo, estaba como más desarrollado, tenía 50 años el local, o sea que había una trayectoria por detrás y bueno, por jubilación del antiguo dueño lo tomamos nosotros y ahora tenemos dos restaurantes y la carnicería” (E7).*

*“No, yo no puedo estar bajo el ala de nadie. No es cuestión de ‘no me queda otra’. No me gusta depender de alguien. Prefiero depender de mí. Prefiero saber que si yo no salgo a buscar el trabajo... no puedo pensar que yo estoy trabajando para alguien y que mañana esa persona no va a buscar trabajo y yo que hago. No, no ya lo he hecho mucho tiempo... eso sí lo he hecho más por necesidad. He trabajado para llegar a esto. Si, pero siempre he querido esto más que lo otro (...) Toda la vida quise ser empresario, lo que pasa es que es muy difícil llegar al punto de decirte. Y cuando llegué (...) cuando tuve reamente todas las herramientas para hacerlo, pues lo hice (...) Era tener un poco las ideas claras de lo que quería hacer y dónde quería enfocar todo esto. Que todavía sigue abriéndose el camino, no es cerrado. Al contrario, cada vez más cosas. Pero bueno la idea era un poco tener la base de para dónde quería tirar. Porque al principio cuando empecé con el tema de querer ser emprendedor, trabajar por mi cuenta y esto, mi idea era informática porque es lo que toda mi vida hice. Pero después de mucha experiencia trabajando en telecomunicaciones, pues me metí en el área esa porque vi que estaba bastante bien, que se podía explotar bastante más” (E8).*

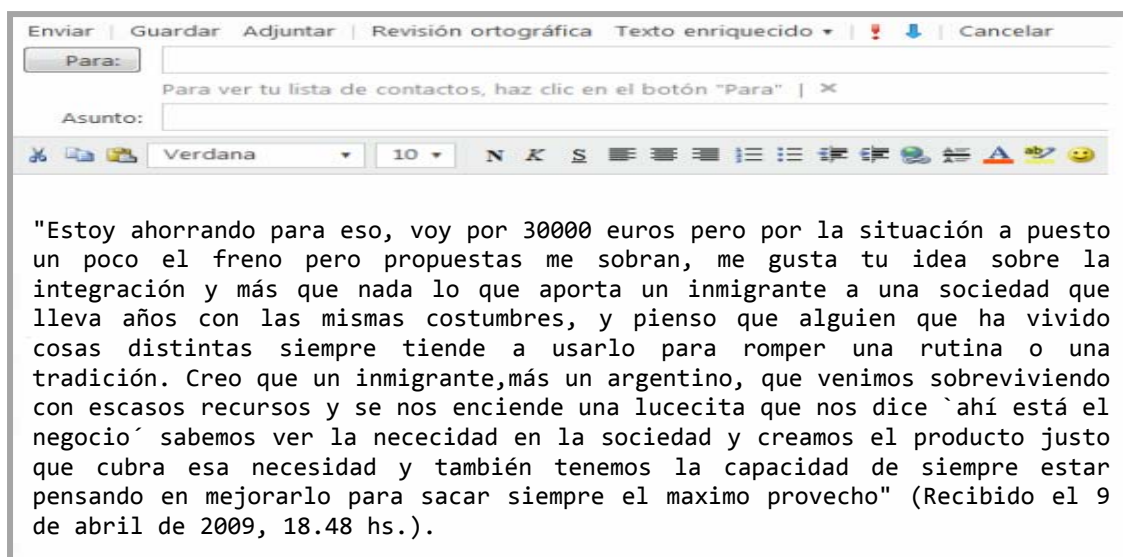
*“Elegimos vivir aquí, luego una vez que elegimos vivir había que buscar cómo. El dinero teníamos no alcanzaba para vivir el resto de la vida. Y porque además, tengo espíritu emprendedor. Estoy en este*

*momento emprendiendo una empresa nueva totalmente ajena a la abogacía, una empresa de ingeniería y la estoy emprendiendo en estos días” (E9).*

*“No, no. Por ‘casualidad’ sí pero no por ‘necesidad’. No, yo la verdad es que nunca...no tengo vocación de funcionaria (...) Yo no (...) yo la verdad es que prefiero trabajar con libertad. Irme moviendo (...) estoy en la universidad también. Me voy moviendo entre lo académico, lo profesional, por ahí me voy organizando y tal. Y bueno, en relación de dependencia creo que me hubiera muerto” (E10).*

El principal atributo que se extrae de esta información de estos individuos es su espíritu emprendedor y actitud proactiva. Los(as) emprendedores(as) entrevistados(as) basan su motivación por emprender en: 1) la búsqueda de independencia y logros personales; 2) la existencia de necesidades insatisfechas en el mercado al que ingresan; 3) la mayor rentabilidad que otorga el empleo por cuenta propia respecto al de relación de dependencia y 4) el coste de dejar pasar oportunidades empresariales. El siguiente email redactado por un inmigrante argentino con vocación emprendedora resume la importancia de estas características al momento de decidir emprender en un nuevo contexto.

**Figura 76: Mensaje de un emprendedor(a) argentino(a) potencial.**



Los aspectos personales ejercen una influencia directa en las motivaciones. De esta forma, la valoración de aquellos empleos que tienen asociados un nivel de riesgo, mayor como son las actividades por cuenta propia, indican la existencia de determinadas características diferenciales

en los(as) emprendedores(as) respecto al resto de la población. Sin embargo, son características que están presentes tanto en los inmigrantes como en los(as) emprendedores(as) nativos(as). En cambio los otros tres aspectos sí se relacionan directamente al comportamiento empresarial del inmigrante.

En primer lugar, las necesidades de mercado (local y étnico) insatisfechas pueden ser identificadas y aprovechadas por los(as) emprendedores(as) inmigrantes cuanto mayor es su semejanza cultural con la sociedad receptora. De esta forma, estos individuos pueden interpretar los nichos de mercado desabastecidos y entender las preferencias de la demanda a la que apunta el producto o servicio que ofrece, favoreciendo su inserción en el mercado masivo.

En segundo lugar, la mayor valoración de los ingresos que obtiene por cuenta propia en relación a los que puede percibir empleándose a terceros. En este sentido, estamos en presencia de individuos que pueden emplearse en el mercado formal de trabajo. Los(as) emprendedores(as) argentinos(as) que previamente han trabajado para otros reconocen que las posibilidades de crecimiento dentro de una empresa local es más limitada para un extranjero que para un autóctono. De esta forma, en el caso del colectivo argentino, la creación de la empresa no responde a la teoría de la marginalidad y es la salida al desempleo, sino que es la elección de la opción más rentable dentro de las disponibles. En síntesis, los(as) emprendedores(as) entrevistados(as) siguen un comportamiento maximizador, donde el coste de oportunidad de desaprovechar una idea de negocio es más elevado que el coste de asumir el riesgo empresarial que está implícita en la decisión de invertir.

Por lo tanto, los emprendimientos por oportunidad iniciados por los(as) emprendedores(as) argentinos(as) en España no son únicamente explicados por su condición legal que los asemeja a otros grupos de emprendedores(as) inmigrantes comunitarios(as). Aún entre los(as) emprendedores(as) no comunitarios(as) se generan iniciativas motivadas por el aprovechamiento de una oportunidad debido a que existe en este colectivo emprendedor con vocación empresarial que, por su semejanza cultural con la sociedad receptora, puede identificar necesidades insatisfechas, reducir la búsqueda de información de mercado, asumir riesgos de inversión y estar alerta para explotar negocios rentables.

## 8.4. Impacto de las actividades empresariales de inmigrantes argentinos

Al analizar iniciativas empresariales de inmigrantes argentinos en España, presentamos los resultados teniendo en cuenta dos criterios. Por un lado, los factores que explican el mayor o menor impacto de estos emprendimientos en el desarrollo económico y, por el otro lado, la ganancia y/o pérdida que obtiene tanto España como Argentina frente a la trayectoria migratoria de estos(as) emprendedores(as). La importancia radica en la posibilidad de verificar los resultados que estudios recientes han destacado de la emigración de argentinos(as) en España. Según Esteban et al. (2008: 63) “las personas que emigran suelen tener una cualificación profesional o incluso un grado elevado de estudios, con lo cual se produce la llamada “fuga de cerebros” o "*brain drain*". No obstante, actualmente se está observando un cierto proceso de *brain gain / circulation* (ganancia / circulación de cerebros) a medio plazo: los recursos humanos cualificados que emigran tienden a volver a vincularse con el país de origen y a extender sus influencias positivas, aunque no regresen definitivamente. Esto se produce a través de nuevas relaciones comerciales, tecnológicas, educativas”. Por ello, en este subepígrafe, se analiza el impacto de las actividades empresariales de los(as) argentinos(as) en base a tres características: 1) las estrategias innovadoras y de diferenciación; 2) el aporte al empleo y 3) las expectativas de crecimiento. Adicionalmente, se describe la situación para Argentina en términos de las vinculaciones empresariales e institucionales de estos(as) emprendedores(as) con la sociedad de origen y sus posibilidades de retorno.

### 8.4.1.1. Respecto a las estrategias empresariales y la innovación

Iniciar un emprendimiento con éxito, en un contexto en principio desconocido, requiere de habilidades relacionales, como hemos expuesto, pero también, del diseño de estrategias de negocio que faciliten la inserción en los mercados y el crecimiento posterior. Una característica común en los(as) emprendedores(as) es ligar parte o la totalidad de sus actividades al conocimiento. Por un lado, emprendedores(as) cuya actividad es el ejercicio profesional que ponen al servicio de otras empresas o particulares (profesionales independientes). Por otro lado, emprendedores(as) con conocimientos tecnológicos, que ofrecen productos estrechamente relacionados a sectores basados en el conocimiento (informática, ingeniería) y que crean productos con alto componente tecnológico (telecomunicaciones, ingeniería industrial, etc.). Por último, emprendedores(as) que inician actividades en sectores tradicionales pero incorporan en

su estrategia recursos innovadores (comercio online, venta por Internet). Véanse los siguientes ejemplos.

---

*“Empezamos a hacer ferias, montamos una tienda online el año pasado. Dijimos de armar la tienda online y bueno (...) como es esto de tener una tienda? Nosotras no nos podíamos permitir pagar un programador. Entonces nos compramos una plantilla. Primero nos bajamos una plantilla de estas gratuitas y vimos que cuando queríamos cargar el producto número 11 no te permitía. Entonces dijimos, bueno, vamos a hacer una inversión si queremos hacer esto. Compramos una plantilla y...¿cómo es que meten los productos y todo eso? Nos mandaron un manual y ahí aprendimos” (E2).*

*“Internet, una herramienta que no le damos la importancia que tiene. Para hacer crecer el negocio, Internet. En definitiva Internet maneja...es lo que maneja todo el desarrollo empresarial (...) Destaco de mi negocio las ganas de que crezca. No en el tema de la profesión de la promoción inmobiliaria que es un tema muy común aquí en España sino en el tema industrial. Es un tema muy específico, muy puntual...me agrada mucho por eso. Si funciona seremos la única empresa española que fabricaremos este tipo de máquinas en España. Y el despacho porque tenemos una característica que no hay muchos que tengan. Así como yo no manejo el derecho mexicano, ni colombiano ni senegalés, manejo bien el argentino y me permite tener esa vinculación ¿no?” (E9).*

*“Yo creo que mi emprendimiento tiene mucho futuro. Yo creo que tiene mucho futuro por donde me voy girando, o sea voy tirándome cada vez más al futuro, a lo que se llevará. Esta es una empresa que va evolucionando a medida que pasa el tiempo. Evoluciona con la tecnología entonces, no sé, siempre intento estar actualizado en todo y la gente con la que trabajo quiere que esté actualizado en todo. Entonces es un poco difícil que vaya a caer así” (E4).*

---

En todos los casos, desde los comercios más tradicionales hasta los servicios más innovadores, reconocen la importancia de diferenciar su producto, y una de las formas de lograrlo es incorporar nuevos canales de comercialización, siendo Internet el más utilizado. De esta forma, amplían su mercado y su red de relaciones y reducen los costes de búsqueda de información. Así, su impacto en el corto y largo plazo para la economía donde operan es favorable ya que los(as) emprendedores(as) tienen predisposición a adaptarse a los cambios en el entorno y a la búsqueda permanente de estrategias que le permitan diferenciarse de sus competidores. Si mediante innovaciones incrementales pueden ganar mercado, esto incidirá directamente en los niveles de empleo, de ingresos, aportes tributarios e inversiones que impactarán positivamente en la economía española.

#### 8.4.1.2. Respecto a la generación de empleo y cooperación empresarial

En un contexto de alto desempleo, como el que transita la economía española, surge nuevamente el argumento que sostiene que el aumento de la inmigración es uno de los factores que explica la falta de empleo. En el caso de los(as) emprendedores(as) inmigrantes también se discute sobre su aporte a la generación de empleo, en cuanto a que en algunos negocios étnicos de estructura familiar, el derrame hacia la sociedad que los recibe es bajo. En las entrevistas analizadas se observan dos tendencias que impactan directamente en la situación de empleo. Por un lado, la política de contratación de empleados(as) y, por otro lado, la tendencia a buscar alianzas y cooperar con otras empresas. En los siguientes ejemplos se observan ambas cuestiones:

---

*“Mi idea es hacer cosas con otras empresas o tiendas en un futuro y ya hemos hablado de hacer cosas con otras empresas, con profesionales o con otras áreas” (E2).*

*“Busco sociedades y convenios con otros autónomos o con gente que si estoy desbordado de trabajo colaboramos, vía Internet o vía personal. Tengo fotógrafos. Son todos colaboradores autónomos externos que pactamos a veces trabajos” (E4).*

*“Empleada tengo una y es catalana” (E5).*

*“He tenido de todo. Mucha gente argentina ha trabajado con nosotros. Lo que distinguimos es entre legales, porque entre otras cosas asesoramos a nuestros clientes que no tengan ilegales por los problemas que hay. Aquí ha trabajado de todo. Gente española lógicamente y gente argentina” (E6).*

*“Soy emprendedor, junto con mi socio tenemos dos restaurantes y una tienda de especialidades argentinas. Estos dos inmigrantes argentinos (nacionalizados españoles) damos trabajo a más de 20 personas, lo cual en estos momentos es una fuente nada despreciable de trabajo y cotizaciones a la Seguridad Social” (E7).*

*“Hay hasta un etíope. Hay de todo, depende para qué, depende para qué faena. Depende para qué tarea hay de todo, si es para cableador, si es para el tema de programación, de los que se ocupan de las configuraciones de equipos (...) depende. Depende para lo que sea se contrata a uno o a otro. O alguna (...) otra empresa. También estoy aliado con alguna otra empresa para eso”. Algunas de Argentina también. El criterio es el que mejor trabaje. Yo busco gente con la que pueda contar. Me gusta trabajar bien, trabajar en buen ambiente. Antes que nada el buen ambiente de trabajo” (E8).*

---



---

*“En este momento el desarrollo de las máquinas lo estamos haciendo con una empresa argentina, que está instalada en Argentina hace 40 años. El resto son todas actividades propias...no estamos asociados” (E9).*

*“Empleados hemos tenido de todo. Hemos tenido colaboradores argentinos sí, y de otros lados también. Pero no especialmente. Ni los buscamos ni tampoco esquivamos. Pero están en igualdad de condiciones” (E10).*

---

En cuanto a la política de contratación del empleo, los(as) emprendedores(as) no manifiestan especial preferencia por contratar fuerza de trabajo argentina, salvo en los casos donde el tipo de empleo lo requiera específicamente (sea por la formación del recurso humano o bien porque se comercializa un producto étnico). Una característica de los(as) empresarios(as) argentinos(as) es su capacidad para interrelacionarse con otros(as) empresarios(as) de diversas procedencias, incluidos los mismos socios de la empresa. Parte de este comportamiento se debe a su trayectoria laboral en España previa la fundación de la empresa, donde la mayoría se emplea en relación de dependencia o realiza actividades formativas, que favorecen las relaciones interculturales. De la misma forma, en la decisión de otorgar empleo, el criterio que siguen es el de ocupar a la persona más idónea para el cargo a cubrir, independientemente de su procedencia. En el relato de los(as) emprendedores(as) se le otorga más importancia a la situación legal de los(as) trabajador(as) (que estén “con los papeles” en regla) que al origen. Asimismo, los(as) emprendedores(as) valoran positivamente las alianzas empresariales y la posibilidad de trabajar conjuntamente con otras empresas. Esta conducta no sólo favorece a la consolidación del entramado productivo donde se insertan sino también les permite compartir información, conocimientos y relaciones que mejoran el entorno empresarial, convierten al territorio en una región atractiva para la radicación de inversiones, incentivan a la internacionalización de sus empresas y favorece al desarrollo de un entorno innovador. Estas estrategias de alianzas y externalización de actividades fomenta la creación de nuevas empresas, impactando directamente en los niveles de empleo y crecimiento económico.

#### **8.4.1.3. Respecto a las expectativas empresariales**

El impacto de los emprendimientos de argentinos(as) sobre el nivel de empleo en un contexto de crisis, similar al que puede observarse en el comportamiento de cualquier empresa de origen nacional. Lo más importante a destacar es la estrategia de contratación más que el número de

empleos que se generan. Si estas empresas a lo largo del tiempo tienden a crecer, la magnitud del empleo, tanto extranjero como nacional, será mayor. Donde puede valorarse su capacidad para aportar con su emprendimiento al crecimiento económico es analizando las expectativas empresariales, que guían las acciones que los(as) empresarios(as) deciden realizar a futuro. En los siguientes párrafos, se ilustra la visión que tienen los(as) emprendedores(as) entrevistados(as) respecto al futuro de su negocio en España y de las expectativas que tienen respecto a la evolución de la economía española.

---

*“Este es un año muy raro..no voy a llamarlo malo sino raro. Para mí esta gente no sabe lo que es una crisis (...) te lo digo sinceramente (...) siempre lo hablamos con mi hermana...si esto es una crisis ojalá fueran todas las crisis así. Es un año muy raro. Yo pienso que la gente tiene miedo en el cuerpo porque le han metido miedo. En vez de enseñarle a ahorrar y a hacer cosas que le irían mejor le han metido miedo. Pero bueno, yo he cubierto mis expectativas. Si este año puedo seguir como estoy, que la gente entre y encuentre lo que quiere y mínimamente una rotación, estaré conforme. Porque yo sé que si yo aguanto esto el año que viene va a ser mucho mejor. Y lo que tengo es unas ganas tremendas. Aparte creo en el producto, creo en lo que vendo. (...)Espero no equivocarme o soy demasiado optimista, no sé. Pero yo pienso que...esto es Europa ¿no? Las inversiones más fuertes las hemos hecho en plena crisis. No escucho lo que dicen en la tele porque si no me corto las venas pero yo soy optimista” (E2).*

*“Si venías de Argentina tenías un valor agregado porque nosotros siempre le damos eso (...) somos mucho más... le sumamos un puntito más gratis a nuestro trabajo. Estamos acostumbrados a vivir en crisis y eso es bueno porque acá con todo esto de la crisis que me comentan.... uno que ya ha estado en crisis real. No esta crisis que todavía podés ir a `Ikea` (...) crisis son otra cosa. Entonces a nosotros no nos asusta tanto todo esto, hay cosas peores” (E4).*

*“Creo que esto se va a mejorar...En esta terrible crisis económica estoy mil veces mejor que en la mejor época de la Argentina, todavía. Para crisis, nosotros. Acá no saben lo que es la crisis ni la saben hacer” (E5).*

*“Si, yo creo que ahora de momento, más como está el contexto, hay que tratar de mantenerse. Mantener, que pase esta época un poco dura y cuando vuelva un período de más pujanza, de más crecimiento quizás ampliar un poco más el negocio. De momento es un poco la situación de quedarme como estamos y aguantemos. También es buena época para alguna oportunidad. (...) Se mejorará, tiene que mejorar, como han empezado los países del norte a mejorar un poco, llevará más tiempo aquí” (E7).*

*“Yo lo veo bien. Yo creo que va a ir bien. Yo creo que cuando esto repunte un poco, mejore un poco a nivel general, España y Cataluña, creo que tiene mucho futuro, por donde me voy insertando” (E8).*

---

*“Estoy contento. No sé si me va bien pero estoy contento. A ver (...) problemas hay siempre, inconvenientes hay siempre. El tema es intentar que las preocupaciones por los inconvenientes no superen los proyectos y no superen los objetivos. Que no te prohíba pensar en el largo plazo, pensar en el objetivo. El día a día no te puede impedir el ver lejos...“el árbol no te puede tapar el bosque“. Ese es mi criterio y después siempre seguir y ser optimista. (...) A lo mejor en el momento que nosotros comenzamos podíamos habernos ampliado mucho más pero no hemos querido por una cuestión de prudencia. Además viniendo de Argentina con los inconvenientes de Argentina que aquí no estaban en ese momento pues decíamos ¿y si se trasladan? Entonces uno tiene esa precaución desde Argentina, de ser argentino que me sirvió muchísimo. Puede haber inconvenientes. No hay seguridad de que no los tengas. Yo que he vivido las situaciones de Argentina y España, aquí hay gente que está en el paro...que están comiendo en el restaurant. En la Argentina te quedás en el paro y no cobrás ni indemnización, ni sueldo ni subsidio ni nada” (E9).*

*“Las expectativas están sobradamente cumplidas, no sé qué pasará de ahora en más pero he logrado vivir de mi profesión y de manera autónoma que eso era una especie de objetivo. Con sobresaltos, con cosas, con tal pero sobreviviendo” (E10).*

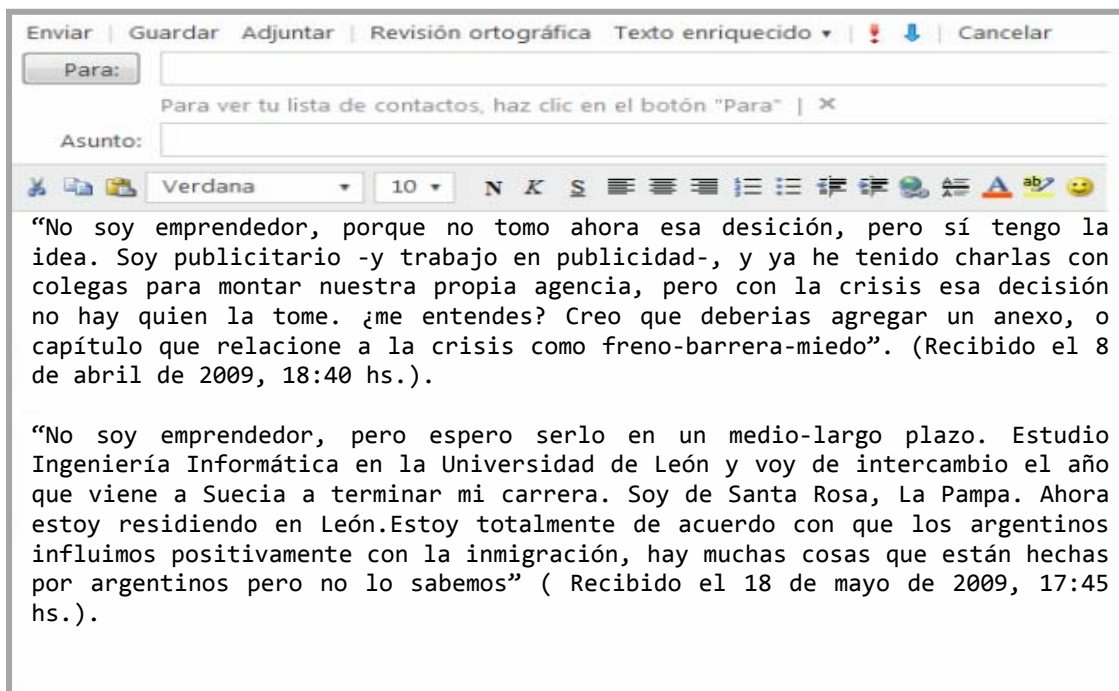
---

Las expectativas futuras de los(as) emprendedores(as) entrevistados(as) son altamente positivas. Un factor que predispone a dicha actitud es la experiencia de vida en Argentina. En el discurso de los(as) argentinos(as), tienden a subvalorar la magnitud de la crisis actual de la economía española. Podemos inferir que la experiencia acumulada en tomar decisiones en contextos turbulentos y de crisis como el de la economía argentina, es una ventaja comparativa que poseen los(as) empresarios(as) argentinos(as) que les permite adaptarse a contextos de crisis menos acentuadas. Frente a esta situación coyuntural, estos individuos pueden visualizar oportunidades, invertir y asumir riesgos que empresarios(as) locales posiblemente no tomarían bajo esta coyuntura. Esta actitud es altamente positiva en dos aspectos. Por un lado, en épocas de baja capitalización y alto desempleo, canalizan flujos monetarios, mantienen el empleo y siguen en actividad. Por otro lado, transforman situaciones negativas en oportunidades rentables, que a largo plazo inciden directamente en el crecimiento económico. Esta capacidad de visualizar ganancias donde otros ven pérdidas define en gran medida las potencialidades del colectivo emprendedor argentino radicado en España.

Junto a las expectativas empresariales de los(as) argentinos(as) que ya han puesto en marcha una iniciativa empresarial, también debe considerarse el impacto favorable que tienen los inmigrantes argentinos con capacidades emprendedoras potenciales, es decir, aquellos

argentinos(as) que tienen intenciones de crear su empresa pero que aún no la han iniciado. Veamos algunos ejemplos de individuos contactados en los grupos virtuales:

**Figura 77: Mensajes recibidos de argentinos residentes en España con potencial emprendedor.**



Existe dentro del colectivo argentino un gran potencial emprendedor, combinado con elevados niveles de formación. La situación coyuntural actual, manifestada a nivel empresarial en las restricciones al crédito, han frenado muchas iniciativas que pueden realizarse si mejoran las condiciones de contexto. Por lo tanto, en muchos casos, estos(as) emprendedores(as) potenciales acumulan experiencia y relaciones en los empleos formales, incrementando sus niveles de ahorro y aguardando una mejora en las condiciones económicas. De esta forma, van gestando la idea empresarial, obteniendo recursos e información del mercado que les permitirá ingresar a futuro con una posición sólida y consolidada que impactará positivamente a la economía española, especialmente aquellas empresas de base tecnológica. De la misma forma que se considera el impacto de las actividades empresariales de los inmigrantes en la sociedad receptora, cabe reflexionar qué sucede en el país de origen. Para ello a continuación se analizan las posibilidades que existen en Argentina de recuperar parte de estas capacidades empresariales que han salido del país.

#### **8.4.1.4. Respecto a las valoraciones de la sociedad argentina y las posibilidades de retorno**

Como se ha analizado en el capítulo cuantitativo, la sociedad argentina afronta un coste elevado por la emigración de personas con elevado nivel formativo, que históricamente ha sido analizado en estudios que interpretan el fenómeno del “*brain drain*” argentino hacia países desarrollados. Por otra parte, hemos demostrado que también existe un proceso que podríamos denominar “*entrepreneurial drain*” que, siguiendo el mismo patrón que en el caso anterior, implica una pérdida de capacidades empresariales que son aprovechadas por el entorno donde se establecen. Es más, en muchos casos, son las propias empresas argentinas las que invierten en la formación de dichas capacidades y generan “*spin offs*” fuera de las fronteras nacionales. Sin embargo, se ha comenzado a hablar del “*brain gain*”, como un proceso que implica una ganancia para Argentina por la vinculación de científicos que residen en el exterior con los nacionales, sin que implique un retorno de los que viven fuera. Siguiendo esta línea argumental, en este apartado se analiza la posibilidad de generar un “*entrepreneurial gain*” donde las empresas radicadas en España planifiquen vinculaciones transnacionales con Argentina. De acuerdo a la información extraída de las entrevistas en profundidad estas posibilidades dependen de las motivaciones de los individuos para salir del país, de las posibilidades de retorno y de las vinculaciones institucionales y empresariales de estos(as) emprendedores(as) con Argentina, aspectos que detallamos a continuación.

Las motivaciones que desencadenaron la salida al país influyen decisivamente en las posibilidades de retorno, en el mejor de los casos, o bien de realizar inversiones o crear empresas en Argentina, aún cuando no implique su regreso. Así, las motivaciones que tuvieron los entrevistados(as) de la muestra para dejar el país fueron:

---

*“Un tema que nos tenía muy mal era la inseguridad” (E1).*

*“Yo desde toda la vida quería venir a vivir....desde que tengo 18 años que quiero vivir en Europa” (E2).*

*“Entonces decido que había más campo en otros lados que en Argentina” (E3).*

*“No me vine precisamente por el lío del 2002, si bien lo del 2002 lo potenció un poquito pero yo (...) más que nada tenía ganas de viajar y trabajar en diseño fuera de Argentina” (E4).*

---

---

*“Me cansé de mi país, de que me robaran, así de fácil. Cuando me cansé...no de quererlo porque lo quiero mucho, pero me cansé de que me pase lo que me pasaba...me cansé...ya ni me enojé (...) me cansé” (E5).*

*“Yo salí en el año 1976 con la beca de Videla. Salimos asustados del país. Nos preocupaba que había una serie de señores que asesinaban a la gente” (E6).*

*“Quería profesionalizarme y mejorar en el aspecto de la administración de empresas y por eso vine a hacer un máster” (E7).*

*“Tenía ganas de irme de Argentina y me fui” (E8).*

*“Mi salida fue más académica que profesional. Me fui a Madrid a hacer urbanismo. Un curso de dos años donde hice los mejores amigos que tengo y todavía los guardo. Tengo amigo...la verdad que muy buenos amigos. Y bueno fue después que a partir de ahí me fui enganchando, me casé, me conseguí un trabajo, después conseguí otro y me fui quedando (...) en el fondo yo me fui quedando, no me vine” (E10).*

---

Dentro de las razones que explican su desplazamiento, se destacan las relacionadas a: 1) inquietudes personales como la de vivir nuevas experiencias y mejorar la formación académica y profesional y 2) argumentos asociados íntegramente al entorno institucional del país (niveles de inseguridad, crisis políticas y económicas). Asimismo, se observa que estas motivaciones personales se relacionan directamente con las posibilidades de crear una empresa en Argentina en el futuro, como se ilustran en los siguientes relatos:

---

*“No tengo ganas de empezar nada en Argentina” (E1).*

*“Una vez lo pensé con un amigo que tenía capital y me dijo: ‘busca algo que vamos a hacer en Argentina’. Y dije, si este pobre chico va a perder todo el dinero, voy a perder la amistad con lo bueno que es. Entonces no. Sé que hay gente que lo ha hecho, gente que tiene dinero, yo no. (...) Hay gente que ha invertido en el campo y tuvo que salir corriendo a vender todo. Tengo amigos que han vivido acá y han vuelto y ahora se quieren morir. También hay gente que vive en Argentina y le va bien” (E2).*

*“Voy a tener que quedarme acá y trabajar desde acá en los dos lugares. Porque es más ordenado. En Argentina hicimos una sociedad de hecho con uno de los distribuidores más importantes que hay que es quien va a distribuir la mercadería que yo mando desde España. Y acá voy a distribuir yo la mercadería que traigamos desde Argentina” (E3).*

---

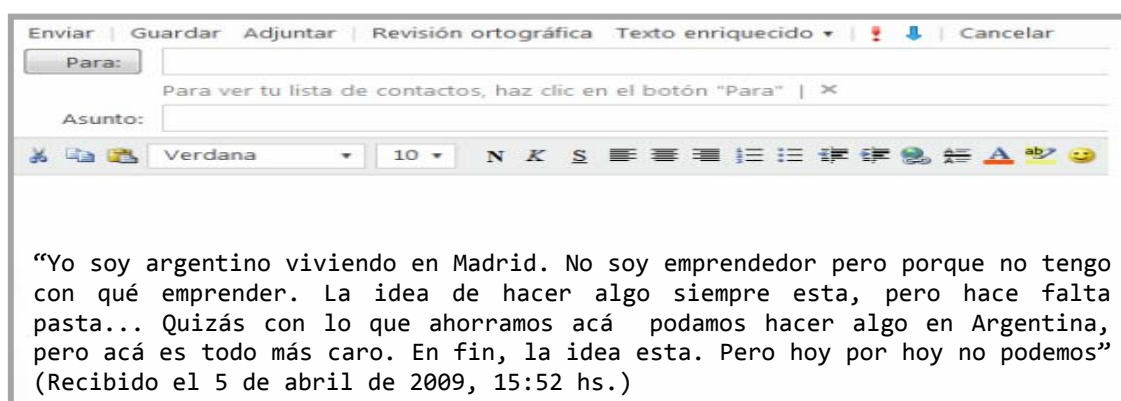
*“Si, podría ser. Bueno, me lo han propuesto. La gente con la que trabajaba allá ya me lo ha dicho para hacer algo, pero siempre todo esto es tiempo y a veces no lo tenés. Quizás si hagamos algo en conjunto con Argentina, con la gente que está allá. Yo siguiendo acá y ellos allá. Lo hago actualmente con proyectos concretos pero no con nada crónico. Yo lo hago con algunos diseñadores amigos en Argentina” (E4).*

*“No, no tengo plata. Cada vez que voy tengo dos o tres amigos que siempre proponen hacer algo...o que aquí está más barato (...) que vendamos (...) que exportemos (...) a ver como lo podemos hacer...pero no está en mis planes (...) no tengo ganas de meterme en nada (...) y menos en una cosa que no pudiera controlar (...) no sé puede tanto” (E6).*

*“El tema de la promoción en Argentina es impensable porque aquí consigues dan créditos al 4% anual o al 3% por año y allá tenés que pagar el 30%. Y además aquí son 30 años y allí te lo dan a 3 años y además allí te dan el 30% y aquí te dan el 80%. Así que por ese lado es impensable. Y el tema del despacho lo sigo teniendo en Argentina pero con un desarrollo muchísimo menor que cuando lo trabajaba” (E9).*

Aquellos(as) emprendedores(as) que se desplazaron por razones positivas, manifiestan una actitud más favorable al inicio de actividades empresariales en Argentina que aquellos que han emigrado por motivos desfavorables. Un aspecto que manifiestan los(as) emprendedores(as), como barrera para iniciar un emprendimiento en Argentina, es la desconfianza hacia el sistema institucional y el alto riesgo que implica invertir capital u obtener buenas fuentes de financiamiento. Pero, los(as) empresarios(as) argentinos(as) visualizan la posibilidad, en algunos casos, de iniciar emprendimientos conjuntos, siempre que puedan generarse los ingresos y planificarse las actividades desde España. Es decir, operar una empresa en Argentina desde el entorno institucional español o con los ingresos que puedan obtenerse en el exterior, como muestra el siguiente ejemplo:

**Figura 78: Posibilidad de crear empresas en Argentina de argentinos residentes en España.**



De estos resultados se puede interpretar que existe la posibilidad de vincular ambas realidades a través de un proyecto empresarial siempre que pueda ejecutarse desde el país de acogida, con recursos obtenidos en España y sin que requiera el retorno al país. Los(as) emprendedores(as) entrevistados(as) no desean volver al país, salvo por motivos personales o familiares, como puede interpretarse a partir de las siguientes informaciones:

---

---

*“Ahora mismo no pienso en volver, la verdad. (...) Y no pido ninguna condición. Lo único que me gustaría es saber que Argentina va mejor especialmente en temas de delincuencia y violencia que fue lo que más me afectó” (E1).*

*“No creo...por el momento no. (...) En vez de emprender allá diría: ` mirá me gustaría tener una casa o un departamento o algo allá por si alguna vez quiero volver en la vejez´. Eso es lo que me tienta (...) fijate vos. (...) Vivir bien le gusta a todo el mundo, yo no conocí a nadie que no le guste vivir bien. Creo que esa sería mi mejor recompensa. Mirá yo pude. Poder decir...mirá lo hicimos con una mano adelante y una detrás. Por esa cuestión más que por decir `ah mirá el dinero que juntó´. El dinero me encantaría tenerlo porque hoy no lo tengo pero te quería decir que es más por una cuestión de logro personal” (E2).*

*“¿A Argentina? Esa es la pregunta del millón. Si te contestara por mi madre te diría que sí porque ella quiere que vuelva. Pero si voy a volver, no lo sé. No te digo ni que sí ni que no. (...) De los 7 años que estoy acá fui tres veces. Y a veces estás allá y tenés ganas de volver, tenés tus cosas acá y tu vida acá. No sé...ahora te digo que no porque no tengo ganas ahora de volver” (E4).*

*“No sé, tiene que llegar el momento. Iría bajo la condición de no tener que ir a trabajar allá” (E5).*

*“No. Yo ahora voy dos o tres veces por año. Viajes cortitos de 15 días...a lo mejor iría dos o tres veces al año con viajes de un mes....pero no haría mi residencia allí. (...) Te soy sincero...no volvería....porque*



---

*tengo cuatro nietos...cuatro hijos...imaginate que no vuelvo. Tengo más vida aquí que en Argentina...y porque me gusta esta sociedad, me encuentro a gusto en esta sociedad y allí me encuentro a gusto con el asado, el dulce de leche y cuatro amigos” (E6).*

*“De momento seguir en Barcelona, en Cataluña. Hay muchos frentes abiertos y hay que cuidarlos (...) Lo que intento o intentaría sería capitalizarme lo más posible acá como para tener un resguardo para la vuelta. O si puedo tener algo produciendo aquí y volver allí sería ideal” (E7).*

*“No. A pasear sí pero no volvería. No tengo nada en Argentina. No he perdido nada allí. La familia que tengo está aquí” (E8).*

*“Yo ahora hace tiempo que no voy, hace tres años que no voy a Argentina. No tengo demasiadas intenciones de ir de paseo salvo si voy por trabajo. Pero en este momento no tengo intenciones de ir (...) No. Tendría que ser...muy muy difícil que vuelva. Yo no puedo decir...ni siquiera me puedo imaginar pensar ahora que haría si volviera. Ya te digo si volviera a la Argentina, sería un extranjero en Argentina...aunque tengo todo mis amigos, la gran mayoría de amigos y de familiares están en Argentina pero sería un extranjero” (E9).*

*“No no...no me iría. Ahora mismo no tengo planes de volver pero tampoco digo que no volveré no sé. Es una puerta y es una posibilidad. Volver a Argentina a mí me gusta. Cuando estoy allí extraño aquí y cuando estoy aquí, o sea siempre extrañas lo que no tienes” (E10).*

---

Aún cuando mantienen lazos afectivos y culturales que quieren conservar, los(as) emprendedores(as) no volverían a vivir a Argentina. Explican esta decisión, por un lado, el afianzamiento y los vínculos que a lo largo del tiempo van construyendo con la sociedad española. Muchos manifiestan un “doble sentimiento” que lleva a “extrañar la nueva patria” como si fuera la propia. Y por otro lado, la asimilación de nuevos hábitos y costumbres de la sociedad española, nuevas reglas de juego, y condiciones de vida que los(as) inmigrantes argentinos(as) residentes en España no están dispuestos a sacrificar.

Podemos concluir que la pérdida de estas personas es prácticamente irreversible. Pero sí es posible vincular estas vidas laborales y personales con el país de origen y ver hasta qué punto, estos individuos pueden hacer de enlaces entre ambas sociedades a fin de obtener una ganancia conjunta para ambos países. Y de esta forma, podamos hablar de “empresas transnacionales” creadas por argentinos(as) en vez de “empresas de argentinos(as) en el exterior”. Para fomentar estas vinculaciones, es necesario conocer el papel que cumplen hoy las instituciones argentinas

en España e identificar cuáles son sus fortalezas y debilidades como agentes vinculantes de ambas culturas.

#### 8.4.1.5. Las vinculaciones de instituciones con los(as) argentino(as) residentes en España

Una de las ventajas que se identifican en el análisis institucional, es la existencia de una amplia oferta de asociaciones argentinas, organismos públicos y convenios que facilitan la inserción de los inmigrantes argentinos en territorio español. En el cuadro 33, se enumera el listado de instituciones oficialmente registradas.

**Cuadro 33: Instituciones argentinas residentes en España**

Tipo de institución	Ubicación	Tipo de actividad
Biblioteca Alberdi	Madrid	Bibliografía especializada
Biblioteca Cátedra Sarmiento	Salamanca	Bibliografía especializada
Colegio Mayor Argentino	Madrid	Alojamiento universitario
Embajada Argentina	Madrid	Representación diplomática
Consulado de Barcelona	Barcelona	Representación diplomática
Consulado de Cádiz	Cádiz	Representación diplomática
Consulado de Vigo	Vigo	Representación diplomática
Consulado de Canarias	Canarias	Representación diplomática
Agrupación Argentinos de Ibiza y Formentera	Baleares	Asociaciones de argentinos
Argentinos de Norte a Sur	Cádiz	Asociaciones de argentinos
Asociación argentina en el País Vasco	Bilbao	Asociaciones de argentinos
Asociación Argentina Pro Derechos Humanos de Madrid	Madrid	Asociaciones de argentinos
Asociación Argentina Sur	Madrid	Asociaciones de argentinos
Asociación argentina "Costa del Sol"	Málaga	Asociaciones de argentinos
Asociación Argentino Castellana de Segovia	Segovia	Asociaciones de argentinos
Asociación Argentinos en Canarias	Canarias	Asociaciones de argentinos
Asociación Argentinos en el Exterior - Andalucía	Andalucía	Asociaciones de argentinos
Asociación Argentinos en el Exterior - Murcia	Murcia	Asociaciones de argentinos
Asociación argentinos sin fronteras	Mallorca	Asociaciones de argentinos
Asociación Casa Argentina de Baleares	Mallorca	Asociaciones de argentinos
Asociación Centro Argentino Navarro	Pamplona	Asociaciones de argentinos
Asociación Comerciantes Argentinos (ACA)	Mallorca	Asociaciones de argentinos
Asociación cultural argentina Manresa	Manresa	Asociaciones de argentinos
Asociación cultural "Amigos de Argentina" de Murcia	Murcia	Asociaciones de argentinos
Asociación de Amigos de Argentina en Aragón	Zaragoza	Asociaciones de argentinos
Asociación de Argentinos "Casa de Mar del Plata en Baleares	Mallorca	Asociaciones de argentinos
Asociación de Argentinos Residentes en A Coruña	Coruña	Asociaciones de argentinos
Asociación de Odontólogos Titulados en la Argentina	Madrid	Asociaciones de argentinos
Asociación de Pintores Realistas Argentinos de Madrid	Madrid	Asociaciones de argentinos
Asociación Hispano Argentina de Galicia	Sgo de Compostela	Asociaciones de argentinos
Asociación Inmigrantes Argentinos en Valencia	Valencia	Asociaciones de argentinos

Asociación Inmigrantes Comarca del Llevant	Llevant	Asociaciones de argentinos
Asociación Residentes Argentinos en Torrent	Torrente	Asociaciones de argentinos
Boletín Argentino	Madrid	Periódico argentino
Casa Argentina de Granada	Granada	Asociaciones de argentinos
Casa argentina de Guipúzcoa	San Sebastián	Asociaciones de argentinos
Casa Argentina de Madrid	Madrid	Asociaciones de argentinos
Casa Argentina de Málaga	Málaga	Asociaciones de argentinos
Casa argentina de Málaga	Nerja	Asociaciones de argentinos
Casa Argentina en Barcelona	Barcelona	Asociaciones de argentinos
Casa Argentina en León	León	Asociaciones de argentinos
Casa argentina en Tenerife	Tenerife	Asociaciones de argentinos
Casa Argentinos en Salamanca	Salamanca	Asociaciones de argentinos
Casa de Argentina en Aragón	Zaragoza	Asociaciones de argentinos
Casa de las Américas de Alicante	Alicante	Asociaciones de argentinos
Casa de Mendoza en España Sede Central en Barcelona	Barcelona	Asociaciones de argentinos
Casa Fueguina en Madrid Norte	Madrid	Asociaciones de argentinos
Casa regional de Buenos Aires y su Provincia	Madrid	Asociaciones de argentinos
Casa Regional de Corrientes en Baleares	Baleares	Asociaciones de argentinos
Casa Regional de la Patagonia en Baleares	Mallorca	Asociaciones de argentinos
Casal Argentino en Tarragona	Tarragona	Asociaciones de argentinos
Casal D'amistat I Cultura Argenti -Català de Girona	Girona	Asociaciones de argentinos
Centro Argentino Burgalés	Burgos	Asociaciones de argentinos
Centro argentino de Almería	Almería	Asociaciones de argentinos
Centro argentino de Asturias	Gijón	Asociaciones de argentinos
Centro argentino de Galicia	Vigo	Asociaciones de argentinos
Centro Latinoamericano de Reus	Reus	Asociaciones de argentinos
Club argentino en Madrid	Madrid	Asociaciones de argentinos
Club Argentino Rosario Central de Cataluña	Barcelona	Asociaciones de argentinos
Comisión Exiliados Argentinos en Madrid CEAM	Madrid	Asociaciones de argentinos
Comunidad argentina en Andalucía	Málaga	Asociaciones de argentinos
Espacio Argentino	Las Palmas	Asociaciones de argentinos
Federación Casa Argentina Balear	Mallorca	Asociaciones de argentinos
Federación Punto de Encuentro de Argentinos en Cataluña	Barcelona	Asociaciones de argentinos
Gestora de Ayuda al Inmigrante Argentino	Toledo	Asociaciones de argentinos
Red Solidaria de Barcelona	Barcelona	Asociaciones de argentinos

Fuente: Embajada Argentina, [http://www.embajadaargentina.es/index.php?option=com\\_frontpage&Itemid=1](http://www.embajadaargentina.es/index.php?option=com_frontpage&Itemid=1)

Las instituciones gubernamentales centran su actividad en aspectos legales y jurídicos de los residentes argentinos en el exterior, mientras que las asociaciones de argentinos, periódicos y colegios ofrecen servicios, en su mayoría, sociales y culturales. Estas asociaciones favorecen la asimilación del inmigrante argentino en la sociedad española, buscando la interrelación entre ambas culturas y el fomento de las relaciones interpersonales. Sin embargo, su aporte al fomento de actividades empresariales es muy bajo, salvo en lo que se relaciona a brindar información relacionada al colectivo argentino, oferta de empleos o red de contactos.

A nivel de financiamiento, programas de ayuda, ferias comerciales o alianzas empresariales, tanto los organismos públicos como las organizaciones argentinas, prácticamente no han desarrollado acciones para el fomento de capacidades emprendedoras o para el desarrollo de mercados, y en el caso que se han desarrollado, han sido acciones aisladas que no han tenido continuidad en el tiempo.

Si bien la base institucional es una ventaja a tener en cuenta, es necesario establecer enlaces de proximidad hacia los residentes argentinos en el exterior. Y este enlace será más importante en la medida en que se difunda su existencia (aumentar el número de argentinos(as) que se acerquen a la institución) y se amplíe la oferta y tipo de ayudas que brindan a los socios (información, financiamiento de proyectos empresariales, incremento de vinculaciones con instituciones locales, etc.). Los siguientes ejemplos manifiestan esta necesidad de acrecentar su participación:

---

*“Respecto a instituciones argentina aquí que brinden ayudas, de verdad es que no he averiguado (...) te lo digo sinceramente (...) Si me decís que hay voy a ir corriendo” (E2).*

*“No, no llegué a hablar con nadie de la Argentina, no llegué al Consulado, nunca llegué al Consulado ni a ningún lugar que dependa de Argentina” (E3).*

*“No sé cómo funcionan así que menos como mejorarlos. Porque los Casales no puedo opinar porque no los conozco. El Consulado argentino sé que tiene la bandera y está ubicado en un buen lugar en Paseo de Gracias y Gran Vía así que está mejor que cualquier consulado de cualquier país” (E4).*

*“A bueno, nunca he recibido nada como empresario. Y como argentino hace ya 20 años..que no lo soy porque ya no estamos dados de alta en el registro (...) más 35 años que ya no estamos dados de alta en el registro de argentinos, no nos mandan ni siquiera la felicitación el 9 de julio o el 25 de mayo (...) tengo que decir que las dos veces que he ido al Consulado por cuestiones de trámites para mi suegro, por ejemplo, por trámites de jubilación, me sorprendió últimamente lo bien organizado” (E6).*

*“La verdad es que al Consulado y casal por necesidad aún no he tenido que recurrir, digamos, para algo muy puntual. Si nos hemos contactado ha sido porque hemos comunicado algún evento que hemos hecho, pero a nivel, digamos, cultural” (E7).*

*“¿Hay casales de Argentina aquí? Sé que está el Consulado, nada más” (E8).*

---

---

*“No tengo experiencia institucional, no puedo hablar de ese tema porque lo desconozco. Desconozco cómo funcionan. He tenido reuniones con el Casal de Tarragona, con el Casal de Barcelona tengo muy buena relación pero en el fondo no conozco cómo funcionan” (E9).*

*“No recibí ayuda pero la verdad es que tampoco la busqué (...) Aunque tampoco, pero tengo más esperanza en lo que puedan hacer los Casales, la gente organizándose sola. Si nos dejan tranquilos podemos hacer más cosas que a partir de las instituciones” (E10).*

---

Nuestros informantes manifiestan no tener conocimiento de las actividades que se realizan en estas instituciones. Además, en ningún caso han requerido asesoramiento o se han acercado a obtener información más allá de las consultas legales y administrativas en la Embajada o Consulados. Por otra parte, se observa una tendencia mayor a utilizar las instituciones locales como Cámaras, asociaciones empresariales locales y programas estatales españoles que las propias instituciones argentinas.

Podemos concluir que si bien existe una base institucional amplia y territorialmente desarrollada que consolida y da respaldo al inmigrante argentino, su utilización por parte de los argentinos residentes en España aún es baja. Si mejorara esta vinculación entre inmigrantes y asociaciones es posible que a largo plazo se puedan sentar las bases para generar proyectos entre países conjuntos y favorecer este proceso de “*entrepreneurial gain*” que proponemos incorporar al análisis del comportamiento emprendedor de los(as) inmigrantes extracomunitarios(as) en Europa.

## **8.5.- Conclusiones**

A lo largo del capítulo se ha analizado la trayectoria socioprofesional de los(as) emprendedores(as) argentinos(as) que inician empresas por oportunidad a fin de entender sus acciones, decisiones y reflexiones en torno a su situación como inmigrantes y a los factores que inciden en la puesta en marcha de sus negocios. Del análisis de las entrevistas en profundidad, y a la luz de la literatura consultada, podemos decir que hablar del colectivo emprendedor inmigrante como un todo homogéneo es reproducir el discurso de entidades públicas y de los propios autóctonos, que asumen características comunes en todos los extranjeros que en muchos casos sólo comparten el rasgo de “no ser españoles”. Asimismo, asumir que todos los(as) emprendedores(as) inmigrantes extracomunitarios(as) crean empresas motivados por la

necesidad frente a las barreras de acceso al mercado formal de trabajo, también es una postura extremadamente simplificada de la realidad.

En el caso de los(as) emprendedores(as) argentinos(as) se han extraído resultados que permiten cuestionar la hipótesis que relaciona la procedencia del inmigrante emprendedor con el tipo de empresa que inicia (oportunidad/ necesidad). Existe un grupo de emprendedores(as) argentinos(as) que han iniciado emprendimientos por oportunidad. Los factores que facilitan este tipo de iniciativas son: la condición legal, las motivaciones, el acceso al mercado formal de trabajo, el grado de asimilación cultural, la experiencia laboral previa a emigrar, la trayectoria laboral en España antes de iniciar la empresa, el nivel de formación del emprendedor(a) y el tipo de producto o servicio que ofrecen. El acceso a la doble nacionalidad y las bajas barreras a la integración del colectivo argentino, facilita la construcción de redes, el acceso a la información del mercado y la disponibilidad de recursos financieros, de alianzas con empresarios(as) locales y de penetración del producto y/o servicio con bajo coste en el mercado general. Asimismo, las condiciones del mercado, el ambiente institucional y la percepción por parte de los(as) emprendedores(as) de un entorno más estable y confiable, son aspectos que inciden en la motivación por emprender actividades en España aprovechando la experiencia previa como empresarios(as) y el aprendizaje adquirido en contextos más turbulentos.

Siguiendo el esquema teórico que se empleó para analizar el proceso de creación de empresas de inmigrantes, se resumen los principales resultados extraídos del análisis cualitativo para el caso argentino. En relación a las condiciones de acceso a la propiedad, se observa que los(as) emprendedores(as) argentinos(as) no acceden a los negocios vacantes que dejan los nativos sino que son capaces de detectar negocio inexistentes o con posibilidades de explotación. Asimismo, son capaces de utilizar los recursos gubernamentales, fundamentalmente en lo que tiene que ver con asesoramiento, información y acceso a recursos financieros de instituciones españolas. En cuanto a las condiciones de mercado, los(as) emprendedores(as) argentinos(as) aspiran y elaboran estrategias que se orientan al mercado abierto, aún cuando ofrecen productos étnicos. Estrategia que se ve favorecida por las bajas barreras de asimilación cultural, que asemeja las preferencias de los consumidores locales con los étnicos. De ahí que los(as) emprendedores(as) visualizan que la región ofrece oportunidades de negocio. Oportunidades que se asocian a las características de la demanda del producto que abastecen, a las bajas barreras institucionales que facilitan el acceso a recursos necesarios para el funcionamiento de la empresa y a las condiciones el entorno socioeconómico (indicadores económico, estabilidad social y jurídica, el mercado ampliado europeo), que facilitan la planificación a mediano y largo plazo.

Respecto a la movilización de recursos, un aspecto a destacar en este colectivo emprendedor es la conformación de las redes empresariales y sociales. Si bien, la existencia de una trayectoria migratoria conlleva a la interrelación cada vez más habitual de los inmigrantes recién llegados con los(as) argentinos(as) ya establecidos(as) (familiares o conocidos cercanos), la utilización de estas redes poco se relacionan con la trayectoria empresarial. En el desarrollo empresarial influyen los contactos que los inmigrantes argentinos establecen en su historia profesional en España. Previa a la constitución de la empresa, con sus compañeros de trabajo, compañeros de estudio, etc. A diferencia de otros colectivos inmigrantes, estas redes profesionales no son étnicas sino que, dada la asimilación cultural, estos individuos establecen relaciones con nativos, a punto tal de favorecer el empleo local y asociarse para la puesta en marcha del emprendimiento con españoles. Por último, en relación a los factores que predisponen a la realización de emprendimientos, la sociedad argentina se destaca por tener un elevado índice de emprendedorismo, lo cual explica el alto porcentaje de emprendedores(as) de este origen en territorio español. Sin embargo, la posibilidad de ejercer dicha vocación emprendedora está relacionada con las barreras migratorias (formales e informales). La doble nacionalidad, la similitud racial, cultural y religiosa inciden en la integración de este colectivo inmigrante, sin incurrir en costes de adaptación al cambio. Por otra parte, las políticas selectivas de migración encubiertas, especialmente en los últimos años, ha favorecido el ingreso de inmigrantes de origen argentino con elevados niveles de formación y recursos financieros propios que constituye la pérdida de mayor impacto económico para Argentina a lo largo de su historia emigratoria. Los(as) emprendedores(as) argentinos(as) entrevistados(as) declaran que la trayectoria socioprofesional influye directamente en la capacidad para elaborar acciones que les permita crear negocios rentables. Parte de estas capacidades son adquiridas en el país de origen, mientras que otras responden a la trayectoria de vida de estos(as) emprendedores(as) en España.

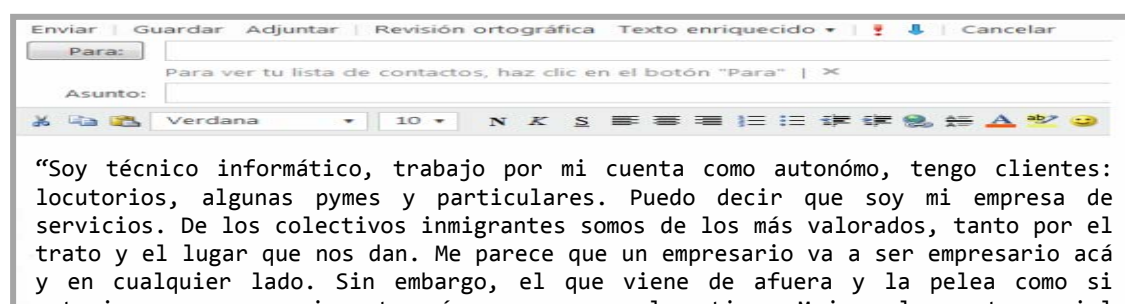
De las capacidades adquiridas en el país de origen destacamos, por un lado, que los(as) emprendedores(as) traen consigo las capacidades y habilidades para desarrollar el negocio, ya sea por su experiencia laboral previa como empresarios(as), o bien, por el aprendizaje realizado en sus empleos en relación de dependencia (conocimientos técnicos, redes y contactos, aprendizaje gerencial, conocimiento de los proveedores y clientes, etc.). Y además, suelen ingresar con recursos propios, generalmente obtenidos por la venta de sus activos en Argentina o de sus ahorros financieros. Esto facilita el acceso a recursos de terceros, tanto porque disminuye el nivel de endeudamiento de la empresa en sus comienzos, como porque ofrecen garantías para la obtención de créditos bancarios. De las capacidades adquiridas en el país de

acogida, diremos que las estrategias relacionadas directamente a la ejecución del proyecto empresarial son elaboradas a partir de la experiencia laboral adquirida en España previo el establecimiento del negocio. Las redes generadas en empleos en relación de dependencia o relaciones profesionales desarrolladas en etapas de formación son elementos claves para la obtención de clientes y proveedores, empleo adecuado para la actividad a emprender e información relevante para la ejecución del proyecto y el desempeño posterior.

De lo expuesto anteriormente podemos concluir que las empresas que crean los(as) argentinos(as) en España no tienen las características atribuidas a los `enclaves étnicos`, como sí están presentes en otros colectivos como los inmigrantes chinos, marroquíes y otros grupos latinoamericanos. Los(as) emprendedores(as) argentinos(as) pueden iniciar proyectos empresariales motivados por la detección de oportunidades de negocio explicado en parte por las características del grupo al que pertenecen y por la estructura de oportunidades del territorio.

Cabe reflexionar, de acuerdo a estos resultados, la definición comúnmente aceptada de “emprendimientos por oportunidad” que relaciona su aparición con la procedencia. De acuerdo a los resultados obtenidos surge el siguiente interrogante: ¿puede atribuirse directamente a la procedencia del inmigrante las posibilidades de crear empresas de oportunidad? El caso argentino muestra que la legalidad puede ser un recurso importante pero no es el único. La trayectoria socio laboral, el perfil emprendedor del inmigrante argentino y el grado de formación influyen directamente en el tipo de emprendimiento. Y en muchos casos son más importantes que ser comunitario o no. En el siguiente mensaje escrito por un emprendedor se confirma esta interpretación:

**Figura 79: Mensaje recibido de un emprendedor(a) argentino(a) en España.**





Para analizar las posibilidades que existe que dentro del colectivo argentino con permiso de residencia (extracomunitario) se generen proyectos en búsqueda de oportunidades empresariales, se volvieron a analizar los datos cuantitativos, esta vez aislando los casos de emprendedores(as) por oportunidad y comparando a aquellos que residen con doble nacionalidad de los que lo hacen con permiso de trabajo. Se consideraron variables de trayectoria laboral, del tipo de emprendimiento, de la vinculación institucional, de la posibilidad de existencia de “*entrepreneurial gain*” para Argentina en ambos grupos y el capital invertido como una aproximación al riesgo empresarial asumido al inicio del proyecto, como se presenta en la siguiente tabla.

**Tabla 50: Emprendedores(as) argentinos(as) “comunitarios(as)” y “extracomunitarios(as)”**

Nacionalidad Aspectos	Categorías	Comunitaria	No comunitaria
Experiencia laboral En Argentina	Empleado(a)	55 (35.6%)	40 (27.5%)
	Empresario(a)	42 (46.6%)	19 (58%)
	Otros	21 (17.8%)	10 (14.5%)
$\chi$	2.259	0.323	X
Sector de actividad	Basada en el conocimiento	52 (43%)	31 (43%)
	No intensivas en conocimiento	71 (57%)	41 (57%)
$\chi$	0.035	0.851	X
Utilización del sistema financiero	Si	49 (54%)	74 (60%)
	No	22 (46%)	49 (40%)
$\chi$	1.520	0.218	X
Crear otra empresa en Argentina	Si	22 (24.4%)	9 (17%)
	No	19 (21.4%)	12 (22.6%)
	Puede ser	29 (32.2%)	23 (43.4%)
	Nunca piensa volver	20 (22.2%)	9 (17%)
$\chi$	2.490	0.477	X
Dinero que aportó al inicio del proyecto	0 €	37 (34.3%)	33 (52.4%)
	De 1 a 20000 €	50 (46.3%)	21 (33.3%)
	De 20001 a 50000 €	11 (10.2%)	7 (11.1%)
	Más de 50000 €	10 (9.3%)	2 (3.2%)
$\chi$	6.934	0.074	√*** (80%)

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la encuesta.

Como se observa en los valores presentados, no existen diferencias estadísticamente significativas en variables asociadas a la estructura de oportunidades ofrecidas por el entorno

español en ambas condiciones legales. Tampoco en las condiciones institucionales para el financiamiento, ni en la probabilidad de que estos(as) emprendedores(as) inicien empresas en Argentina. En el único aspecto donde se identifican diferencias entre ambos grupos es en el monto de capital invertido, siendo mayor en los(as) emprendedores(as) argentinos(as) “comunitarios(as)”.

Este resultado refuerza la idea de que la condición legal es un recurso adicional del que dispone el(la) emprendedor(a) y que le permite reducir el riesgo empresarial. Riesgo que puede ser superior, en el caso del inmigrante, por la incertidumbre de que a futuro no obtenga permiso de residencia, si es extracomunitario. La nacionalidad comunitaria favorece a la planificación a largo plazo, ya que sólo depende de las decisiones del emprendedor(a) y no de decisiones externas. De ahí que las políticas migratorias juegan un rol predominante, tanto en lo que refiere a la retención de capacidades empresariales de residentes extracomunitarios(as) como en su captación a futuro.



## CONCLUSIONES

---

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

FACTOR EMPRESARIAL Y FLUJOS MIGRATORIOS ARGENTINOS A ESPAÑA. UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA

Fabiola Baltar

ISBN:978-84-694-2173-4/DL:T. 1031-2011

## CONCLUSIONES

### **Contraste de la hipótesis y futuras líneas de investigación**

Como hemos desarrollado al comienzo de esta investigación, se ha planteado la cuestión del empresariado étnico desde una perspectiva económica, centrandó el análisis en la innovación y el rol de las instituciones como soporte a la creación de empresas dentro del colectivo inmigrante. Para ello, hemos descrito una extensa literatura relacionada con la función del empresario y de la empresa en el sistema económico, tanto por el impacto que estas actividades tienen en el desarrollo económico como por su capacidad de generar innovaciones, empleo y crecimiento económico. A esta visión general, hemos incorporado las teorías que analizan el colectivo de emprendedores de origen étnico dado que, en la literatura, existen diferencias en cuanto al análisis del impacto económico que tienen sus actividades y las variables que determinan sus motivaciones y desempeño empresarial. De hecho, nos hemos planteado dar respuesta al interrogante acerca de qué dimensiones, dentro del colectivo inmigrante, determinan la creación de emprendimientos por necesidad u oportunidad, dado que se le otorga un elevado peso a la procedencia del emprendedor (comunitario-extracomunitario), en detrimento de otras características, para definir que un emprendimiento surja como un aprovechamiento de una oportunidad o bien como una salida al desempleo y a la marginalidad. Discutir esta dicotomía es relevante en cuanto a que incide directamente en la valoración positiva/negativa a la integración de estos colectivos en la sociedad de destino.

Para comprobar la hipótesis, hemos elaborado un diseño en dos fases. La primera, de carácter cuantitativo, permitió identificar emprendedores(as) argentinos(as) residentes en España, y elaborar perfiles de acuerdo a las características obtenidas de la literatura acerca del empresario(a) y del emprendimiento. Para ello, se diseñó un método de detección de unidades muestrales al no disponerse de una base muestral de la población. Este método novedoso, que hemos desarrollado extensamente en el capítulo metodológico, permitió ampliar el tamaño de la muestra (aspecto criticado en los estudios cualitativos sobre empresariado étnico por trabajar con muestras muy pequeñas) y permitió elevar la representatividad, dada su alcance geográfico y el número de casos detectados dentro del colectivo argentino (criticado, en los estudios cuantitativos, que sólo trabajan con datos censales agregados y carecen de información de grupos particulares). Así, se pudo disponer de una base muestral amplia para la selección de emprendedores(as) por oportunidad para la fase cualitativa.

En la fase de medición cuantitativa, hemos clasificado a los(as) emprendedores(as) argentinos(as), identificados(as) en la investigación, de acuerdo a las características que consideramos esenciales para definir un emprendimiento como de oportunidad o de necesidad; características que se relacionan con la trayectoria laboral previa a la llegada a España, el tipo de emprendimiento iniciado, y las motivaciones que tienen estos(as) emprendedores(as) al momento de decidir ser empresarios(as) en España. A través de un análisis de clasificación por conglomerados, hemos podido comprobar la hipótesis de investigación, es decir, que existe dentro del colectivo argentino un elevado grado de heterogeneidad empresarial. Así, por un lado, emprendedores(as) que responden al perfil de emprendedor(a) por necesidad, es decir, que están excluidos del mercado laboral español y que ven en la creación de esta empresa una salida al desempleo y, por otro lado, un grupo numeroso de emprendedores(as) que inician empresas motivados por la explotación de oportunidades. Un aspecto positivo a destacar de este análisis es que ha permitido abrir esta clasificación dicotómica, identificándose dentro del grupo de emprendedores(as) por oportunidad distintos tipos de “empresarios innovadores”. De ahí que pudimos distinguir entre empresarios innovadores schumpeterianos, que inician empresas en sectores de tecnología (con o sin trayectoria empresarial previa) y empresarios innovadores, desde la conceptualización austriaca, que buscan oportunidades de negocios dónde otros no lo ven (generalmente en sectores tradicionales, con o sin experiencia empresarial previa). De la misma forma, puede verse que el “grado de innovación” está asociado al nivel de formación del emprendedor y determina, en gran medida, el desempeño empresarial. Aspectos como la afinidad cultural, idiomática y los lazos históricos entre ambos países, que en gran parte se materializan legalmente con la nacionalidad, explican las bajas barreras al ingreso al nuevo contexto. El beneficio económico derivado de sus actividades se mide por sus potencialidades innovadoras, su capacidad de generar empleo y ampliar mercados. De hecho, Argentina ha demostrado disponer de recursos humanos capaces de liderar procesos de innovación y promover la competitividad. Asimismo, es fundamental aprovechar el capital relacional que pueden ofrecer las representaciones argentinas en el exterior, vinculando a estos(as) empresarios(as) entre sí, generando redes transnacionales que impliquen transferencia de tecnología, recursos humanos e inversiones que promuevan la mejora económica en ambos países (*entrepreneurial gain*).

Por otra parte, debemos añadir que estas conclusiones fueron contrastadas, en una segunda fase, con el análisis de los relatos de vida de los(as) emprendedores(as) por oportunidad localizados en Cataluña. Del análisis de las entrevistas se concluyó que hablar del colectivo emprendedor inmigrante como un todo homogéneo es reproducir el discurso de las entidades públicas y de los

propios autóctonos, que asumen características comunes en todos los extranjeros que en muchos casos sólo comparten el rasgo de “no nativos”. Asumir que todos los(as) emprendedores(as) inmigrantes extracomunitarios(as) crean empresas “por necesidad” es erróneo. La asimilación cultural y la doble nacionalidad generan bajas barreras de integración del colectivo argentino, facilitando la construcción de redes, el acceso a la información del mercado, la disponibilidad de recursos financieros, las alianzas con empresarios locales y la penetración del producto o servicio en el mercado masivo. Asimismo, los(as) empresarios(as) perciben que el entorno es más estable y confiable, teniendo en cuenta su experiencia previa y el aprendizaje adquirido en contextos muy turbulentos y de crisis. Un aspecto que distingue a este colectivo emprendedor del comportamiento de otros(as) inmigrantes extracomunitarios(as), es la conformación de las redes empresariales y sociales. La existencia de una historia migratoria conlleva a la interrelación cada vez más habitual de los inmigrantes recién llegados con los(as) argentinos(as) ya establecidos(as). Sin embargo, la utilización de estas redes no se relaciona con la trayectoria empresarial. En el desarrollo empresarial influye la conformación de las redes que establecen en su carrera profesional luego del arribo, y previa a la constitución de la empresa (compañeros de trabajo, estudio). A diferencia de otros colectivos inmigrantes, estas redes profesionales no son étnicas, sino que establecen relaciones con autóctonos, tanto en el empleo como para asociarse en el negocio con otros. Estas redes generadas en empleos o relaciones profesionales son elementos claves para la obtención de clientes y proveedores, recursos humanos calificados para el empleo e información relevante para la ejecución del proyecto. Además, suelen ingresar con recursos propios, generalmente obtenidos por la venta de sus activos en Argentina o de sus ahorros financieros. Esto facilita el acceso a recursos de terceros, tanto porque disminuye el nivel de endeudamiento de la empresa en sus comienzos, como por las garantías que ofrecen para la obtención de créditos. En relación a las condiciones de acceso a la propiedad, se observa que los(as) emprendedores(as) argentinos(as) no acceden a los negocios vacantes que dejan los nativos sino que son capaces de detectar negocio inexistentes o con posibilidades de explotación. De las capacidades adquiridas en el país de origen destacamos que los(as) emprendedores(as) traen consigo las capacidades y habilidades para desarrollar el negocio, ya sea por su experiencia laboral previa como empresarios(as), o bien por el aprendizaje obtenido de sus empleos en relación de dependencia (conocimientos profesionales, contactos, conocimiento del mercado). Por lo tanto, las empresas creadas por argentinos, según sus características, no conforman “enclaves étnicos”.



### **Futuras líneas de investigación**

El desarrollo de esta investigación ha implicado la toma de decisiones a nivel teórico, metodológico y empírico que, como hemos mencionado, han permitido alcanzar los objetivos y, también, han mostrado limitaciones que vemos como oportunidades para esbozar posibles líneas de investigación relacionadas con esta tesis. Una primera limitación de esta investigación es el contexto elegido. Aplicar el diseño metodológico en España, permitió discutir la importancia de la asimilación cultural en el proceso de creación de empresas. Sin embargo, se considera importante realizar estudios en el futuro, que apliquen esta metodológica a otros contextos donde existan barreras culturales. De ahí que proponemos realizar estudios comparativos del colectivo argentino residente en otros contextos y compararlos con los resultados obtenidos en esta investigación. Esto permitiría afianzar, mediante nuevas evidencias, el diseño metodológico que hemos creado y ampliar el alcance explicativo de la tesis.

La triangulación de métodos facilitó la validación de los datos utilizados en esta tesis. Sin embargo, dado el alcance temporal de esta investigación, el trabajo cualitativo sólo pudo aplicarse a Cataluña, disminuyendo el alcance de los resultados. Entendiendo que el entorno institucional es clave para analizar el fenómeno emprendedor, otra línea de investigación que proponemos es vincular estas entrevistas con nuevos casos en regiones diferentes de España para analizar las potencialidades emprendedoras de las regiones y como impacta en su desarrollo diferencial.

Asimismo, de acuerdo a los resultados obtenidos en el análisis de los(as) emprendedores(as) por oportunidad, se han abierto nuevas perspectivas que permiten continuar en esta línea teórica, fundamentalmente en la profundización en el estudio de los empresarios trasnacionales. Por ello, proponemos indagar dentro de los(as) emprendedores(as) de la muestra a aquellos que vinculan, mediante sus negocios, ambas economías analizando sus estrategias empresariales, el funcionamiento de este tipo de empresas, la conformación de sus redes y su capacidad de innovación. Consideramos que esta línea de investigación, que es el avance teórico contemporáneo en el estudio de los empresarios inmigrantes, representa un desafío teórico y empírico importante, dada su corta trayectoria en la literatura y la necesidad de explicar el comportamiento e impacto de las actividades, en un mundo cada vez más globalizado. Además, habiendo observado, por un lado, la importancia de la formación educativa en la capacidad de innovación y en la motivación a emigrar de muchos de los empresarios estudiados y, por otro lado, la relevancia que tiene el entorno institucional como soporte de las actividad

empresariales, consideramos como otra futura orientación de nuestra investigación el estudio del rol de las universidades y parques tecnológicos como captadoras de estos recursos humanos cualificados provenientes del exterior y cuál es la capacidad que estas instituciones para promover la creación de proyectos empresariales innovadores dentro del colectivo inmigrante.



## BIBLIOGRAFÍA

---

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

FACTOR EMPRESARIAL Y FLUJOS MIGRATORIOS ARGENTINOS A ESPAÑA. UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA

Fabiola Baltar

ISBN:978-84-694-2173-4/DL:T. 1031-2011

## BIBLIOGRAFÍA

- ABELLA, M. (2006), “Competencia global por trabajadores cualificados”, en: BLANCO, C. (Ed.), *Migraciones. Nuevas modalidades en un mundo en movimiento*, Barcelona: Antropos, pp: 184- 205.
- ACHARYA, K. (2008), “A methodological approach to study hidden populations. The case. Of trafficked women in Mexico City”, *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades*, [online] disponible en: <http://www.docstoc.com/docs/24129771/Redalyc-A-methodological-approach-to-study-hidden-populations/>
- ACOSTA, M.; CORONADO, D.; LEÓN, M. D. y MARÍAN, M. (2004), “Determinantes de producción de patentes en la Universidad. Evidencia a partir de los grupos de investigación andaluces”, *XXX Congreso de la Asociación Española de Ciencia Regional. La política regional en la encrucijada*, Barcelona, 18-19 de noviembre.
- ACQUISTI, A. y GROSS, R. (2006), “Imagined Communities: Awareness, Information Sharing, and Privacy on the Facebook”, *Proceedings of Privacy Enhancing Technologies Workshop (PET)*, Lecture Notes in Computer Science 4258, 36-58.
- ACS, Z. (2006), “How Is Entrepreneurship Good for Economic Growth?”, *Innovations*, 97-107, [online] disponible en: [www.businessgrowthinitiative.org/.../How%20is%20Entrepreneurship%20Good%20for%20Growth.pdf](http://www.businessgrowthinitiative.org/.../How%20is%20Entrepreneurship%20Good%20for%20Growth.pdf).
- ACS, Z. y AMORÓS, J. (2008), “Entrepreneurship and Competitiveness Dynamics in Latin America”, *Jena Economic Research Papers*, 59: 1-37.
- ACS, Z. y ARMINGTON, C. (2006), *Entrepreneurship, Agglomeration and US Regional Growth*, Cambridge: Cambridge University Press.
- ACS, Z. y AUDRETSCH, D. (1988), “Innovation in Large and Small Firms: An Empirical Analysis”, *The American Economic Review*, 78 (4): 678-690.
- ACS, Z. y AUDRETSCH, D. (2003), “Innovation and technological change”, en: ACS, Z. y AUDRETSCH, D. (eds.), *Handbook of entrepreneurship research*, Massachusetts: Kluwer Academic Publisher, Boston.
- ACS, Z.; ARENIUS, P.; HAY, M y MINNITI, M. (2005), *Global Entrepreneurship Monitor. GEM 2004 Executive Report*, Babson: Babson Collage y London Business School.
- ACS, Z.; AUDRETSCH, D. Y EVANS, D. (1994), “Why does the self-employment rate vary across countries and over time?”, *CEPR Discussion Paper*, N° 871.

- ACS, Z.; AUDRETSCH, D. y FELDMAN, P. (1994), “R & D Spillovers and Recipient Firm Size”, *The Review of Economics and Statistics*, 76(2): 336-340.
- ACS, Z.; AUDRETSCH, D.; BRAUNERHJELM, P. y CARLSSON, B. (2004), “The Missing Link: The Knowledge Filter and Entrepreneurship in Endogenous Growth”, *CEPR Discussion Paper*, Nº 4783.
- ACS, Z.; AUDRETSCH, D.; BRAUNERHJELM, P. y CARLSSON, B. (2006), “Growth and entrepreneurship: An empirical assessment”, *Centre for Economic Policy Research Discussion Paper*, Nº 5409: 1-32.
- ACS, Z.; VARGA, A. (2005), “Entrepreneurship, Agglomeration and Technological Change”, *Small Business Economics*, 24 (3): 323-334.
- ACTIS, W. y ESTEBAN, F. (2003), “Argentinos hacia España: ‘sudacas’ en tierras ‘gallegas’”, en NOVICK, S. (Dir.), *Sur-Norte. Estudios sobre la emigración reciente de argentinos*, Buenos Aires: Catálogos, pp: 205-258.
- ACTIS, W. y ESTEBAN, F. (2005), “Argentinos hacia España ("sudacas" en tierras "gallegas"): El estado de la cuestión”, [online] disponible en: <http://www.institutoargentino.com/images/INMIGRACION%20ARGENTINA.pdf>
- ACTIS, W.; ESTEBAN, F. (2008): “Argentinos en España: inmigrantes pese a todo”, *Migraciones*, 23: 79-115.
- ADAMS, J. y MOODY, J. (2007), “To tell the truth: Measuring concordance in multiply reported network data”, *Social Networks*, 29: 44–58.
- AGARWAL, R. y GORT, M. (1996), “The Evolution of Markets and Entry, Exit and Survival of Firms”, *The Review of Economics and Statistics*, 78 (3): 489-498.
- AGHION, P. y HOWITT, P. (1992), “A Model of Growth through Creative Destruction”, *Econometrica*, 60 (2): 323–351.
- AGLIETTA, M. (1979), *Regulación y crisis del capitalismo: La experiencia de los Estados Unidos*, Madrid: Siglo XXI.
- AGLIETTA, M. (2000), “Shareholder value and corporate governance: Some tricky questions”, *Economy and Society*, 29 (1): 146-159.
- AGUILAR, E.; LOZANO, C.; MORENO, I. y PÉREZ, A. (2009), “Entre la transición y la innovación: políticas de empleo femenino y desarrollo rural”, *Sociología del trabajo*, 65: 111-135.

- AHEDO, M. (2004), “Cluster policy in the Basque Country (1991-2002): Constructing ‘industry-government’ collaboration through cluster-association”, *European Planning Studies*, 12 (8): 1098-1113.
- AHEDO, M. (2006), “Business systems and cluster policies in the Basque Country and Catalonia (1990-2004)”, *European Urban and Regional Studies*, 1 (13): 25-39.
- AJA, E.; CARBONELL, F.; COLECTIVO IOÉ; FUNES, A. y VILA, I (1999), *La inmigració estrangera a Espanya*, Barcelona: Fundació “La Caixa”.
- AKERLOF, G. (1970), “The Market for “Lemons”: Quality uncertainty and the market mechanism”, *Quarterly Journal of Economics*, 84: 488-500.
- ALBORNOZ, F.; LUCHILO, L.; ARBER, G.; RAFFO, J. (2002), “El talento que se pierde. Aproximación al estudio de la emigración de profesionales, investigadores y tecnólogos argentinos”, *Redes*, Documento de Trabajo N° 4, Buenos Aires, disponible en: [http://www.centroredes.org.ar/documentos/documentos\\_trabajo/files/Doc.Nro4.pdf](http://www.centroredes.org.ar/documentos/documentos_trabajo/files/Doc.Nro4.pdf).
- ALBURQUERQUE, F. (1996), *Desarrollo económico local y distribución del progreso técnico*, Santiago de Chile: ILPES.
- ALBURQUERQUE, F. (1999), Cambio estructural, desarrollo económico local y reforma de la gestión pública, en: MARSIGLIA (Comp.), *Desarrollo local en la globalización*, Uruguay: ClaeH.
- ALBURQUERQUE, F. (2001), *Guía para agentes de desarrollo económico territorial*, Sevilla: Instituto de Desarrollo Regional, Fundación Universitaria.
- ALBURQUERQUE, F. (2008), “Desarrollo y territorio: propuestas para la acción”, en: CORREA, E.; DÉNIZ, J. y PALAZUELOS, A. (Coords.), *América Latina y Desarrollo Económico. Estructura, inserción externa y sociedad*, Madrid: Akal, pp. 195-220.
- ALCHIAN, A. y DEMSETZ, H. (1972), “Production, Information Cost and Economic Organization”, *American Economic Review*, 62: 777-795.
- ALDRICH, H. (1975), “Ecological succession in racially changing neighbourhoods: a review of the literature”, *Urban Affairs Quarterly*, 10: 327-348.
- ALDRICH, H. (1980), “Asian shopkeepers as a middleman minority: a study of small business in Wandsworth”, en: EVANS, A. y EVERSLEY, D. (Eds.), *The inner city: employment and industry*, Londres: Heinemann, pp. 389-407.



- 
- ALDRICH, H. y REISS, A. (1976), “Continuities in the Study of Ecological Succession: Changes in the Race Composition of Neighborhoods and Their Businesses”, *The American Journal of Sociology*, 81 (4): 846-866.
  - ALDRITCH, H. y WALDINGER, R. (1990), “Ethnicity and Entrepreneurship”, *Annual Review of Sociology*, 16: 111-135.
  - ALICI, G. (2005), “Ethnic Entrepreneurship. From Unemployment to Small Enterprise The impact of new and/or different groups of entrepreneurs”, *NFF Conference The Aarhus School of Business*, 18th – 20th, Dinamarca.
  - ALMAGRO, L.; MORIANO, J. y SEVILLA, C. (Coords.) (2003), *Guía LUCES para emprendedores*, Cáceres: Patronato Pedro de Ibarra.
  - ALONSO, J. (2008), “Emigración y desarrollo: causas y efectos”, en: GUERRA, A. y TEZANOS, F. (Eds.), *La inmigración y sus causas*, Madrid: Editorial Sistema, pp: 341-392.
  - ÁLVAREZ, S. (2003), “Resources and hierarchies: Intersections between entrepreneurship and strategy”, en: ACS, Z. y AUDRETSCH, D. (eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research*, Kluwer Academic Publishers, pp. 247-263.
  - AMABLE, B. (2003), *The Diversity of Modern Capitalism*, Oxford: Oxford University Press.
  - AMIN, A. (1999), *El capitalismo en la era de la globalización*, Barcelona: Paidós.
  - AMIN, A. (2008), “Una perspectiva institucionalista sobre el desarrollo económico regional”, en: FERNÁNDEZ, V.; AMIN, A. y VIGIL, J. (comp.), *Repensando el desarrollo regional*, Buenos Aires: Miño y Dávila.
  - AMIN, A. y ROBINS, K. (1991), “Distritos industriales y desarrollo regional: límites y posibilidades”, *Sociología del Trabajo*, Número extraordinario, pp. 181-229.
  - AMIN, A. y ROBINS, K. (1994), “El retorno de las economías regionales. Geografía mítica de la acumulación flexible”, en: BENKO, G. y LIPIETZ, A. (Eds.), *Las regiones que ganan*, Valencia: Edicions Alfons el Magnànim.
  - AMIN, A. y THRIFT, N. (Ed.). (1994), *Globalization, institutions and regional Development in Europe*, Oxford: Oxford University Press.
  - APARICIO, R. y TORNOS, A. (2005), *Las redes sociales de los inmigrantes extranjeros en España*, Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

- ARAMBURU, M. (2002), “Los comercios de los inmigrantes extranjeros en Barcelona y la recomposición del ‘inmigrante’ como categoría social”, *Scripta Nova, Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, Universitat de Barcelona, 6 (108), [online] disponible en: [www.ub.es/geocrit/sn/sn-108.htm](http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-108.htm).
- ARANGO, J. (2006), “Europa y la inmigración: una relación difícil”, en: BLANCO, C.(Ed.), *Migraciones. Nuevas modalidades en un mundo en movimiento*, Barcelona: Anthropos, pp: 91-114.
- ARAUZO, J. M. (2007), “Determinants of population and Jobs at a Local Level”, *Annals of Regional Science*, 41 (1): 87-104.
- ARCHIBUIG, D.; HOWELLS, J. y MICHIE, J. (2006), “Sistemas de innovación y políticas en una economía global”, en: GÓMEZ, M. y OLAZARÁN, M. (Eds.), *Sistemas regionales de innovación*, Bilbao: Universidad del País Vasco Ed.
- ARCHIBUIG, D.; HOWELLS, J. y MICHIE, J. (eds.) (1999), *Innovation Policy in a Global Economy*, Cambridge: Cambridge University Press.
- ARGEMÍ, L. (1987), *Las raíces de la ciencia económica*, Barcelona: Barcanova.
- ARIAS, X. y CABALLERO, G. (2003), “Instituciones, costos de transacción y políticas públicas: Un panorama”, *Revista de Economía Institucional*, 5 (8): 117-146.
- ARJONA, A. y CHECA, J. (2005a), “Movilización de recursos del Empresariado Étnico en Almería: la importancia de las redes sociales”, *REDES- Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 8 (3), [online] disponible en: [www.revista-redes.rediris.es](http://www.revista-redes.rediris.es).
- ARJONA, A. y CHECA, J. (2005b), "Immigrant entrepreneurs in Almería (Spain). Configuration of a space of ethnic economy?", *7th Conference of European Sociological Association*, Institute of Sociology Nicolas Copernicus, Torun, Poland.
- ARJONA, A. (2004), *Inmigración y mercado de trabajo. El caso de la economía étnica en Almería*, Almería: Universidad de Almería.
- ARJONA, A. y CHECA, J. (2005a), “Emprendedores étnicos en Almería. ¿Una alternativa laboral a la segmentación del mercado de trabajo?”, *Sociología del Trabajo*, 54: 101-125.
- ARJONA, A. y CHECA, J. (2006), “Economía étnica. Teorías, conceptos y nuevos avances”, *Revista Internacional de Sociología*, 64 (45): 117-143.
- ARJONA, A. y CHECA, J. (2009), “Estudios de empresariado inmigrante en España”, *Revista del Ministerio de Trabajo e Inmigración*, Nº 80: 255-268.

- ARJONA, A., CHECA, J. y ACIÉN, E. (2005), “Estrategias económicas de mujeres subsaharianas en el poniente almeriense: economía étnica y espacios alternativos de ocio”, en: CHECA, F. (Ed.), *Mujeres en el camino*, Barcelona: Icaria, pp. 117-138.
- ARMINGTON, C. y ACS, Z. (2002), “The determinants of regional variation in new firm formation”, *Regional Studies*, 36 (1): 33-45.
- ARMITAGE, A. (2007), “Mutual Research Designs: Redefining Mixed Methods Research Design”, *British Educational Research Association Annual Conference*, Institute of Education, University of London, 5 -8 de Septiembre, [online] disponible en: [www.mendeley.com/research/mutual-research-designs-redefining-mixed-methods-research-design](http://www.mendeley.com/research/mutual-research-designs-redefining-mixed-methods-research-design)
- ARPA, A. (2008), “Inmigración y desarrollo”, en: GUERRA, A. y TEZANOS, F. (Eds.), *La inmigración y sus causas*, Madrid: Editorial Sistema, pp: 447-460.
- ARROW, K. (1962), “Economics of Welfare and the Allocation of Resources for Invention”, en: NELSON, R. (Ed.), *The Rate and Direction of Inventive Activity*, Princeton: Princeton University Press, pp.609-25.
- ARROW, K. (1974), *Limits of Organization*, Nueva York: Norton.
- ARROW, K. J. y DEBREU, G. (1954), “Existence of an equilibrium for a competitive economy”, *Econometrica*, 22: 265-290.
- ASCHIERI, E. (2006), “Argentinos en España. Escenas en la batalla global por el talento”, *Papeles de Trabajo, INSECAP*, disponible en: [http://www.uces.edu.ar/institutos/insecap/archivos/argentinos\\_en\\_espana\\_febrero\\_de\\_2006.pdf](http://www.uces.edu.ar/institutos/insecap/archivos/argentinos_en_espana_febrero_de_2006.pdf).
- ASHEIM, B. y ISAKSEN, A. (2006), “Los sistemas regionales de innovación, las PYMEs y las políticas de innovación”, en: OLAZARÁN, M. y GÓMEZ, M. (Eds.), *Sistemas regionales de innovación*, Bilbao: Universidad del País Vasco.
- ATKINSON, R. y FLINT, J. (2001), “Accesing hidden and hard to reach populations: Snowball research strategies”, *Social Research Update* 33, Universidad de Surrey.
- AUDRETSCH, D. (1995), *Innovation and Industry Evolution*, Cambridge: MIT Press.
- AUDRETSCH, D. (2004), “Sustaining Innovation and Growth: public policy support for entrepreneurship”, *Industry and Innovation*, 11: 167-191.
- AUDRETSCH, D. (2007), “Entrepreneurship capital and economic growth”, *Oxford Review of Economic Policy*, 23 (1): 63-78.

- 
- AUDRETSCH, D. (2009), “Capital emprendedor y crecimiento económico”, *Investigaciones Regionales*, 15: 27-46.
  - AUDRETSCH, D. y CALLEJÓN, M. (2007), “La política actual: conocimiento e innovación empresarial”, *Economía Industrial*, 363: 33-47.
  - AUDRETSCH, D. y FELDMAN, M. (1996), “R&D Spillovers and the Geography of Innovation and Production”, *American Economic Review*, 86 (3): 630-640.
  - AUDRETSCH, D. y FRITSCH, M. (1994), “The geography of firm births in Germany”, *Regional Studies*, 28 (4): 359-365.
  - AUDRETSCH, D. y FRITSCH, M. (2002), “Growth Regimes over Time and Space”, *Regional Studies*, 36 (2): 113-124.
  - AUDRETSCH, D. y KEILBACK, M. (2004), “Entrepreneurship Capital and Economic Performance”, *Regional Studies*, 38 (8): 949-959.
  - AUDRETSCH, D. y STEPHAN, P. (1996), “Company. Scientist locational links: the case of biotechnology”, *American Economic Review*, 86 (3): 641-652.
  - AUDRETSCH, D. y THURIK, R. (2001), “What’s new about the new economy? Sources of growth in the managed and entrepreneurial economies”, *Industrial and Corporate Change*, 10 (1): 267-315.
  - AUDRETSCH, D. y THURIK, R. (2002), “Linking Entrepreneurship Growth”, *OECD STI Working Paper*, 2081/2.
  - AUDRETSCH, D. y THURIK, R. (2004), “A Model of Entrepreneurial Economy”, *Discusión Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy*, 1204:1-17.
  - AUDRETSCH, D.; CALLEJÓN, M. y ARANGUREN, M. (2008), “Entrepreneurship, small firms and self-employment”, en: PARRILLI, M.; BIANCHI, P. y SUDGEN, R. (Eds.), *High technology, productivity and networks*, New York: Palgrave-Mcmillan.
  - AUDRETSCH, D.; KEILBACH, M. y LEHMANN, E. (2006), *Entrepreneurship and Economic Growth*, Oxford: Oxford University Press.
  - AUGIER, M. y TEECE, D. (2005), “Reflections on (Schumpeterian) Leadership: A report on a seminar on leadership and management education”, *California Management Review*, 47 (2): 114-137.
  - AVERITT, J. (1968), *The dual economy*, Nueva York: Norton.

- AYALA, J. (1999), *Instituciones y Economía. Una introducción al neoinstitucionalismo económico*, México: Fondo de Cultura Económica.
- AYDALOT, P. (1985), *Économie régionale et urbaine*, París: Economica.
- AZPIAZU, D.; BASUALDO, E.; SCHORR, M. (2000), *La reestructuración y el redimensionamiento de la producción industrial argentina durante las últimas décadas*, Buenos Aires: FETIA-CTA.
- AZQUETA, D. y SOTELSEK, D. (2007), “La Economía del Desarrollo: una perspectiva histórica”, *Ekonomiaz*, 64: 15-35.
- BABSON COLLEGE y LONDON BUSINESS SCHOOL (2001-2009), GEM (Global Entrepreneurship Monitor, Babson College, Babson Park.
- BACKHOUSE, R. (1988), *Historia del análisis económico moderno*, Madrid: Alianza Editorial.
- BACKHOUSE, R. (2000), “Austrian economics and the Mainstream: view from The boundary”, *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, 3 (2): 31–43.
- BAGANHA, S. y REYNERI, E. (2001), “La inmigración en los Países del sur de Europa y su inserción en la economía informal”, en: SOLÉ, C. (coord.), *El impacto de la inmigración en la economía y en la sociedad receptora*, Barcelona: Anthropos, pp: 53- 212.
- BAGNASCO, A. (1991), “El desarrollo de economía difusa: punto de vista económico y punto de vista de la sociedad”, *Sociología del Trabajo*, Número extraordinario, pp. 167-174.
- BALÁZ, V. Y WILLIAMS, A. (2007), “Path-dependency and Path-creation Perspectives on Migration Trajectories: The Economic Experiences of Vietnamese Migrants in Slovakia”, *International Migration*, 45 (2): 38-66.
- BALLESTER, L. y COLOM, A. (2006), “Lógica difusa: una nueva epistemología para las Ciencias de la Educación”, *Revista de Educación*, 340: 995-1008.
- BALLESTER, L. y COLOM, J. (2005), "El concepto de explicación en las ciencias sociales", *Papers de Sociología*, 77: 181-204.
- BARBER, W. (1971), *Historia del pensamiento económico*, Madrid: Alianza Editorial.
- BARDIN, L. (1986), *Análisis de contenido*, Madrid: Akal.
- BARNEY, J. (1991), “Firm resources and sustained competitive advantage”, *Journal of Management*, 17 (1): 99-120.

- 
- BARNEY, J. y OUCHI, W. (1986), *Organizational Economics*, San Francisco: Jossey Bass.
  - BARZEL, Y. (1989), *Economic Analysis of Property Rights*, Nueva York: Cambridge University Press.
  - BASUALDO, E. (2006), *Estudios de Historia económica Argentina. Desde mediados del siglo XX a la actualidad*, Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina S.A.
  - BATES, T. (1997), *Race, Self-employment and Upward Mobility*, Baltimore: Johns Hopkins University.
  - BATISTA, R. M.; GARCÍA, J. M.; MELIAN, A. y SÁNCHEZ, A. (2003), “La función empresarial del siglo XXI: ¿Recurso o capacidad?”, en: GENESCÀ, E.; URBANO, D.; CAPELLERAS, J. L.; GUALLARTE, C. y VERGÉS, J. (coords.), *Creación de empresas. Entrepreneurship*, Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
  - BAUMAN, Z. (2001), *La globalización. Consecuencias Humanas*, México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
  - BAUMOL, W. (1968), “Entrepreneurship in economic theory”, *The American Economic Review*, 58 (2): 64-71.
  - BAUMOL, W. (1990), “Entrepreneurship: productive, unproductive and destructive”, *Journal of Political Economy*, 80: 893-921.
  - BAUMOL, J. (1993a), *Mercados Perfectos y Virtud Natural: La Ética en los Negocios y la Mano Invisible*, Madrid: Celeste Ediciones.
  - BAUMOL, W. (1993b), “Formal Entrepreneurship Theory in Economics: Existente and Bounds”, *Journal of Business Venturing*, 8: 197-210.
  - BAUMOL, W. (1993c), *Entrepreneurship, Management, and the Structure of Payoffs*, Cambridge (Massachusetts): MIT Press.
  - BAUMOL, W. (1999), “Retrospectives: Say's Law”, *Journal of Economic Perspectives*, 13 (1): 195-204.
  - BAUMOL, W. (2002a), *Entrepreneurship, innovation and growth: The David-Goliats symbiosis, Talk based on the materials from The Free Market Innovation Machine: Analyzing the Growth Miracle of Capitalism*, Princeton: Princeton University Press.
  - BAUMOL, W. (2002b), *The free-market innovation machine: Analyzing the growth miracle of capitalism*, Princeton: Princeton University Press.

- BAUMOL, W. (2003), “On Austrian analysis of entrepreneurship and my own”, *Austrian Economics and Entrepreneurial Studies*, 6: 57-66.
- BAUMOL, W. (2004) “Entrepreneurial cultures and countercultures”, *Academy of Management Learning and Education*, 3 (3): 316-326.
- BAYCAN LEVENT, T. y NIJKAMP, P. (2007), “Migrant Entrepreneurship in a diverse Europe: In Search of Sustainable Development”, *Serie Research Memoranda*, Vrije University, [online] disponible en: <http://dare.uvu.vu.nl/handle/1871/10907>.
- BECATTINI, G. (1979), “Dal Settore industriale al distretto industriale. Alcune considerazioni sull’unita di indagine dell’economia industriale”, *Revista di Economia e Politica industriale*, 5 (1): 7-21.
- BECATTINI, G. (1987). “Introduzione: Il distretto industriale marshalliano: Cronaca di un ritrovamento”, en: BECATTINI, G. (Ed.), *Mercato e forze locali: Il distretto industriale*, Bologna: Il Mulino.
- BECATTINI, G. (1992), “El distrito industrial marshalliano como concepto socioeconómico”, en: PYKE, F.; BECATTINI, G. y SENGERBERGER, W. (comps.), *Los distritos industriales y las pequeñas empresas. Distritos industriales y cooperación interempresarial en Italia*, Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.
- BECATTINI, G. (2002), “Anomalías marshallianas”, en: BECATTINI, G.; COSTA, M. T. y TRULLÉN, J. (coords.), *Desarrollo local: Teorías y estrategias*, Madrid: Civitas.
- BECATTINI, G. (2006), “Vicisitudes y potencialidades de un concepto: el distrito industrial”, *Economía Industrial*, 359: 21-28.
- BECATTINI, G.; COSTA, M. y TRULLÉN, J. (coords.) (2002), *Desarrollo local: Teorías y estrategias*, Madrid: Civitas.
- BECKER, G. (1976), *The Economics Approach to Human Behaviour*, Chicago: University of Chicago Press.
- BECKER, U. (2007), “Open systemness and contested reference frames and change. A reformulation of the theory of the varieties of capitalism theory”, *Socio-Economic Review*, 5: 261-286.
- BEER, D. y BURROWS, R. (2007), “Sociology and, of and in Web 2.0: Some Initial Considerations”, *Sociological Research Online*, 12 (5), [online] disponible en: <http://www.socresonline.org.uk/12/5/17.html>.

- BELL, D. (1976), *El advenimiento de la sociedad post-industrial*, Madrid: Alianza Universidad.
- BELLANDI, M. (2001), “Local development and ambedded large firms”, *Entrepreneurship & Regional Development*, 13: 189-210.
- BELLANDI, M. (2003), “Sistemas productivos locales y bienes públicos específicos”, *Ekonomiaz*, 53: 50-73.
- BELLANDI, M. (2006), “El distrito industrial y la economía industrial. Algunas reflexiones sobre su relación”, *Economía Industrial*, 359: 43-57.
- BELTRÁN, J. (2000), “Empresa familiar: Trabajo, redes sociales y familia en el colectivo chino”, *Ofrim/Suplementos*, 6: 29-154.
- BELTRÁN, J. (2003), *Los ocho inmortales cruzan el mar: chinos en extremo occidente*, Barcelona: Edicions Bellaterra.
- BELTRÁN, J.; OSO, L. Y RIBAS, N. (2006), “Un campo de estudio para el empresariado étnico en España”, en: BELTRÁN, J.; OSO, L. Y RIBAS, N. (coords.), *Empresariado étnico en España*, Madrid: Fundación CIDOB/ Observatorio Permanente de la Inmigración.
- BÉNKO, G. (2006), “Distritos industriales y gobernanza de las economías locales: el caso de Francia”, *Economía Industrial*, 359: 112-126.
- BÉNKO, G. y LIPIETZ, A. (eds.) (1994), *Las regiones que ganan. Distritos y redes. Los nuevos paradigmas de la geografía económica*, Valencia: Alfons el Magnànim.
- BENTHAM, J. (1970), *An introduction to the principles of morals and legislation*, Londres: Athlone Press.
- BERGALLI, V. (2001), “La reacción de la sociedad receptora a nivel local. Una aproximación al caso de “Ciutat Vella” de Barcelona”, en: SOLÉ, C. (Coord.), *El impacto de la inmigración en la economía y en la sociedad receptora*, Barcelona: Anthropos, pp: 213-248.
- BERGALLI, V.; SOLÉ, C.; ALARCÓN, A.; PARELLA, S.; GIBERT, F. (2000), “El impacto de la inmigración en la sociedad receptora”, *Revista española de investigaciones sociológicas*, 90: 131-158.
- BERLE, A. y MEANS, G. (1968), *The Modern Corporation and Private Property*, Brace & World, New York: Harcourt.



- BERTAUX, D. (1989), “Los relatos de vida en el análisis social”, en: ACEVES, J. (comp.), *Historia oral. Parte II: Los conceptos, los metodos*, México: Instituto Mora-UAM, pp. 136-148.
- BERUMEN, S. (2008), “Una aproximación a la construcción del pensamiento neoschumpeteriano: más allá del debate entre ortodoxos y heterodoxos”, *ICE*, 845: 135-146.
- BIANCHI, M. y HENREKSON, M. (2005), “Is Neoclassical Economics still Entrepreneurless?”, *SSE/EFI Working Paper Series in Economics and Finance*, 584: 1-27.
- BIEN GREAVES, B. (ed.) (1996), *Austrian Economics. An Antology*, Nueva York: Foundations for Economic Education.
- BIRCH, D. (1979), *The Job Generation Process*, Cambridge: MA.
- BIRCH, D. (1987), *The Job Creation in America*, New York: The Free Press.
- BLACK, R.; COATS, A. y GOODWIN, C. (Eds.) (1973), *The Marginal Revolution in Economics*, Durham (Carolina del Norte): Duke University Press.
- BLANCHFLOWER, D. y OSWALD, A. (1998), “What Makes an Entrepreneurs?”, *Journal of Labor Economics*, 16: 26-40.
- BLANCO, C. (2000), *Las migraciones contemporáneas*, Madrid: Alianza.
- BLANCO, C. (2006a), “Introducción. Movilidad creciente y emergencia de nuevos enfoques migratorios”, en: BLANCO, C (Ed.), *Migraciones. Nuevas modalidades en un mundo en movimiento*, Barcelona: Anthropos, pp: 11-34.
- BLANCO, C. (2006b), *Migraciones. Nuevas modalidades en un mundo en movimiento*, Barcelona: Antropos.
- BLASCHKE, J. (1990), “European Trends in Ethnic Business”, en: WALDINGER, R.; ALDRICH, H. y WARD, R. (Eds.), *Ethnic Entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial Societies*, Londres: Sage Publications.
- BLAUG, M. (1985), *Teoría económica en retrospectiva*, México: Ed. Fondo de Cultura Económica.
- BLÁZQUEZ, J. y SEBASTIÁN, M. (2003), “El impacto de la crisis argentina sobre la economía española”, *Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos*, Documento de Trabajo, 12/2004: 1-16.

- BLOCK, J., WAGNER, M. (2006), "Necessity and opportunity entrepreneurs in Germany: characteristics and earnings differentials", *Working Paper Series*, Munich University of Technology, Munich.
- BOLTANSKY, L. y CHIAPELLO, E. (2002), *El nuevo espíritu del capitalismo*, Madrid: Akal.
- BONACICH, E. (1972), "A theory of ethnic antagonism: the split labor market", *American Sociological Review*, 37: 547-559.
- BONACICH, E. (1973), "A Theory of Middleman Minorities", *American Sociological Review*, 38 (5): 583-594
- BONACICH, E. (1993), "The Other Side of Ethnic Entrepreneurship: A Dialogue with Waldinger, Aldrich, Ward and Associates", *International Migration Review*, 27 (3): 685-692.
- BONACICH, E. y MODELL, J. (1980), *The Economic Basis of Ethnic Solidarity in the Japanese American Community*, Berkeley: University of California Press.
- BORJAS, G. (1986), "The Self-employment Experience of Immigrants", *Journal of Human Resources*, 21: 487-506.
- BOSEMAN, B. (2008), "Capital humano científico y técnico: evaluación de la investigación desde una aproximación basada en las capacidades", en: CAÑIBANO, C.; ENCINAR, M. I. y MUÑOZ, F. (Coords.) *Economía del conocimiento y la innovación: nuevas aproximaciones a una relación compleja*, Madrid: Ediciones Pirámide, pp: 59-86.
- BOSMA, N. y SCHUTJENS, V. (2009), "Mapping Entrepreneurial Activity and Entrepreneurial Attitudes in European Regions", *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 7 (2):191-213.
- BOURDIEU, P. (2001), *Las estructuras sociales de la economía*, Buenos Aires: Manantial.
- BOWLES, S. Y GINTIS, H. (1990), "Contested Exchange: New Microfoundations for the Political Economy of Capitalism", *Politics and Society*, 18 (2): 141-172.
- BOYD, D. (2008), "Facebook's Privacy Trainwreck. Exposure, Invasion, and Social Convergence", *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14 (1): 13-20.

- 
- BOYD, D. y ELLISON, N. (2007), “Social network sites: Definition, history, and scholarship”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13 (1), artículo 11, [online] disponible en: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
  - BRACKERTZ, N. (2007), “How Hard is to reach?”, *ISR Working Paper*, [online] disponible en: [www.sisr.net/publications/0701brackertz.pdf](http://www.sisr.net/publications/0701brackertz.pdf).
  - BRADLEY, D. (2004), “A Second Look at Self-employment and the Earnings of Immigrants”, *International Migration*, 38 (2): 547-583.
  - BRÉMOND, J. (1989), *Les économistes neoclasiques, de L. Walras à m-Allais, de F. von Hayek a M Friedman*, Paris: Hatier.
  - BRICKMAN-BHUTTA, C. (2009), “Not by the Book: Facebook as Sampling Frame”, [online] disponible en: [www.thearda.com/.../Not%20by%20the%20Book%20-%20Bhutta.doc](http://www.thearda.com/.../Not%20by%20the%20Book%20-%20Bhutta.doc).
  - BROUWER, M. (2002), “Weber, Schumpeter and Knight on Entrepreneurship and Economic Development”, *Journal of Evolutionary Economics*, 12: 83-105.
  - BRÜDERL, J. y PREISENDÖFER, P. (1998), “Network Support and the Success of Newly Founded Businesses”, *Small Business Economics*, 10: 213-225.
  - BRUNET, I. y ALARCÓN, A. (2005), *¿Quién crea empresas? Redes y empresarialidad*, Madrid: Talasa ediciones.
  - BRUNET, I. y ALTABA, E. (2010), *Reformas educativas y sociedad de mercado*, Barcelona: Leartes Ediciones.
  - BRUNET, I. y BELZUNEGUI, A. (1999), *Estrategias de empleo y multinacionales. Tecnología, competitividad y recursos humanos*, Barcelona: Icaria.
  - BRUNET, I. y BELZUNEGUI, A. (2005), *Teorías sobre la empresa*, Madrid: Pirámide.
  - BRUNET, I. y BÖCKER, R. (2007), *Desarrollo, industria y empresa*, Madrid: Tecnos.
  - BRUNET, I. y CINCUNEGUI, C. (2010), *Desarrollo regional*, Madrid: Entinema.
  - BRUNET, I. y SCHILMAN, F. (2005), *Convivir con el capital financiero. Corralito y movimiento de ahorristas (Argentina, 2001-2004)*, Madrid: Editorial Fundamentos.
  - BRUNET, I. y VIDAL, A. (2004), *Empresa y recursos organizativos*, Madrid: Pirámide.
  - BRUNET, I. y VIDAL, A. (2008), *El gobierno del factor humano*, Madrid: Delta.
  - BRUNET, I. y PASTOR, I. (2003), *Ciencia, sociedad y economía*, Barcelona: Editorial Fundamentos.

- BRUNET, I.; PASTOR, I. y BELZUNEGUI, A. (2002), *Tècniques d' investigació social. Fonaments epistemològics i metodològics*, Portic: Baina.
- BRUNET, I; BELZUNEGUI, A. y VALLS, F. (2009), *Gènere, creació d'empreses a Catalunya*, Tarragona: Publicaciones URV.
- BRUSCO, S. (1982), "The Emilian Model: Productive Decentralization and Social Integration", *Cambridge Journal Economics*, 6 (2): 167-184.
- BUCHANAN, J. (1963), "The Economics of Earmarked Taxes", *Journal of Political Economy*, 71 (5): 457.
- BUCKLEY, M. (1998), "Inmigración y comercio en Madrid: Nuevos negocios para nuevas gentes", *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 18: 283-297.
- BUENO, E. (2007), "Estrategia y dirección estratégica (una guía en la formación para un MBA)", en: Varios Autores, *La que se aprende en los mejores MBA*, Barcelona: Gestión 2000.
- BUENSTORF, G. (2007), "Creation and pursuit of entrepreneurial opportunities: An evolutionary economics perspective", *Small Business Economics*, 28: 323-337.
- BUESA, M. (2008), "Innovación y competitividad en las empresas", en: CAÑIBANO, C.; ENCINAR, M. I. y MUÑOZ, F. (Coords.) *Economía del conocimiento y la innovación: nuevas aproximaciones a una relación compleja*, Madrid: Ediciones Pirámide, pp: 293-322.
- BURNHAN, J. (1962), *La revolución de los directores*, Buenos Aires: Editorial Huemul.
- CACHÓN, L. (1999), "Notas para una tipología de inmigrantes en España", en: VÁZQUEZ, A y CONTI, G. (coords.), *Convergencia y desarrollo regional en Italia y en España*, Barcelona: Publicacions de la Universitat de Barcelona.
- CACHÓN, L. (2009), *La "España inmigrante": marco discriminatorio, mercado de trabajo y política de integración*, Barcelona: Anthropos.
- CACOPARDO, M. (2009), "Cerebros argentinos en España. La emigración de graduados universitarios", *Revista Ciencia Hoy*, 19 (109):12-20.
- CALLEJÓN, M. (2003), "En busca de las economías externas", *Ekonomiaz*, 53: 75-89.
- CALLEJÓN, M. (2009), "La economía emprendedora de David Audretsch", *Investigaciones Regionales*, 15: 47-54.
- CALLEJÓN, M. y CASTANY, L. (2008), "Información Comercial Española", *Revista de Economía*, 841: 7-28.

- CALLEJÓN, M. y ORTÚN, V. (2009), “La caja negra de la dinámica empresarial”, *Investigaciones Regionales*, 15: 167-192.
- 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.
- CALVELO, L. (2008), “La emigración argentina y su tratamiento público (1960-2003)”, en: *III Congreso de la Asociación Latinoamericana de Población, Córdoba, Argentina*, [online] disponible en: [http://www.alapop.org/2009/images/DOCSFINAIS\\_PDF/ALAP\\_2008\\_FINAL\\_202.pdf](http://www.alapop.org/2009/images/DOCSFINAIS_PDF/ALAP_2008_FINAL_202.pdf).
- CALVENTUS, J. (2000), “Acerca de a relación entre el fundamento epistemológico y el enfoque metodológico de la investigación social: la controversia ‘cualitativo vs. Cuantitativo’”, *Revista de Ciencias Sociales*, 1 (2): 7-16.
- CAMAGNI, R. (1991), *Innovation Networks. Spatial Perspectives*, Londres: Belhaven Press.
- CAMAGNI, R. (2005), *Economía urbana*, Barcelona: Antoni Bosch.
- CAMAROTA, S. (2000), “Reconsidering Immigrant Entrepreneurship. An Examination of Self-Employment Among Natives and the Foreign-Born”, *Center for Immigration Studies*, ISBN 1-881290-05-0.
- CANTILLÓN, R. (1755), *Essai sur la nature du commerce en général*, New York : KELLEY, M. (Ed.), Año de edición : 1964.
- CAÑIBANO, C. (2008), “Movilidad de investigadores y flujos de conocimiento: hacia una revision de la teoría del capital humano”, en: CAÑIBANO, C.; ENCINAR, M. I. y MUÑOZ, F. (Coords.) *Economía del conocimiento y la innovación: nuevas aproximaciones a una relación compleja*, Madrid: Ediciones Pirámide, pp: 87-112.
- CAPARRÓS, A. y NAVARRO, M. (2010), “Capital humano de los inmigrantes: ¿es transferible desde el país de origen hacia España?”, en: ROIG, J. M. y VILA, L.E. (eds.), *Investigación de economía de la educación*, Nº 4, Valencia: AEDE, Universidad de Valencia, pp 627-683.
- CAPUTO, R. K. y DOLINSKY, A. (1998), “Women’s choice ti pursuit self-employment: the role of financial and human capital of household members”, *Journal of Small Business Management*, 33(6): 8-17.
- CARBALLO HUERTA, M. A. (2007), “La migración como factor determinante en el desarrollo tecnológico”, *Revista Intercontinental de Psicología y Educación*, 9 (1): 154-156.

- CARRASCO, I y CASTAÑO, M. S. (2008), “El emprendedor schumpeteriano y el contexto social”, *ICE*, 845: 121-134.
- CARTER, N.; GARTNER, W. y SHAVER, K. (2003), “The career reason of nascent entrepreneurs”, *Journal of Business Venturing*, 18: 13-39.
- CARTON, R.; HOFER, C. y MEEKS, M. (1998), “The entrepreneur and entrepreneurship: Operational differences of their role in society”, *ICBS Singapore Conference Proceedings*.
- CASALET, M. (2000), “Redes empresariales y la construcción del entorno: Nuevas instituciones e identidades”, en: DE LA GARZA, E. (Coord.), *Tratado latinoamericano de sociología del trabajo*, México: Fondo de Cultura Económica, pp 312-341.
- CASALET, M. (2006), “La construcción institucional del mercado en la economía del conocimiento”, en: DE LA GARZA, E. (Coord.), *Teorías sociales y estudios del trabajo: nuevos enfoques*, Capítulo 7, Barcelona: Anthropos, pp 149-160.
- CASAS, R. (Coord.) (2001), *La formación de redes de conocimiento. Una perspectiva regional desde México*, Barcelona: Anthropos.
- CASPER, S. y VAN WAARDEN, F. (Eds.) (2005), *Innovation and Institutions: A multidisciplinary review of the study of innovation system*, London: Edward Elgar.
- 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.
- CASSON, M. (1982), *The entrepreneur: An economic theory*, Oxford: Robertson & Company.
- CASSON, M. (1990), *Entrepreneurship*, Cheltenham: Edward Elgar.
- CASSON, M. (1993a), “Cultural Determinants of Economic Performance”, *Journal of Comparative Economics*, 17: 418-442.
- CASSON, M. (1993b), *The entrepreneur: An economic theory*, New Jersey: Barnes & Noble Books.
- CASSON, M. (2003), “Entrepreneurship, business culture and the theory of the firm”, en: ACS, Z. y AUDRETSCH, D. (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research*, Kluwer Academic Publishers.

- 
- CASSON, M. y WADESON, N. (2007), “The discovery of opportunities: extending the economic theory of the entrepreneur”, *Small Business Economics*, 28: 285-300.
  - CASTEL, R. (1997), *Las metamorfosis de la cuestión social. Una crónica del asalariado*, Buenos Aires, Paidós.
  - CASTELLS, M. (1989), “World Underneath: The Origins, Dynamics, and Effects of the Informal Economy”, en: PORTES, A.; CASTELLS, M. y BENTON, L. (Eds.), *The informal economy*, Baltimore: John Hopkins University Press, 11-37.
  - CASTELLS, M. (1990), “Estrategias de desarrollo metropolitano en las grandes ciudades españolas: Articulación entre crecimiento económico y calidad de vida”, en: BORJA, J. et al. (Eds.), *Las grandes ciudades en la década de los noventa*, Madrid: Sistema, pp. 16-64.
  - CASTELLS, M. (1995), *La ciudad informacional*, Madrid: Alianza.
  - CASTELLS, M. (2000), *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Volumen 1: La sociedad red*, Madrid: Alianza Editorial.
  - CASTELLS, M. y HALL, P. (2001), *Tecnópolis del mundo. La formación de los complejos industriales del siglo XXI*, Madrid: Alianza.
  - CASTELLS, M. y IMANEN, P. (2002), *El Estado de bienestar y la sociedad de la información*, Madrid: Alianza Editorial.
  - CASTELLS, M. y VILASECA, J. (2007), *Entorno innovador, iniciativa emprendedora y desarrollo local*, Barcelona, Octaedro.
  - CASTIGLIONE, C. y CURA, D. (2005), “Las migraciones en los medios de comunicación escrita (2000-2005)”, en: NOVICK, S. (Eds.), *Sur-Norte, Estudios sobre la reciente emigración de argentinos*, Buenos Aires: Editorial Catálogos e Instituto Gino Germani, UBA, pp. 93-147.
  - CAVES, R. E. (1998), “Industrial Organization and New Findings on the Turnover and Mobility of Firms”, *Journal of Economic Literature*, 36 (4): 1947-1982.
  - CEBRIÁN, J. A., BODEGA, M. y BORDONADO, J. (2004), “La iniciativa empresarial del inmigrante”, *Economistas*, 99: 116-122.
  - CELANI, M. y STANLEY, L. E. (2005), *Una introducción a la política de competencia en la nueva economía*, Buenos Aires: CEPAL, Serie Estudios y Perspectivas.

- 
- CHAGANTI, R. y GREENE, P. (2002), “Who Are Ethnic Entrepreneurs? A Study of Entrepreneurs Ethnic Involvement and Business Characteristics”, *Journal of Small Business Management*, 40 (2): 126–143.
  - CHAMBERLIN, E. (1960), *The theory of monopolistic competition: a re-orientation of the theory of value*, Boston: Harvard University Press.
  - CHANDLER, A. (1977), *The Visible Hand: The Managerial Revolution in American Business*, Cambridge: Belknap Press.
  - CHANDLER, A. (1990), *Scale and Scope: The Dynamics of Industrial Capitalism*, Cambridge: Harvard University Press.
  - CHEN, C.; PEN, M. y SAPARITO, P. (2002), “Individualism, Collectivism, and Opportunism: A Cultural Perspective on Transaction Cost Economics”, *Journal of Management*, 28 (4) 567–583.
  - CHEN, W. y TAN, J. (2009), “Understanding transnacional Entrepreneurship through a Network Lens: Theoretical and Methodological Considerations”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (5): 1042-2587.
  - CHESNAIS, F. (1996), *La mundialización financiera. Génesis, costo y desafíos*, Buenos Aires: Losada.
  - CHESNAIS, F. y PHILON, D. (coord.) (2003), *Las trampas de las finanzas mundiales: diagnósticos y remedios*, Madrid: Akal.
  - CHEUNG, S. (1983), “The Contractual Nature of the Firm”, *Journal of Law and Economics*, 26 (1): 1-21.
  - CHIANG, N. (2004), “The Dynamics of Self –Employment and Ethnic Business Ownership among Taiwanese in Australia”, *Internacional Migration*, 42 (2): 153-173.
  - CHRYSOSTOME, E. (2010), “The Success Factors of Necessity Immigrant Entrepreneurs: In Search of a Model”, *Thunderbird International Business Review*, 52 (2): 138-152.
  - CLARK, B. (1983), *The Higher Education System: Academic Organization in Cross National Perspective*, Berkeley: University of California Press.
  - CLARK, B. (1998), *Creating entrepreneurial universities organizational pathways if transformation*, New York: IAU Press.



- CLARK, J. (1892), “Insurance and Business Profit”, *Quarterly Journal of Economics*, 5 (3): 40-54.
- CLARK, J. (1899), *The distribution of wealth: A theory of wages, interest and profits*, New York /Londres: MacMillan.
- COASE, R. (1937), “La naturaleza de la empresa”, en: *La firma, el mercado y la ley*, Buenos Aires: Alianza.
- COASE, R. (1960), “The Problem of Social Cost”, *Journal of Law and Economics*, 3: 1-44.
- COASE, R. (1994), *La empresa, el mercado y la ley*, Madrid: Alianza Editorial.
- CODURAS, A. (2006), “La motivación para emprender en España”, *Ekonomiaz: Revista vasca de economía*, 62: 12-39.
- CODURAS, A. (2007), “La repercusión de la actividad emprendedora de los inmigrantes en España”, *Revista de empresa: La fuente de ideas del ejecutivo*, 20: 80-96.
- CODURAS, A. (2008), “La actividad emprendedora de los inmigrantes en España, 2005-2007”, *Información Comercial Española, ICE: Revista de economía*, 841: 97-116.
- COELHO, P. (2007), *Maktub II*, [online] disponible en: <http://www.capitaleemocional.com/teorico.htm>.
- COHEN, P. (1990), *Drugs as a Social Construct*, Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.
- COLECTIVO IOÉ (1999), “Perspectivas y desafíos de las migraciones en el 2000”, *Entre Culturas*, Nº 37: 2-12.
- COLECTIVO IOÉ (2001), *Mujer, inmigración y trabajo*, Madrid: IMSERSO.
- COLECTIVO IOÉ (2002), “Migraciones internacionales entre el capitalismo global y la jerarquización de los Estados”, en: CLAVIJO, C y AGUIRRE, M (Eds.), *Políticas sociales y Estado del Bienestar en España: las migraciones*, Madrid: Fundación Hogar del Empleado.
- COLECTIVO IOÉ (2005), “Inmigrantes extranjeros en España ¿Reconfigurando la sociedad?”, *Panorama Social*, Nº1: 32-47.
- COLECTIVO IOÉ (2006a), “El cuidado de personas mayores dependientes a cargo de emigrantes. Aproximación a la situación de las trabajadoras migrantes y las familias empleadoras en la Comunidad de Madrid”, *Revista de Economía Crítica*, Nº 5.

- COLECTIVO IOÉ (2006b), “Trabajadoras inmigrantes por cuenta propia. Una aproximación escritiva”, en: BELTRÁN, J.; OSO, L. y RIBAS, N. (coords.), *Empresariado étnico en España*, Madrid: Fundación CIDOB/ Observatorio Permanente de la Inmigración.
- COLECTIVO IOÉ (2008), “Dimensiones de la inmigración en España. Impactos y desafíos”, *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, 95-104.
- COLIN, W. (2009), “The motives of off-the-books entrepreneurs: necessity-or opportunity-driven?”, *Journal of International Entrepreneurship Management*, 5: 203–217.
- COLLIER, P. y HOROWITZ, D. (1987), *Los Rockefeller. Una dinastía americana*, Barcelona: Tusquets.
- COLLIER, P. y HOROWITZ, D. (1990), *Los Ford. Una epopeya americana*, Barcelona: Tusquets.
- COMISIÓN EUROPEA (1995), *Libro verde de la innovación*, Bruselas: COM.
- COMISIÓN EUROPEA (2003a), *El papel de las Universidades en la Europa del conocimiento*, Bruselas: COM.
- COMISIÓN EUROPEA (2003b), *Libro verde: Espíritu empresarial en Europa*, Bruselas: COM.
- COMISIÓN EUROPEA (2004), *Eurobarometer: Entrepreneurship*, Bruselas: COM.
- CONSTANT, A.; SHACHMUROVE, Y. y ZIMMERMANN, K. (2007), “What makes an entrepreneur and does it pay? Native men, Turks, and other migrants in Germany”, *International Migrations*, 45: 71–100.
- COOKE, P. (2002), *Knowledge economies: Clusters, learning and cooperative advantage*, Londres: Routledge.
- COOKE, P. (2006) “Sistemas de innovación regional: conceptos, análisis y tipología”, en: OLAZARÁN, M. y GÓMEZ, M. (Eds.) *Sistemas regionales de innovación*, Bilbao: Zarautz: Ed. Universidad del País Vasco.
- COOKE, P. y MORGAN, K. (1998), *The associational economy. Firms, regions and innovation*, Oxford: Oxford University Press.
- CORTÉS, D. (2006), “El concepto de la trata de personas y su lugar en la agenda migratoria: el caso de los países andinos”, en: BLANCO, C (Ed.), *Migraciones. Nuevas modalidades en un mundo en movimiento*, Barcelona: Anthropos, pp: 159-184.

- CORTÉS, F. (2000), “La metamorfosis de los marginales: La polémica sobre el sector informal de América Latina”, en: DE LA GARZA, E. (Coord.), *Tratado latinoamericano de sociología del trabajo*, México: Fondo de Cultura Económica, pp: 592-618.
- COSTA CAMPI, M. T. (2001), “Teoría de la empresa”, en: CALLEJÓN, M. (coord.), *Economía industrial*, Madrid: Civitas.
- COTEC (1998a), *El sistema español de innovación, diagnóstico y recomendaciones*, Madrid: COTEC.
- COTEC (1998b), *Transferencia a las empresas de la investigación universitaria. Descripción de modelos europeos*, Madrid: COTEC.
- COTEC (2002), *El sistema español de innovación, diagnóstico y recomendaciones*, Madrid: COTEC.
- COTEC (2003), *Nuevos mecanismos de transferencia de tecnología*, Madrid: COTEC.
- COTO, P. e INGLADA, V. (2007), *Impacto de la nueva economía sobre el transporte*, Bilbao: Fundación BBVA.
- COWEN, T. y PARKER, D. (1998) *Los mercados en la empresa. Mecanismos de mercado aplicados a la gestión*, Madrid: Circulo de empresarios.
- COWLING, M. y BYGRAVE, W. (2002), *Entrepreneurship and unemployment: relationships between unemployment and entrepreneurship in 37 nations participating in the Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, New York: SSRN, Rochester.
- CROUCH, C. (2005), *Capitalism diversity and change: recombinant governance and institucional entrepreneurs*, Oxford: Oxford University Press.
- CUBEDDU, R. (1997), *La filosofía de la escuela austríaca*, Madrid: Unión Editorial.
- CUERVO GARCÍA, A. (1997), “Empresarios y directivos, Economistas”, *Revista del Colegio de Economistas de Madrid*, 15 (73): 46-55.
- CUERVO, Á. (dir.) (1994), *Introducción a la administración de empresas*, Madrid: Civitas.
- DA SILVA, R. y DE PAULA, M. (2000), “Tecnología y cambio tecnológico en la sociología latinoamericana del trabajo”, en: DE LA GARZA, E. (Coord.), *Tratado latinoamericano de sociología del trabajo*, México: Fondo de Cultura Económica, pp: 95-122.

- DAMILL, M.; FRENKEL, R. y RAPETTI, M. (2005), “La deuda argentina, default y reestructuración”, *Desarrollo Económico*, 45 (178):187-233.
- DAVID, P. y FORAY, D. (2002), “Fundamentos económicos de la sociedad del conocimiento”, *Comercio Exterior*, 52 (6): 472-490.
- DE ESTEBAN, A. (2008), “Las políticas urbanas y de vivienda para la integración social de los inmigrantes”, en: GUERRA, A. y TEZANOS, F. (Eds.), *La inmigración y sus causas*, Madrid: Editorial Sistema, pp: 523-548.
- DE FRANCISCO, A. (2008), *Ciudadanía y democracia. Un enfoque republicano*, Madrid: Los Libros de la Catarata.
- DE KLUYVER, C. (2001), *Pensamiento estratégico. Una Perspectiva para los ejecutivos*, Buenos Aires: Prentice Hall.
- DE LA GARZA, E. (2000), “Las teorías sobre la reestructuración productiva y América Latina”, en: DE LA GARZA, E. (Coord.), *Tratado latinoamericano de sociología del trabajo*, México: Fondo de Cultura Económica, pp: 716-734.
- DE LA MOTHE, J. y PAQUET, G. (Eds.) (2008), *Local and regional systems of innovation*, London: Kluwer.
- DE LA NUEZ SÁNCHEZ, P. (2008), “La escuela austríaca: Carl Menger y sus discípulos”, en: PERDICES, L. (Ed.), *Historia del pensamiento económico*, Madrid: Síntesis Editorial, pp: 335-366.
- DE LA VEGA, I. y CODURAS, A. (2005), “GEM 2004: abriendo nuevos caminos a la investigación sobre creación empresarial y desarrollo”, *Iniciativa emprendedora y empresa familiar*, 49: 19-32.
- DE LA VEGA, I. y CODURAS, A. (2007), “El análisis regional en el Proyecto GEM: el caso español y sus implicaciones políticas”, en: AYALA, J. C. (coord), *Conocimiento, innovación y emprendedores : camino al futuro*, Madrid: Comunidad de Madrid.
- DEAKINS, D.; MAJUMDER, M. y PADDISON, A. (2003), “Developing success Strategies for Ethnic Minorities in Business”, *New Community*, 23: 325-342.
- DEL ÁGUILA, R. (2008), “Identidades culturales e integración política: un mapa conceptual”, en: GUERRA, A. y TEZANOS, F. (Eds.), *La inmigración y sus causas*, Madrid: Editorial Sistema, pp: 461-488.

- DEL CASTILLO, J. (1991), “Mostratge i estimació de poblacions ocultes”, *QÜESTIÓ*, 15 (1): 55-68.
- DELMAR, F. y DAVIDSSON, P. (2000), “Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs”, *Entrepreneurship & Regional Development*, 12 (1): 1-23.
- DEMSETZ, H. (1966), “Some Aspects of Property Rights”, *Journal of Law and Economics*, 9: 61-70.
- DEMSETZ, H. (1973), *Hacia una teoría de los derechos de propiedad*, [online] disponible en: [www.eumed.net/cursecon/textos/Demsetz\\_teoria-derechos-propiedad.pdf](http://www.eumed.net/cursecon/textos/Demsetz_teoria-derechos-propiedad.pdf)
- DEMSETZ, H. (1980), “Información y eficiencia: Un punto de vista alternativo”, *Información Comercial Española*, 557: 23-34.
- DEMSETZ, H. (1986), *La competencia*, Madrid: Alianza.
- DEMSETZ, H. (1991), “The Theory of the Firm Revisted”, en: WILLIAMSON, O. y WINTER, S. (eds.), *The nature of the firm. Origen. Evaluation and Development*, Oxford: Oxford University Press.
- DÍAZ, A. (coord) (2008), *Nuevas tecnologías, nuevos mercados de trabajo*, Madrid: Mundi-Prensa Ediciones.
- DÍAZ, C. (2000), *La iniciativa empresarial femenina*, Albacete: Universidad de Castilla.
- DÍAZ, C. (2002), *La creación de empresas. Revisión histórica de teorías y escuelas*, Trujillo: La Coria Ediciones.
- DÍAZ MORLÁN, P. (2002), *Los Ybarra, 1801-2001. Una dinastía de empresarios*, Madrid: Marcial Pons.
- DÍAZ MORLÁN, P. (2004), “La importancia de llamarse Ybarra. Los nuevos negocios desde arriba y otros beneficios capitalistas”, *Información Comercial Española, Revista de Economía*, 812: 153-162.
- DÍAZ MORLÁN, P. (2009), *Capitalistas y empresarios. El mercado de la función empresarial*, Alicante: Publicaciones de Alicante.
- DÍAZ SERRANO, L. (2010), “Do Legal Immigrants and Natives Compete in the Labour Market? Evidence from Catalonia”, *IZA DP 4693*.
- DÍAZ, F. y GONZÁLEZ, J. (2005), “Comportamiento emprendedor e inmigración”, *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades*, (2): 85-101.

- DOFTER, K. (2006), “The Origins of Meso Economics Schumpeter's Legacy”, *Papers on Economics and Evolution*, 0610: 1-43.
- DOMINGO, A. (2008), *Tras la retórica de la hispanidad: la migración latinoamericana en España. Entre la complementariedad y la exclusión*, Barcelona: Centro de Estudios Demográficos.
- DOSI, G. (1982), “Technological paradigms and technological trajectories. A suggested interpretation of the determinants and directions of technical change”, *Research Policy*, 11: 147-162.
- DOSI, G. (1988), “Sources, procedures and microeconomic effects of innovations”, *Journal of Economic Literature*, 26: 1120-1171.
- DOSI, G. y MARENGO, L. (2007), “On the Convergence of Evolutionary and Behavioral Theories on Organization: a Tentative Roadmap”, *LEM*, Working Paper Series 2007/01.
- DOSI, G.; FREEMAN, C.; NELSON, R.; SILVERGER, G. y SOETE, L. (eds.) (1988), *Technical Change and Economic Theory*, Londres: Pinter.
- DOSI, G.; LLERENA, P. y SYLOS LABINI, M. (2008), “La relación ciencia-tecnología-industria y la “paradoja europea”: apuntes sobre la dinámica de investigación científica y tecnológica en Europa”, en: CAÑIBANO, C.; ENCINAR, M. I. y MUÑOZ, F. (Coords.) *Economía del conocimiento y la innovación: nuevas aproximaciones a una relación compleja*, Madrid: Ediciones Pirámide, pp: 231-268.
- DRUCKER, P. (1985), “The Discipline of Innovation”, *Harvard Business Review*, 63 (3): 67-72.
- DRUCKER, P. (1986), *La innovación y el empresario innovador. La práctica y las finanzas*, Barcelona: Edhasa.
- DRUKER, P. (1994), *La innovación y el empresario innovador*, Barcelona: Planeta Agostini.
- DUBINI, P. (1997), “The Influence of Motivators and Environment on Business Star-Up: Some Hints for Public Policies”, *Journal of Business Venturing*, 4 (1): 11-26.
- DUPUY, J. y GILLY, J. (1997), “Las estrategias territoriales de los grupos industriales, en VÁZQUEZ, A.; GAROFOLI, G. y GILLY, J. (comps.), *Gran empresa y desarrollo económico*, Madrid: Síntesis.

- DWYER, C. y HILTZ, S. (2007), “Trust and privacy concern within social networking sites: A comparison of Facebook and MySpace”, *Proceedings of the Thirteenth Americas Conference on Information Systems*, Keystone, Colorado.
- EBELING, R. M. (ed.) (1991), *Austrian Economics. Perspectives on the Past and Prospects for the Future*, Michigan: Hillsdale College Press.
- EBNER, A. (2000), “Schumpeterian Theory and the Sources of Economic Development: Endogenous, Evolutionary or Entrepreneurial?”, *Paper presented at the International Schumpeter Society Conference on ‘Change, Development and Transformation: Transdisciplinary Perspectives on the Innovation Process’*, Manchester, 28 de junio.
- EBNER, A. (2004), “Innovation, Coordination and Paradigms: Recombining Entrepreneurship and Technological Change”, *International Schumpeter Society Conference ‘Innovation, Industrial Dynamics and Structural Transformation: Schumpeterian Legacies’*, 9-12 June 2004, Milán.
- EDQUIST, C. y McKELVEY, M. (2000), “The systems of innovation approach and its general policy implications”, en: EDQUIST, C. y McKELVEY, M. (2000), *Systems of innovation: Growth, competitiveness and employment*, vol. 1. Cheltenham: Edward Elgar.
- EGGERTSSON, T. (1995), *El comportamiento económico y las instituciones [1990]*, Madrid: Alianza.
- EICKELPASCH, A; LEJPRAS, A. y STEPHAN, A. (2007), “Hard and Soft Locational Factors, Innovativeness and Firm Performance: An Empirical Test of Porter's Diamond Model at the Micro-Level,” *Discussion Papers of DIW Berlin*, 723, German Institute for Economic Research
- EKELUND, R. y HÉRBERT, R. (1992), *Historia de la teoría económica y de su método*, Madrid: McGraw Hill.
- ELENA, S. (2008), “Hacia un nuevo concepto de gestión de la Universidad pública”, en: CAÑIBANO, C.; ENCINAR, M. y MUÑOZ, F. (Coords.) *Economía del conocimiento y la innovación: nuevas aproximaciones a una relación compleja*, Madrid: Ediciones Pirámide, pp: 197-224.
- ELIAS, N. (1982), *Sociología fundamental*, Barcelona: Gedisa.
- ELLISON, N.; STEINFIELD, C. y LAMPE, C. (2007), “The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students' use of online social network sites”, *Journal of*

---

*Computer-Mediated Communication*, 12 (4), artículo N° 1, [online] disponible en: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>

- ENCIMAR, M. y MUÑOZ, F. (2008), “Sistemas sectoriales de innovación: de la base de conocimiento a la innovación. Una contribución teórica”, en: CAÑIBANO, C.; ENCINAR, M. I. y MUÑOZ, F. (Coords.) *Economía del conocimiento y la innovación: nuevas aproximaciones a una relación compleja*, Madrid: Ediciones Pirámide, pp: 113-144.
- ENGLANDER, E. (1987), “Technology and Oliver Williamson’s transaction Cost Economics”, *Journal of Economic Behavior and Organization*, 10: 339-353.
- ESCOBAR, M. (dir.). (2005), *Autoempleo y actividades empresariales de las mujeres en España*, Madrid: Instituto de la Mujer.
- ESCOHOTADO, A. (2008), *Los enemigos del comercio; Historia de las ideas sobre la propiedad privada*, Madrid: Espasa.
- ESTEBAN, J.; COLL, V.; BLASCO, O. (2005), “¿Competitividad e innovación en la micro y pequeña empresa? Retos previos a superar”, *Estudios de Economía Aplicada*, 23 (3): 559-581.
- ETZKOWITZ, H. (1989), “Entrepreneurial Science in the Academy: A Case of the Transformations of Norms”, *Social Problems*, 36 (1):14-27.
- ETZKOWITZ, H. (1993), “Entrepreneurs from Science: The origins of Science- based”, *Regional Economic Development*, 31 (1):326-360.
- ETZKOWITZ, H. (1998), “The norms of entrepreneurial science: cognitive effects of the new university-industry linkages”, *Research Policy*, 27: 823-833.
- ETZKOWITZ, H. (2002), “El auge de la Universidad emprendedora”, Presentado en el *Congreso Estocolmo*, 21-23 Noviembre de 2002.
- ETZKOWITZ, H. (2003), “Triple Helix: A Manifiesto for Innovation, Incubation and Growth”, *Stockholm*: SNS Press.
- EVANS, D. y JOVANOVIC, B. (1989), “An Estimated Model of Entrepreneurial Choice under Liquidity Constraints”, *Journal of Political Economy*, 97 (4), 808–27.
- EVANS, M. (1995), *Embedded Autonomy. States & Industrial Transformation*, Princenton: Princenton University Press.



- EVANS, M. (2004), “Development as Institutional Change: The Pitfalls of Monocropping and Potentials of Deliberation”, *Studies in Comparative International Development*, 38 (4): 30-53.
- FAERMAN, A. (ed.) (2006), *Migraciones. Un desafío global*, Madrid: Editorial Comunica.
- FAMA, E. (1980), *La sociedad active*, Madrid: Aguilar.
- FAMA, E. y JENSEN, M. (1983), “Separation of ownership from control”, *Journal of Law and Economics*, 26 (2): 301-326.
- FARIÑAS, J. (2009), “El análisis de la estructura de los mercados en la obra de John Sutton”, *Investigaciones Regionales*, 15: 223-230.
- FARIÑAS, J. y MARTÍN, A. (2009), “Innovaciones organizativas y productividad: el caso de outsourcing internacional”, *Investigaciones Regionales*, 15: 251-276.
- FATÁS, F. y PERIS, A. (2008), “Innovación, cambio estructural y crecimiento económico”, en: CAÑIBANO, C.; ENCINAR, M. I. y MUÑOZ, F. (Coords.) *Economía del conocimiento y la innovación: nuevas aproximaciones a una relación compleja*, Madrid: Ediciones Pirámide, pp: 145-168.
- FEESER, H. y DUGAN, K. (1989), “Entrepreneurial motivation: A comparison of new venture creation”, *Academy of Management Review*, 10 (4): 696-706.
- FERNÁNDEZ, S. (2009), *Dinámicas de crecimiento y características del modelo Centros Tecnológicos*, Bilbao: Universidad del País Vasco.
- FERNÁNDEZ DE LA VEGA, M. T. (2008), “La inmigración y sus causas”, en: GUERRA, A. y TEZANOS, F. (Eds.), *La inmigración y sus causas*, Madrid: Editorial Sistema, pp: 569-576.
- FERNÁNDEZ, C. (2003), “El capital riesgo y las spin-offs universitarias”, *Iniciativa emprendedora*, 41: 119- 127.
- FERNÁNDEZ, C. (2004), “Vínculos entre financiación y organización: Análisis comparado de la Universidad española”, *Education Policy Analysis Archives*, 12 (63), [online] disponible en: <http://epaa.asu.edu/epaaa/v12n63>.
- FERNÁNDEZ, F. (2008), “Los flujos migratorios en España y las políticas públicas”, en: GUERRA, A. y TEZANOS, F. (Eds.), *La inmigración y sus causas*, Madrid: Editorial Sistema, pp: 291-340.

- 
- FERNANDEZ, O. y OCANSO, J. (2005), “La búsqueda de conocimiento y las historias de vida”, *Omnia*, 11 (1): 1-14.
  - FERNÁNDEZ, V.; AMIN, A y VIGIL, J. (comp.) (2008), *Repensando el desarrollo regional*, Buenos Aires: Miño y Dávila.
  - FERRER, A. (2004), *La Economía Argentina*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
  - FESTRÉ, A. y GARROUSTE, P. (2007), “Rationality, behavior, institutional and economic change in Schumpeter”, *Contribution to the workshop Philosophy, Politics and Economics*, George Mason University, 3 de abril, 1-27.
  - FITZGERALD, V. (2008), “La migración considerada como una inversión”, en: GUERRA, A. y TEZANOS, F. (Eds.), *La inmigración y sus causas*, Madrid: Editorial Sistema, pp: 403-422.
  - FLETCHER, D. (2007), “‘Toy Story’: The narrative world of entrepreneurship and the creation of interpretive communities”, *Journal of Business Venturing*, 22: 49–672.
  - FLORIDA, R. (1995), “Toward the Learning Region”, *Futures*, 27 (5): 527-536.
  - FLORIDA, R. (2000), “The Learning Region”, en: ACS, Z. (Ed.), *Regional Innovation, Knowledge and Global Change*, Londres: Pinter.
  - FLORIDA, R. (2009), *Las ciudades creativas. Por qué donde vives puede ser la decisión más importante de tu vida*, Barcelona: Paidós.
  - FLORIDA, R. (2010), *La clase creativa. La transformación de la cultura del trabajo en el siglo XXI*, Barcelona: Paidós.
  - FORMAINI, R. (2001), “La maquinaria del proceso capitalista: los entrepreneurs en la teoría económica”, *Economic and Financial Review*, Dallas: Federal Reserve Bank of Dallas.
  - FOSS, K.; FOSS, N. y KLEIN, P. (2006), “Original And Derived Judgment: An Entrepreneurial Theory Of Economic Organization”, *SMG WP 8*, [online] disponible en: <http://ssrn.com/abstract=982105>
  - FOSS, N. (1997), “La teoría de la empresa: los austríacos como precursores y críticos de la teoría contemporánea”, *Revista Libertas*, 26: 1-29.
  - FOSS, N. (1999), “Capabilities, Confusion, and the Costs of Coordination: On Some Problems in Recent Research On Inter-Firm Relations”, *DRUID Working Paper No. 99 (7)*: 1-38.

- FOSS, N. y KLEIN, P. (2005), “Entrepreneurship and the Economic Theory of the Firm: Any Gains from Trade?”, *DRUID Working Papers 04-12*, DRUID, Copenhagen Business School, Department of Industrial Economics and Strategy/Aalborg University, Department of Business Studies.
- FOSTER, J. y METCALFE, S. (2001), *Frontiers of Evolutionary Economics Competition, Self-Organization and Innovation Policy*, Inglaterra: Edward Elgar.
- FREEMAN, C. (1991), “Networks of Innovators, A Syntesis of Research Issues”, *Research Policy*, 2: 459-514.
- FREEMAN, C. (1996), *Cambio tecnológico y empleo: Una estrategia de empleo para el siglo XXI*, Madrid: Fundación Universidad-Empresa.
- FREEMAN, C. (1997), “The ‘national system of innovation’ in historical perspective”, en: ARCHIBUGI, D. y MICHIE, J. (Eds.), *Technology, Globalisation and Economic Performance*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 24-49.
- FRÍAS, J. (2006), “La tercera edición del Manual de Oslo amplía el concepto de innovación a la de carácter no tecnológico”, *Economía Industrial*, 360: 217-230.
- FRIEDMAN, M. (1953), *Essay in Positive Economics*, Chicago: University of Chicago Press.
- FRIEDMAN, M. (1970), “The social responsibility of business is to increase its profits”, *New cork Time Magazine*, 13 de septiembre.
- FRIEDMAN, M. (1971), “León Walras y su sistema económico”, en: SPENGLER, J. y ALLEN, W. R. (eds.), *El pensamiento económico de Aristóteles a Marshall*, Madrid: Technos.
- GAHAN, C. y HANNIBAL, M. (1998), *Doing qualitative research using QSR NUD\*IST*, London: Sage Publications.
- GALAN, J. I. (2006), *Diseño organizativo*, Madrid: Thompson.
- GALBRAITH, J. (1973), *Designing Complex Organization*, Massachusetts: Addison Wesley, Reading Massachusetts.
- GALBRAITH, J. (2008), “Pobreza y subdesarrollo”, en: GUERRA, A. y TEZANOS, F. (Eds.), *La inmigración y sus causas*, Madrid: Editorial Sistema, pp: 157-162.
- GALINDO, M. A. (2008), “El papel del empresariado en la obra de Keynes”, *ICE*, 845: 59-71.

- GALLAGHER, S. (1998), *The rule of the risk? Adam Smith's argument against political power*, Pennsylvania State: Pennsylvania University Press.
- GALLEGO ABAROA, E. (2008), “La escuela de Lausana: León Walras y Wilfredo Pareto”, en: PERDICES, L. (Ed.), *Historia del pensamiento económico*, Madrid: Síntesis Editorial, pp: 409-422.
- GANDIGRUBER, B. (2010), *Instituciones, coordinación y empresas. Análisis económico más allá del mercado y Estado*, Barcelona: Anthropos.
- GARCÍA, A. y GARCÍA, M. (2006), “Diferencias culturales y comportamiento emprendedor”, *XVI Jornadas Luso-Espanholas Gestao Científica*, Universidade de Évora, Febrero.
- GARCÍA, A.; CRESPO, J. y CUADRADO, J. (2009), “Public financing and entrepreneurship: behaviour and regional heterogeneity of SMEs”, *Investigaciones Regionales*, 15: 89-110.
- GARCÍA, A.; JIMÉNEZ, B.; REDONDO, A. et alia (2006): *Inmigrantes emprendedores en la Comunidad de Madrid*, Madrid: Comunidad de Madrid.
- GARCÍA, J. y AFCHA, S. (2009), “El impacto del apoyo público a la I+D empresarial: Un análisis comparativo entre las subvenciones estatales y regionales”, *Investigaciones Regionales*, 15: 277-294.
- GARCÍA, M. y PÉREZ, M. (2010), “Inmigración y autoempleo”, en: ROIG, J. M. y VILA, L. E. (Eds.), *Investigación de economía de la educación*, Nº 4, Valencia: AEDE, Universidad de Valencia, pp 627-683.
- GARCÍA, P. (2006), “Estrategias identitarias de los inmigrantes argentinos y ecuatorianos en Madrid”, *Revista Alternativas*, Cuadernos de Trabajo Social, 14: 95-112.
- GAROFOLI, G. (1994), “Los sistemas de Pequeñas y Medianas empresas: un caso paradigmático de desarrollo endógeno”, en: BÉNKO, G. y LIPIETZ, A. (eds.). *Las regiones que ganan. Distritos y redes. Los nuevos paradigmas de la geografía económica*, Valencia: Alfons el Magnanim.
- GARTNER, W. (1989), “Who is an entrepreneur? is the wrong question”. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, Summer, 47 - 68.
- GARTNER, W. (2008), “Variations in entrepreneurship”, *Small Business Economics*, 31: 351-361.

- GARTNER, W. (2010), “A new path to the waterfall: A narrative on a use of entrepreneurial narrative”, *International Small Business Journal*, 28 (1): 6-19.
- GARTNER, W.; MITCHELL, T. y VESPER, K. (1989), “A Taxonomy of New Business”, *Ventures Journal of Business Venturing*, 4: 169-186.
- GENESCÁ, E.; URBANO, D.; CAPELLERAS, J. L.; GUALLARTE, C. y VERGÉS, J. (2003), “Creación de Empresas: homenaje al professor José María Veciana Vergés”, Barcelona: UAB.
- GENNERO, A.; BALTAR, F; GRAÑA, F y LISERAS, N. (2002), *El Proceso De Creación De Empresas: Factores Determinantes Y Diferencias Espaciales*, Mar del Plata: Editorial Martín.
- GEROSKI, P. (1989), “Entry, Innovation and Productivity Growth”, *The Review of Economics and Statistics*, 71 (4): 572-578.
- GEROSKI, P. (1991), *Market Dynamics and entry*, Cambridge: Blakwell.
- GEROSKI, P. (1995), “What Do We Know about Entry?”, *International Journal of Industrial Organization*, 13 (4): 421-440.
- GIBB, A.; RITCHIE, J. (1982), “Understanding the process of starting small businesses”, *European Small Business Journal*, 1 (1), 26-46.
- GIBBONS, M.; LIMOGES, C.; NOWOTNY, H.; SCHWARTZMAN, S.; SCOTT, P. y TROW, M. (1994), *The new production of knowledge*, Londres: Sage.
- GIL, J. y PERERA, V. (2001), *Análisis informatizado de datos cualitativos. Introducción al uso del programa Nud'ist-5*, Sevilla: Kronos.
- GIL, J., GARCÍA, E. y RODRÍGUEZ, G. (1999), “Análisis de datos cualitativos” en: RENOM (Ed.), *Tratamiento informatizado de datos*, Barcelona: Masson, pp. 41-67.
- GODIO, J. (2006), *El tiempo de Kischner*, Buenos Aires: Letra Grifa Ediciones.
- GODIO, J. (2008), *El tiempo de CFK. Entre la movilización y la institucionalidad*, Buenos Aires: Ediciones Corregidor.
- GOLD, S. J. (2000), “Self-Employment, Gender and Migration in San Feliu de Guixols, Spain”, *International Migration Review*, 35 (1): 315-317.
- GONZÁLEZ, J. (2002), “La Convertibilidad: la causa de la crisis bancaria argentina”, *presentado en el Congreso FIBAIN*, 7 de noviembre de 2002, Buenos Aires, [online] disponible en: [cdi.mecon.gov.ar/biblio/docelec/MU2230.pdf](http://cdi.mecon.gov.ar/biblio/docelec/MU2230.pdf).

- 
- GONZÁLEZ, J.; MARTIARENA, A.; NAVARRO, M. y PEÑA, I. (2009), “Estudio sobre la capacidad de innovación y actividad emprendedora en el ámbito sub-regional: El caso de la Comunidad Autónoma del País Vasco”, *Investigaciones Regionales*, 15: 55-88.
  - GONZÁLEZ, M. (1977), “La teoría del valor y del cambio en W. S. Jevons: contexto de descubrimiento y problemas de difusión”, *Revista Española de Economía*, 3: 10-42.
  - GORENSTEIN, S.; VIEGO, V. y BURACHICK, G. (2006), “Complejos industriales y desarrollo localizado: Temas seleccionados del debate teórico”, en: GORENSTEIN, S. M. y VIEGO, V. (comps.), *Complejos productivos basados en recursos naturales y desarrollo territorial. Estudios de caso en Argentina*, Bahía Blanca: Editorial de la Universidad Nacional del Sur.
  - GOSSEN, H. (1854), *The Laws of Human Relations and the Rules of Human Action Derived Therefrom*, Cambridge: MIT Press.
  - GRANOVETTER, M. (1973), The strength of weak ties, *American Journal Sociology*, 78 (6): 1360-1380.
  - GRANT, R. (1996), “Prospering in dynamically-competitive environments: Organizational capability as knowledge integration”, *Organization Science*, 7 (4), 375-387.
  - GRANT, R. (2001), “Knowledge and organization”, en: NONAKA, I. y TEECE, D. (Eds.). *Managing Industrial Knowledge: Creation, Transfer and Utilization*, Londres: Sage Publications.
  - GRANT, R. M. (1991), “The resource-based theory of competitive advantages: Implications for strategy formulation”, *California Management Review*, 33 (3): 114-135.
  - GREBEL, T. (2004), *Entrepreneurship: A new Perspective*, London: Routledge.
  - GRILICHES, Z. (1979), “Issues in assessing the contribution of R&D to productivity growth”, *Bell Journal of Economics*, 10: 91-116.
  - GROSS, R. y ACQUISTI, A. (2005), “Information Revelation and Privacy in Online Social Networks (The Facebook case)”, *Pre-proceedings version, ACM Workshop on Privacy in the Electronic Society (WPES)*, 1-11.
  - GROSSMAN, S. y HART, O. (1986), “The Costs and Benefits of Ownership: A Theory of Vertical and Lateral Integration”, *The Journal of Political Economy*, 94: 691-719.

- GUARNIZO, L. (1997), *The Mexican Ethnic Economy in Los Angeles: Capitalist Accumulation, Class Restructuring, and the Transnationalization of Migration*, La Jolla, San Diego CA: Center for U.S. Mexico Studies, University of California.
- GUARNIZO, L. (2004), “Aspectos económicos del vivir transnacional”, en: ESCRIVÁ, A. y RIBAS, N. (coords.), *Migración y desarrollo*, Córdoba: Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- GUARNIZO, L. y SMITH, M. (1998), “The location of transnationalism”, *Comparative Urban and Community Research*, 6: 3-34.
- GUARNIZO, L., PORTES, A. y HALLER, W. (2003), “Assimilation and Transnationalism: Determinants of Transnational Political Action among Contemporary Migrants”, *American Journal of Sociology*, 108 (6): 1121-1148.
- GUBA, E. (1990), *The paradigm dialogue*, Newbury Park, CA: Sage Publications.
- GUERRA, A. y TEZANOS, J. (2001), *Las políticas de la Tierra. IV Encuentro de Salamanca*, Madrid: Sistema Ed.
- GUERRERO, D. (1994), *La Teoría dinámica de la competencia*, [online] disponible en: <http://pc1406.cps.ucm.es/Articulos/La%20teoria%20dinamica%20de%20la%20competencia/>
- GUTIERREZ, J. y DELGADO, J. (1999), *Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales*, (3ª. Ed.), Madrid: Síntesis Psicológica.
- HADJIMICHALIS, C. y HUDSON, R. (2006), “Networks, Regional Development and Democratic Control”, *International Journal of Urban and Regional Research*, 30 (4): 858-72.
- HALL, P. y SOSCIKE, D. (eds.) (2001), *Varieties of Capitalism. The institutional foundations of comparative advantage*, Oxford: Oxford University Press.
- HAMEL, G. (2008), *El futuro del management*, Barcelona: PAIDÓS.
- HAMMARSTEDT, M. (2001), “Immigrant self-employment in Sweden- its variation and some possible determinants”, *Entrepreneurship & Regional Development*, 13: 147- 161.
- HARDT, M. y NEGRI, A. (2002), *Imperio*, Barcelona: Paidós.
- HART, O. (2007), Reference Points and the Theory of the Firm, National Bureau Of Economic Research, *Working Paper 13481*, [online] disponible en: <http://www.nber.org/papers/w13481>.
- HARVEY, D. (1985), “The geopolitics of capitalism”, en: GRÉGORY, D. y URRY, J. (Eds.), *Social relations and spatial structures*, Londres: MacMillan.

- HARVEY, D. (1989), “From managerialism to entrepreneurialism: The transformation in urban governance in late capitalism”, *Geografiska Annaler*, 71B: 3-17.
- HARVEY, D. (2006), “Neo-liberalism as creative destruction”, *Geografiska Annaler*, 88B: 145-158.
- HAYEK, F. (1983), *La desnacionalización del dinero*, Madrid: Instituto de Economía de Mercado.
- HAYEK, F. (1996a), *Las vicisitudes del liberalismo*, Madrid: Unión Editorial.
- HAYEK, F. (1996b), *Precios y Producción. Una explicación de las crisis de las economías capitalistas*, Madrid: Unión Editorial.
- HAYEK, F. (1998a), *Los fundamentos de la libertad*, Madrid: Unión Editorial.
- HAYEK, F. (1998b), *Socialismo y guerra. Ensayos, documentos y reseñas, Vol X de Obras Completas*, Madrid: Unión Editorial.
- HEIJS, J.; BUESA, M. y BAUMERT, T. (2007), “Sistemas nacionales de innovación: Conceptos, perspectivas y desafíos”, en: BUESA, M. y HEIJS, J. (coords.) (2007), *Sistemas regionales de innovación. Nuevas formas de análisis y medición*, Madrid: FUNCAS.
- HELD, D. y MCGREW, A. (eds.) (2000), *The Global Transformation Reader*, Cambridge: Polity Press.
- HELMSING, A. (1999), “Teorías de desarrollo industrial regional y políticas de segunda y tercera generación”, *Revista de Estudios Urbanos y Regionales*, 75 (25): 5 -39.
- HERNANDO, M. (2008), “Las exigencias de cooperación al desarrollo. Migraciones y desarrollo (algunas reflexiones)”, en: GUERRA, A. y TEZANOS, F. (Eds.), *La inmigración y sus causas*, Madrid: Editorial Sistema, pp: 393-402.
- HERRERA, F. (2000), “Las migraciones y la sociología del trabajo en América Latina”, en: DE LA GARZA, E. (Coord.), *Tratado latinoamericano de sociología del trabajo*, México: Fondo de Cultura Económica, pp 566-591.
- HERRERA, J. (2003), “Dinámica de la inversión privada en México”, *Gaceta de Economía*, 16: 225-240.
- HERRMANN- PILLATH, C. (2007), “Why There is No Such Thing Like Transaction Costs After All”, University of Witten/Herdecke, Institute for Comparative Research into Culture and Economic Systems, [online] disponible en: <http://ssrn.com/abstract=949075>.



- HIRSCHMAN, A. (1961), *La estructura del desarrollo económico*, México, DF: Fondo de Cultura Económica.
- HIRSCHMAN, A. (1977), *The Passion and the Interest*, Princeton: Princeton University Press.
- HIRSCHHOFF, B. A. y PHILLIPS, D. B. (1988), “The Effect of Firm formation and growth on job creation in the United States”, *Journal of Business Venturing*, 3 (4): 261-272.
- HODGSON, G. (1998), “The Approach of Institutional Economics”, *Journal of Economic Literature*, 36 (1): 166-192.
- HODGSON, G. (2000), “What is the Essence of Institutional Economics?”, *Journal of Economic Surveys*, 24 (2): 317-329.
- HOFSTEDE, G. (1980), *Culture's Consequences: International Differences in Work-related Values*, Beverley Hill: Sage.
- HOLLINGSWORTH, R. y BOYER, R. (1997), *Contemporary Capitalism. The embeddedness of Institutions*, Cambridge: Cambridge University Press.
- HOLMES, T. y SCHMITZ, J. (1990), “A Theory of Entrepreneurship and Its Application to the Study of Business Transfers”, *Journal of Political Economy*, 98 (2): 265-294.
- HÖLZL, W. (2005), “The Evolutionary Theory of the Firm: Routines, Complexity and Change”, *Vienna University of Economics and Business Administration*, Working Paper 46: 1-20.
- HOLLINGSWORTH, J.; SCHMITTER, P. y STREEK, W. (Eds.) (1994), *Governing capitalist economies. Performance and control of economic sectors*, Oxford: Oxford University Press.
- HORMIGA PÉREZ, E. y BATISTA CANINO, R. M. (2007), “El proceso de la inmigración en España: Aproximación al comportamiento emprendedor desde la perspectiva migratoria”, *Seminario de Economía Canaria*, [online] disponible en: [http://www.congresos.ulpgc.es/ecocan\\_vi/desc\\_comunica.html](http://www.congresos.ulpgc.es/ecocan_vi/desc_comunica.html).
- HOZUMI, T. (2007), The Evolutionary Character of Schumpeterian Economics, [online] disponible en: [www.schumpeter2004.uni-bocconi.it/download.php?download=download&id\\_pap=267](http://www.schumpeter2004.uni-bocconi.it/download.php?download=download&id_pap=267).
- HUDSON, R. (1999), “The learning economy, the learning firm and the learning region: A sympathetic critique of the limits to learning”, *European Urban and Regional Studies*, 6: 59-72.

- HUDSON, R. (2000), *Production, places and environment. Changing perspectives in economic geography*, Oxford: Oxford University Press.
- HUDSON, R. (2008), “La economía de aprendizaje, la empresa de aprendizaje y la región de aprendizaje: un análisis comprensivo sobre los límites del aprendizaje”, en: FERNÁNDEZ, V.; AMIN, A.; VIGIL, J. (comp), *Repensando el desarrollo regional*, Buenos Aires: Miño y Dávila.
- HUERTA DE SOTO, J. (1997), “La escuela austriaca moderna frente a la neoclásica”, *Revista de Economía Aplicada*, 5: 113-133.
- HUERTA DE SOTO, J. (2000), *La escuela austriaca, mercado y creatividad empresarial*, Madrid: Síntesis.
- HUERTA QUINTILLA, R. (2001), “De nuevo los rendimientos decrecientes”, *Aportes*, 6 (18): 73-90.
- HUM, T. (2001), “The Promises and Dilemmas of Immigrant Ethnic Economies”, en: LÓPEZ GARZA, M. y DÍAZ STANFORD, D. (Eds.), *Asian and Latino Immigrants in a Restructuring Economy: The Metamorphosis of Southern California*, Stanford: Stanford University Press, pp. 77-101.
- HUMPHREY, J. (1995), “Industrial reorganization in developing countries: From models to trajectories”, *World Development*, 23(1): 149-162.
- HUTCHISON, T. (1967), *Historia del pensamiento económico. 1870-1929*, Madrid: Gredos.
- IBARRA, E. (2000), “Teoría de la organización, mapa conceptual de un territorio en disputa”, en: DE LA GARZA, E. (Coord.), *Tratado latinoamericano de sociología del trabajo*, México: Fondo de Cultura Económica, pp 245-284.
- IBRAHIM, G. y VYAKERMAN, S. (2007), “Defining the Role of the Entrepreneur in Economic Thought: Limitations of Mainstream Economics”, [online] disponible en: <http://www.nbs.ntu.ac.uk/DEPTS/CGB/research/pdf/entjse.pdf>.
- INE (2004), *Encuesta sobre innovación tecnológica en las empresas*, INE.
- INFANTINO, L. (1998), *Individualism in modern thought: from Adam Smith to Hayek*, Londres: Routledge.
- INFANTINO, L. (1999), *Prefacio a los Ensayos de teoría económica de Eugen von Böhm Bawerk, vol I*, Madrid: Unión Editorial.

- 
- ÍÑIGUEZ, L. y ANTAKI, C. (1998), *Análisis del Discurso*, Barcelona: Anthropos.
  - IZQUIERDO, A. (2006), “Cuatro razones para pensar en la inmigración irregular”, en: BLANCO, C. (Ed.), *Migraciones. Nuevas modalidades en un mundo en movimiento*, Barcelona: Anthropos, pp: 138-159.
  - JACOB, M. (1969), *The economy of cities*, Nueva York: Vintage Books.
  - JARIEGO, I. (2001), “Las paradojas del multiculturalismo (y de sus enemigos)”, *Revista Iberoamericana de Filosofía, Política y Humanidades*, 3 (1): 168-174.
  - JARNE, G. y SÁNCHEZ, J. (2008), “Las curvas sigmoideas y los modelos de innovación”, en: CAÑIBANO, C.; ENCINAR, M. I. y MUÑOZ, F. (Coords.) *Economía del conocimiento y la innovación: nuevas aproximaciones a una relación compleja*, Madrid: Ediciones Pirámide, pp: 323-348.
  - JENSEN, M. (2001), “Value Maximization, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function”, *European Financial Management*, 7: 297-317.
  - JENSEN, M. y MECKLING, W. (1976), “Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Owership Structure”, *Journal of Financial Economics*, Octubre: 305-360.
  - JEVONS, W. (1871), *The Theory of Political Economy*, 5 Ed., Londres: Kelley & Millman Inc.
  - JIOBU, R. (1998), *Ethnicity and assimilation*, Albany State: University of Nueva York.
  - JOHNSON, R. y ONWUEGBUZIE, A. (2004) “Mixed methods research: A research paradigm whose time has come”, *Educational Researcher*, 33 (7): 14-26.
  - JOINSON, A. (2008), “‘Looking at’, ‘Looking up’ or ‘Keeping up with’ People? Motives and Uses of Facebook”, *CMI Conference*, Italia, [online] disponible en: [people.bath.ac.uk/aj266/pubs\\_pdf/1149-joinson.pdf](http://people.bath.ac.uk/aj266/pubs_pdf/1149-joinson.pdf).
  - JOINSON, A. (2008), “Looking at, looking up or keeping up with people?: Motives and use of Facebook”, *Proceeding of the Twenty-Sixth Annual SIGCHI Conference on Human factors in Computing Systems*, pp. 1027-1036: Florence, Italy.
  - JOLY, D. (2006), “Asilo europeo y convergencia global. El refugiado: héroe antaño, paria hogaño”, en: BLANCO, C. (Ed.), *Migraciones. Nuevas modalidades en un mundo en movimiento*, Barcelona: Anthropos, pp: 11-34.
  - JONES, E. (1991), *El milagro europeo*, Alianza Editorial: Madrid.

- JOVCHELOVITCH, S. y BAUER, M. (2000), “Narrative Interviewing” en: BAUER, M. y GASKEL, G. (Eds.), *Qualitative Researching with Text, Image and Sound*, Londres: Sage.
- KANAS, A.; VAN TURBERGEN, K. Y VAN DER LIPPE, T. (2009), “Bridging Social Capital of Origin- and Host-Country Human Capital and Bonding and Bridging Social Capital”, *Work and Occupations*, 36: 181:208
- KANTIS, H.; ANGELELLI, P.; GATTO, F. (2002), “Nuevos Emprendimientos y Emprendedores en Argentina: De Qué Depende su Creación y Supervivencia?”, en: *Las Pequeñas y Medianas Empresas: Entorno, Estrategias y Potencial Transformador, Memorias de la 5ª Reunión Anual de la Red PyMEs Mercosur*.
- KAPLAN, D. (1997) “The Creation of an Ethnic Economy: Indochinese Business Expansion in Saint Paul”, *Economic Geography*, 73 (2): 214-233.
- KARIV, D.; MENZIES, T.; BRENNER, G. y FILION, L. (2009), “Transnational Networking and Business Performance: Ethnic Entrepreneurs in Canada”, *Entrepreneurship & Regional Development*, 21 (3): 239-265.
- KEATING, M. (1998), *The new regionalism in Western Europe: Territorial restructuring and political change*, Cheltenham: Edward Elgar.
- KELLE, U. (1997), “Theory Building in Qualitative Research and Computer Programs for the Management of Textual Data”, *Sociological Research Online*, [online] disponible en: <http://www.socresonline.org.uk/2/2/1.html>.
- KENT, C. (1982), “Entrepreneurship in Economic Development”, en: KENT, C.; SEXTON, D. y VESPER, K. (Eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, New York: Prentice Hall, pp: 237-256.
- KENT, C. (1984), *The Environment for Entrepreneurship*, Lexington, MA: Lexington Books.
- KENT, C.; SEXTON, D. y CONRAD, S. (1981), “Life time Experiences of Entrepreneurs: preliminary Analysis”, en: SEXTON, D. y VAN AUJEN, P. (Eds.), *Entrepreneurship Education*, Waco TX: Baylor University Press, pp: 31-45.
- KIHSTROM, R. y LAFFONT, J. (1979), “A General Equilibrium Entrepreneurial Theory of Firm Formation Based on Risk Aversion”, *Journal of Political Economy*, 87 (4): 719-748.
- KIM, H. (2003), “Ethnic enclave economy in Urban China: the Korean immigrants in Yanbian”, *Ethnic and Racial Studies*, 26 (5): 802-828.

- KIM, I. (1981), *The new urban immigrants; Koreans immigrants in Nueva York City*, Princeton: Princeton University Press.
- KIM, I. (edit.) (1999), *Koreans in the Hood, Conflict with African Americans*, Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- KIM, J. y MAHONEY, J. (2005), “Property Rights Theory, Transaction Costs Theory, and Agency Theory: An Organizational Economics Approach to Strategic Management”, *Managerial and Decision Economics*, 26: 223–242.
- KIRZNER, I. (1973), “An outstanding austrian contributor to the economics of entrepreneurship”, *Small Business Economics*, 29: 213-223.
- KIRZNER, I. (1998), *Competencia y Empresarialidad*, Madrid: Unión Editorial.
- KIRZNER, I. (1999), “Creativity and/or Alertness: A Reconsideration of the Schumpeterian Entrepreneur”, *The Review of Austrian Economics*, 11 (1-2): 5-17.
- KLOOSTERMAN, R. (1996), “Mixed Experiences: Post-industrial Transitions and Ethnic Minorities on the Amsterdam Labour Market”, *New Community*, (4): 637-654.
- KLOOSTERMAN, R. (2000), “Immigrant Entrepreneurship and the Institutional Context: A Theoretical Exploration”, en: RATH, J. (Ed.), *Immigrant Businesses: The Economic, Political and Social Environment*, New York: St. Martin Press.
- KLOOSTERMAN, R. (2010), “Matching opportunities with resources: A framework for analysing (migrant) entrepreneurship from a mixed embeddedness perspective”, *Entrepreneurship & Regional Development*, 22 (1): 25-45.
- KLOOSTERMAN, R. y RATH, J. (2001), “Immigrant entrepreneurs in advanced economies, mixed embeddedness further explored”, *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 27: 189-201.
- KLOOSTERMAN, R.; VAN DER LEUM, J. y RATH, J. (1999), “Mixed Embeddedness: (In)formal Economic Activities and Immigrant Business in the Netherlands”, *International Journal of Urban and Regional Research*, 23 (2): 253-267.
- KNIGHT, F. (1933), *Risk, Uncertainty and Profit*, New York: Houghton Mifflin.
- KÖHLER, H. y MARTIN ARTILES, A. (2005), *Manual de la sociología del trabajo y de las relaciones laborales*, Madrid: Delta.
- KOHLER-RIESSMAN, C. (1993), *Narrative Análisis*, Newbury Park, Ca.: Sage Publications.

- KREISER, P.; MARINO, L. y WEAVER, K. (2002), “Assesing the Psychometric Properties of the Entrepreneurial Orientation Scale: a Multi- Country Analysis”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Summer 71-94.
- KRIPPENDORFF, K. (1990), *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*, Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- KRUGMAN, P. (1991), “Increasing returns and economic geography”, *Journal of Political Economy*, 3 (99): 483-499.
- KRUGMAN, P. (1993), “On the number and location of cities”, *European Economic Review*, 37: 293-8.
- KUPFERBERG, F. (2004), “Ethnic entrepreneurship as innovation”, en: CHAMBERLAYNE, P.; BORNAT, J. y APITZSCH, U. (Eds.), *Biographical Methods and Professional Practice. An internacional Perspective*, Glasgow: Bell & Bain, pp: 73-92.
- KUZNETZ, S. (1966), *Modern Economic Growth: Rate, Structure and Spread*, New Haven: Yale University Press.
- LAIDLER, D. (1991), *The Golden Age of the Quantity Theory*, Nueva York: Phillip Allan.
- LAMPE, C., ELLISON, N. y STEINFELD, C. (2007), “A Familiar Face(book): Profile Elements as Signals in an Online Social Network”, *Conference on Human Factors in Computing Systems*, San Jose: ACM Press.
- LANDOLT, P.; AUTLER, L y BAIRES, S. (1999), From 'Hermano Lejano' to 'Hermano Mayor': The Dialectics of Salvadoran Trans-nationalism, *Ethnic and Racial Studies*, 2: 290-315.
- LANDOLT, P.; AUTLER, L. y BAIRES, S. (2003), “Del hermano lejano al hermano mayor: la dialéctica del transnacionalismo salvadoreño”, en: PORTES, A. et al. (coord), *La globalización desde abajo: transnacionalismo inmigrante y desarrollo*, México: FLACSO.
- LANDONI, J. S. (2007), “Empresario y capitalista: Nota para una teoría austríaca de la firma”, Congreso Internacional: “La Escuela Austríaca en el Siglo XXI”, [online] disponible en: [http://escuelaaustriaca.org/esp/antecedentes\\_esp\\_ponencias.php](http://escuelaaustriaca.org/esp/antecedentes_esp_ponencias.php)
- LANDRETH, H. y COLANDER, D. C. (1998), *Historia del pensamiento económico*, México: Compañía Editorial Continental, S.A. de C. V.

- 
- LANGLOIS, R. (2002), “Schumpeter and the Obsolescence of the Entrepreneur”, *Department of Economics Working Paper Series*, 19: 1-29.
  - LANGLOIS, R. y RAZIN, E. (1989), “Self-employment among Ethnic Minorities in Canadian Metropolitan Areas”, *Canadian Journal of Regional Science*, 12: 335-354.
  - LANGLOIS, R. y ROBERTSON, P. (1993) “Business Organization As A Coordination Problem: Toward A Dynamic Theory Of The Boundaries Of The Firm”, *Business And Economic History*, 22 (1): 31-41.
  - LANGLOIS, R. y ROBERTSON, P. (1995), *Firms, markets and economic change. A dynamic theory of business institutions*, London: Roudledge.
  - LANGLOIS, R. y FOSS, N. (1999), “Capabilities and governance: the rebirth of production in the theory of economic organization”, *Working Paper 97-2*, Danish Research Unit for Industrial Dynamics.
  - LARDIÉS, R. (1999), “Migration and tourism entrepreneurship: North-European immigrants in Catalonia and Languedoc”, *International Journal of Population Geography*, 5, 477-491.
  - LARSEN, M. y VON TUNZELMANN, N. (2008), “Fallos extramercado y desarrollo de tecnología genérica”, en: CAÑIBANO, C.; ENCINAR, M. I. y MUÑOZ, F. (Coords.) *Economía del conocimiento y la innovación: nuevas aproximaciones a una relación compleja*, Madrid: Ediciones Pirámide, pp: 239-288.
  - LAZZERETTI, L. (2006), “Distritos industriales, cluster y otros. Un análisis trespassing entre la economía industrial y la gestión estratégica”, *Economía Industrial*, número monográfico 25 años del distrito industrial marshalliano, 359: 59-72.
  - LEBART, L.; SALEM, A. y BÉCUE, M. (2000), *Análisis estadístico de textos*, Lleida: Ed. Milenio.
  - LEE, J. (2002), “From civil relations to racial conflict: Merchant-customer interactions in urban America”, *American Sociological Review*, 67: 77-98.
  - LEMA, F. (2004), “La construcción de la sociedad del conocimiento en América Latina. La diáspora del conocimiento”, *Instituto de Estudios Avanzados*, 3 (5), [online] disponible en: [http:// auca.usach.cl/revistaidea/html/pdf/Fernando\\_lemma.pdf](http://auca.usach.cl/revistaidea/html/pdf/Fernando_lemma.pdf).
  - LEWIS, A. (1954), “Economic development with unlimited supplies of labor”, *Manchester School of Economic and Social Studies*, 22: 139-191.

- LEY, D. (2006), “Explaining Variations in Business Performance among Immigrant Entrepreneurs in Canada”, *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 32 (5): 743-764.
- LI, P. (2001), “Immigrant ’s Propensity to Self-Employment: Evidence from Canada”, *International Migration Review*, 35 (4): 1106-1128.
- LIBECAP, G. (1986), “Property Rights in Economic History: Implications for Research”, *Explorations in Economic History*, 23: 227-252.
- LIEBERMAN, D. y HUANG, S. (2008), “A Technological Approach to Reaching a Hidden Population of Problem Drinkers”, *Psychiatrics Service*, 59: 34-39.
- LIGHT, I. (1972), *Ethnic enterprise in America*, Berkley: University of California Press.
- LIGHT, I. (1979), “Disadvantages minorities in self-employment”, *The International Journal of Comparative Sociology*, 20: 31-45.
- LIGHT, I. (1980), “Asian enterprise in America: Chinese, Koreans and Japanese in small business”, en: CUMMINGS, S. (ed.), *Self-help in urban America*, Port Washington: National University Publications, pp. 33-57.
- LIGHT, I. (2002), “Immigrant place entrepreneurs in Los Angeles, 1970-1999”, *International Journal of Urban and Regional Research*, 26: 215-228.
- LIGHT, I. (2003), “Economías étnicas”, *Seminario sobre el Empresariado étnico en España*, Centro de Estudios Internacionales e Interculturales, Universidad Autónoma de Barcelona.
- LIGHT, I. (2006), “Economías étnicas”, en: BELTRÁN, J.; OSO, L. Y RIBAS, N. (coords.), *Empresariado étnico en España*, Madrid: Fundación CIDOB/ Observatorio Permanente de la Inmigración.
- LIGHT, I. (2007), “Global Entrepreneurship and Transnacionalism”, en: LÉ-PAUL, D. (ed.) *Handbook of Research on Ethnic Minority Entrepreneurship. A Co-evolutionary View on Resource Management*, UK: Edward Elgar Publishing Limited, pp: 3-13.
- LIGHT, I. y BONACICH, E. (1988), *Immigrant entrepreneurs. Koreans in Los Angeles 1965-1982*, Berkeley: University of California Press.
- LIGHT, I. y GOLD, S. (2000), *Ethnic Economies*, San Diego: Academic Press.
- LIGHT, I. y KARAGEORGIS, S. (1994), “The ethnic economy”, en: SMELSER, N. y SWEDBERG, R. (Eds.), *Handbook of Economic Sociology*, Nueva York: Russell Sage Foundation, pp. 647-671.



- LIGHT, I. y ROSENSTEIN, C. (1995), *Race, Ethnicity, and Entrepreneurship in Urban America*, Hawthorne, Nueva York: Aldine de Gruyter.
- LIGHT, I.; BHACHU, P. y KARAGEORGIS, S. (1993), "Migration Networks and Immigrant Entrepreneurship", en: LIGHT, I. y BHACHU, P. (ed.) *Immigration and Entrepreneurship: culture, capital and ethnic networks*, New Brunswick: Transaction.
- LINCOLN, Y. y GUBA, E. (1985), *Naturalistic inquiry*. New York: Sage.
- LINDSTROM, D. y LAUSTER, N. (2001), "Local Economic Opportunity and the Competing Risks of Internal and U.S. Migration in Zacatecas, Mexico", *International Migration Review*, 35 (4): 1232-1256.
- LIPIETZ, A. (1979), *El capital y su espacio*, México, Siglo XXI.
- LOASBY, B. (1982), "The Entrepreneur in Economic Theory", *Scottish Journal of Political Economy*, 29 (3): 235-245.
- LOASBY, B. (1998), "Competences, Governance and Entrepreneurship", *Druid 1998 Summer Conference, Bornholm, June 9-11*, [online] disponible en: [www.druid.dk/conferences/summer1998/conf-papers/loasby.pdf](http://www.druid.dk/conferences/summer1998/conf-papers/loasby.pdf)
- LOASBY, B. (2006), "Entrepreneurship, Evolution and Human Mind", en: CANTNER, U. y MALERBA, F. (Eds.), *Innovation, Industrial Dynamics and Structural Transformation. Schumpeterian Legacies*, Springer, pp: 29-47.
- LOASBY, B. (2008), "Los microfundamentos de las capacidades organizativas", en: CAÑIBANO, C.; ENCINAR, M. I. y MUÑOZ, F. (Coords.) *Economía del conocimiento y la innovación: nuevas aproximaciones a una relación compleja*, Madrid: Ediciones Pirámide, pp: 35-58.
- LOFSTROM, M. (2009), "Does Self-Employment Increase the Economic Well-Being of Low-Skilled Workers?", *IZA Discussion Papers 4539*, Institute for the Study of Labor (IZA).
- LOGAN, J.; ALBA, R. y STULTS, B. (2003), "Enclaves and entrepreneurs: Assessing the Payoff for Immigrants and Minorities", *International Migration Review*, 37 (2): 344-388.
- LÓPEZ SALA, A. (2005), *Inmigrantes y Estados: la respuesta política ante la cuestión migratoria*, Barcelona: Anthropos.
- LÓPEZ SALA, A. y CACHÓN, L. (coords.) (2007), *Juventud e inmigración. Desafíos para la participación y para la integración*, Canarias: Dirección General de Juventud de la Consejería de Empleo y Asuntos Sociales del Gobierno de Canarias.

- LOVERING, J. (2008), “Teoría guiada por la Política: las insuficiencias del ‘Nuevo Regionalismo’ (ejemplificado con el caso de Gales)” en: FERNÁNDEZ, V.; AMIN, A.; VIGIL, J. (comp), *Repensando el desarrollo regional*, Buenos Aires: Miño y Dávila.
- LOZANO, J., PEÑA MARÍN, C. y ABRIL, G. (1999), *Análisis del discurso*, Madrid: Cátedra.
- LUCAS, R. (1978), “On the Size Distribution of Business Firms”, *Bell Journal of Economics*, 9 (3): 508-523.
- LUCAS, R. (1988), “On the Mechanics of Economic Development”, *Journal of Monetary Economics*, 22 (1): 3-42.
- LUCHILO, L. (2007), “Migración de retorno: el caso argentino”, *Redes*, Centro de estudios sobre Ciencia, Desarrollo y Educación Superior, Documento de Trabajo 39, Buenos Aires, [online] disponible en: [www.centroredes.org.ar/documentos/documentos\\_trabajo/files/Doc.Nro39.pdf](http://www.centroredes.org.ar/documentos/documentos_trabajo/files/Doc.Nro39.pdf).
- LUNDVALL, B. (Ed.) (1992), *National systems of innovation: Towards a theory of innovation and interactive learning*, Londres: Pinter.
- LUNDVALL, B. y BORRÁS, S. (1999), *The globalising learning economy: Implications for innovation policy*, Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas.
- LUNDVALL, B.; JOHNSON, B.; ANDERSEN, E. y DALUM, B. (2002), “National systems of production, innovation and competence building”, *Research Policy*, 31: 213-231.
- MACKINNON, D.; CUMBRES, A.; CHAPMAN, K. (2008), “Aprendizaje, innovación y desarrollo regional: un análisis crítico de debates recientes”, en: FERNÁNDEZ, V.; AMIN, A.; VIGIL, J. (comp), *Repensando el desarrollo regional*, Buenos Aires: Miño y Dávila.
- MACLEOD, G. (2001), “New Regionalism Reconsidered: Globalization and the Remaking of Political Economic Space”, *International Journal of Urban and Regional Research*, 25 (4): 804-829.
- MAHONEY, J. (2005), *Economic foundations of strategy*, Londres: Sage Publications Ltd.
- MAILLAT, D. (1995), “Territorial Dynamic, Innovative milieus and Regional Policy”, *Entrepreneurship and Regional Development*, 7: 157-165.

- MAILLAT, D. (1999), “Sistemas productivos regionales y entornos innovadores”, en: OCDE, *Redes de empresas y desarrollo local: Competencia y cooperación en los sistemas productivos locales*, París: OCDE.
- MAILLAT, D. y PERRIN, J. C. (eds). (1992), *Entreprises innovatrices et développement territorial*, Nuechâtel : EDES.
- MALECKI, E. (1997), *Technology and economic development: the dynamics of local, regional and national competitiveness*, 2 ed., Londres: Addison-Wesley, Longman.
- MALERBA, F. (1992), “Learning by Firms and Incremental Technical Change”, *The Economic Journal*, 102 (413): 845-859.
- MANTECÓN, A.; JUAN; M; CALAFAT, A.; BECOÑA, E. y ROMÁN, E. (2008), “Respondent-Driven Sampling: un nuevo método de muestreo para el estudio de poblaciones visibles y ocultas”, *ADICCIONES*, 20 (2):161-170.
- MARGEN, M. (2006), “Transnationalism or Assimilation? Patterns of Sociopolitical Adaptation among Canadians Business Immigrants”, *Ethnic and Racial Studies*, 29 (5): 882-900.
- MARINAS, J. y SANTAMARINA, C. (1993), *La historia oral: métodos y experiencias*, Madrid: Debate.
- MARSHALL, A. (1963), *Principios de Economía*, Madrid: Aguilar.
- MARTÍNEZ, A. (2009), “Para una crítica de las teorías de los recursos humanos y la reconstrucción de una sociología del hecho económico”, *Sistema*, 210: 23-51.
- MARTÍNEZ, A.; VELA, M.; DE LUIS, P. y PÉREZ, M. (2006), “Flexibilidad en el trabajo, innovación y resultados de la empresa”, *Revista de Economía y Empresa*, 24 (56): 151-170.
- MARTÍNEZ, M. (1983), *Evolución del Pensamiento Económico*, Madrid: Espasa-Calpe Universitaria.
- MARTÍNEZ, M. (2002), “Recursos y resultados de los sistemas de innovación: Elaboración de una tipología de sistemas regionales de innovación en España”, *Documento de trabajo. Instituto de Análisis Industrial y Financiero*, 34, Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- MARX, K. (1980), *El capital (Libro primero, Tomo III)*, México D. F.: Siglo XXI.

- 
- MAS, M. y QUESADA, J. (2005), *Las nuevas tecnologías y el crecimiento económico en España*, Bilbao: Fundación BBVA.
  - MASKELL, P. y LEÏLA, K. (2004), “What qualifies as a Cluster Theory?”, *Danish Research Unuit Industrial Dynamics (DRUID)*, Working Paper 05-09.
  - MASSEY, D. (1994), *Space, Place and Gender*, Cambridge: Polity Press.
  - MASSEY, D. (2008), “Migración, cooperación y desarrollo en Norte América: lecciones desde Europa”, en: GUERRA, A. y TEZANOS, F. (Eds.), *La inmigración y sus causas*, Madrid: Editorial Sistema, pp: 423-446.
  - MASSÓN, J. (2006), “Determinantes del entrepreneurship capital y su impacto en España: antecedentes de una economía basada en la inteligencia”, *III Jornada de Pre-Comunicaciones a Congresos de Economía y Administración de Empresas*, [online] disponible en: [webs2002.uab.es/dep-economia-empresa/Jornadas/Papers/.../Masson.pdf](http://webs2002.uab.es/dep-economia-empresa/Jornadas/Papers/.../Masson.pdf)
  - MASUREL, E.; NIJKAMP, P. y VINDIGNI, G. (2004), “Breeding places for ethnic entrepreneurs: a comparative marketing approach”, *Entrepreneurship & Regional Development*, 16: 77-86.
  - MATA, J.; PORTUGAL, P. y GUIMARÃES, P. (1995), “The survival of new plants: Start-up conditions and post-entry evolution”, *International Journal of Industrial Organization*, 13: 459-481.
  - MATKIN, G. (1990), *Technology Transfer and the University*, New York: MacMillan Publishing Company, American Council on Ed.
  - Mc CRAW, T. (2006), “Schumpeter’s Business Cycles as Business History”, [online] disponible en: [www.sonoma.edu/users/e/eyler/426/schumpeter1.pdf](http://www.sonoma.edu/users/e/eyler/426/schumpeter1.pdf)
  - McCLELLAND, D. (1961), *The acheiving society*, Princenton: Dick Van Nostram.
  - MCQUEEN, D. y WALLMARK, J. (1982), “Spin-off Companies from Chalmers University of Technology”, *Technovation*, 1: 305-315.
  - MEDEMA, S. (1996), “Coase, Costs, and Coordination”, *Journal of Economic Issues*, 30 (2), 571-578.
  - MEDINA, R. (2006), *Imaginario político en la inmigración Latinoamericana en Cataluña*, Col.lecció: Treballs de recerca de programes de doctorat, Universitat Pompeu Fabra, [online] disponible en: [www.recercat.net/bitstream/2072/16105/1/RicardoMedina.pdf](http://www.recercat.net/bitstream/2072/16105/1/RicardoMedina.pdf)

- MENDETA, A. (2006), “Conclusiones”, en: BLANCO, C. (Ed.), *Migraciones. Nuevas modalidades en un mundo en movimiento*, Barcelona: Anthropos, pp: 269-278.
- MÉNDEZ IBISATE, F. (1993), “Aspectos macroeconómicos del pensamiento de Alfred Marshall: teoría monetaria”, *Revista de Historia económica*, 11 (2): 337-364.
- MÉNDEZ IBISATE, F. (2004), *Marginalistas y neoclásicos*, Madrid: Síntesis.
- MÉNDEZ IBISATE, F. (2008a), “La escuela de Cambridge: A Marshall y sus discípulos”, en: PERDICES DE BLAS, L. (Coord.), *Historia del Pensamiento Económico*, pp: 367-408.
- MÉNDEZ IBISATE, F. (2008b), “La revolución marginalista. Los precursores de Cournot y Dupuit a Jevons y Edgeworth”, en: PERDICES DE BLAS, L (Coord.), *Historia del Pensamiento Económico*, pp 291-334.
- MÉNDEZ, C. (2008), “Inmigración y derechos humanos”, en: GUERRA, A. y TEZANOS, F. (Eds.), *La inmigración y sus causas*, Madrid: Editorial Sistema, pp: 517-522.
- MÉNDEZ, R. (1997), *Geografía económica. La lógica espacial del capitalismo global*, Barcelona: Ariel.
- MÉNDEZ, R. (2000), “Procesos de innovación en el territorio: Los medios innovadores”, en: ALONSO, J. y MÉNDEZ, R. (coord.), *Innovación, pequeña empresa y desarrollo local en España*, Madrid: Civitas.
- MÉNDEZ, R. y CARAVACA, I. (1996), *Organización industrial y territorio*, Madrid: Síntesis.
- MENGER, C. (1997), *Principios de economía política*, Madrid: Unión Editorial.
- METCALFE, J. (1995), “Technology Systems and Technology Policy in an Evolutionary Framework”, *Cambridge Journal of Economics*, 19: 25-46.
- METCALFE, J. (1998), *Evolutionary Economics and Creative Destruction*, Londres: Routledge.
- METCALFE, J. (2003), “Equilibrium and evolutionary foundations of competition and technology policy: New perspectives on the division of labour and the innovation process”, *Revista Brasileira de Inovação*, 2: 1141-1154.
- MIAN, S. (1996), “Assesing value-added contributions of university technology business incubators to tenant firms”, *Research Policy*, 25: 325-335.

- 
- MIAN, S. (1997), “Assesing and managing the university technology business incubator: An integrative framework”, *Journal of Business Venturing*, 12: 251-285.
  - MICHAEL, S. (2007), “Transaction cost entrepreneurship”, *Journal of Business Venturing*, 22: 412-426.
  - MILANOVIC, B. (2008), “¿En qué parte del mundo te ha tocado vivir? Evaluación de la importancia de las circunstancias y el esfuerzo en un mundo con rentas medias nacionales diferentes y sin (apenas) migraciones”, en: GUERRA, A. y TEZANOS, F. (Eds.), *La inmigración y sus causas*, Madrid: Editorial Sistema, pp: 229-268.
  - MILES, M. & WEITZMAN, E. (1994), *Computer Programs for Qualitative Data Análisis*, Thousand Oaks: Sage Publications.
  - MILGROM, P. y ROBERT, J. (1993), *Economía, organización y gestión de la empresa*, Barcelona: Ariel.
  - MILLER, D. (1983), “The correlates of entrepreneurship in three types of firms”, *Management Science*, 29: 770-791.
  - MIN, P. (1996), "The Entrepreneurial Adaptation of Korean Immigrants", en : PEDRAZA, S. y RUMBAUT, R (Eds.), *Origins and Destinies. Immigration, Race, and Ethnicity in America*, Belmont: Wadsworth.
  - MIN, P. y BOZORGMEHR, M. (2003), “United States: The Entrepreneurial Cutting Edge”, en: KLOOSTERMAN, R. y RATH, J. (Eds.), *Immigrant Entrepreneurs*, Oxford /New York: Berg.
  - MINNITI, M.; BYGRAVE, W. y AUTIO, E. (2006), *Global Entrepreneurship Monitor 2005, Executive Report*, London: Babson College y London Business School.
  - MISES, L. von (1980), *La acción humana. Tratado de Economía*, Unión Editoria: Madrid.
  - MOKYR, J. (2008), *Los dones de Atenea. Los orígenes históricos de la economía del conocimiento*, Madrid: Marcial Pons.
  - MONTUSCHI, L. (2001), “La economía basada en el conocimiento: Importancia del conocimiento tácito y del conocimiento codificado”, *Documento de trabajo N° 204*, Buenos Aires: Universidad de CEMA.
  - MORA, M. y DÁVILA, A. (2005),”Ethnic group size, linguistic isolation, and immigrant entrepreneurship in the USA”, *Entrepreneurship & Regional Development*, 17: 389-404.

- 
- MORALES, C. y ROBE, M. (2007), “Las competencias para el éxito de los emprendedores y de las emprendedoras”, *Harvard Deusto Business Review*, 157:64-71.
  - MORERAS, J. (1999), “Musulmanes en Barcelona, Espacios y dinámicas comunitarias”, en: CIDOB. (2002), *Les activitats comercials dels estrangers a Ciutat Vella*, Barcelona, CIDOB.
  - MORERAS, J. (2002), *Les activitats comercials dels residents estrangers a Ciutat Vella*, Barcelona: Fundació CIDOB.
  - MORGAN, K. (1997), “The learning region: Institutions, innovation and regional renewal”, *Regional Studies*, 31 (5): 491-503.
  - MORRIS, M. y SCHINDEHUTTE, M. (2005), “Entrepreneurial values and the ethnic enterprise: an examination of six subcultures”, *Journal of Small Business Management*, 43 (4): 453-479.
  - MOULIER- BOUTANG, Y. (2002), “L’avenir des migrations vers l’Europe: changer de système migratoire et de paradigme”, en: BRIBOSIA, E. y REA, A. (Dir.), *Les nouvelles migrations. Un enjeu européen*, Brusela: Complexe, pp: 75-91.
  - MOULIER- BOUTANG, Y. (2006), *De la esclavitud al trabajo asalariado. Economía histórica del trabajo asalariado embridado*, Madrid: Akal.
  - MOULLAERT, F. y SEKIA, F. (2006), “Región innovadora, región social ¿Una perspectiva alternativa sobre la innovación regional?”, en: OLAZARÁN, M. y GÓMEZ, M. (2006), *Sistemas regionales de innovación*, Bilbao: Ed. Universidad del País Vasco.
  - MUFFELS, R. y FOURGE, D. (2001), “Do European Welfare Regimes matter in explaining Social Exclusion?”, en: MUFFELS, R. y TSAKLOGOU, P. (Eds.), *Social Exclusion in European Welfare States*, Cheltenham: Edward Elgar.
  - MUÑIZ, C. M. (1991), “The emigration of Argentine professionals and scientists”, *International Migration*, 24 (2): 231-239.
  - MUÑOZ, R. (2008), “Nivel de desarrollo y emigración internacional”, en: GUERRA, A. y TEZANOS, F. (Eds.), *La inmigración y sus causas*, Madrid: Editorial Sistema, pp: 53-92.
  - MURIAS, M. (2005), “Argentinos por el mundo: en torno a la crisis de 2001”, en NOVICK, S. y MURIAS, (Coords.), *Dos estudios sobre la emigración reciente en la Argentina*, Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, Documentos de Trabajo N° 42.

- MURRAY, M. (1989), “Equilibrium: Development of the Concept”, en: EATWELL, J.; MILGATE, M. y NEWMAN, P. (Comps.), *The invisible Hand*, Londres: W.W.Norton.
- MYRDAL, G. (1957), *Economic theory and underdeveloped regions*, Londres: Guckworth.
- NAÏR, S. (2008), “Política de ciudadanía”, en: GUERRA, A. y TEZANOS, F. (Eds.), *La inmigración y sus causas*, Madrid: Editorial Sistema, pp: 549-568.
- NAREDO, J. (1987), *La economía en evolución*, Madrid: Siglo XXI.
- NEFFA, J. C. (2000), “El proceso de innovación científica y tecnológica”, en: DE LA GARZA, E. (Coord.), *Tratado latinoamericano de sociología del trabajo*, México: Fondo de Cultura Económica, pp 735-754.
- NEGISHI, T. (1989), *History of Economic Analysis*, Amsterdam: North-Holland.
- NELSON, R. (1991), “The Role of Firm Differences in an Evolutionary Theory of Technical Advance”, *Science and Public Policy*, 18 (6): 347-352
- NELSON, R. (1993), *National innovation systems. A comparative analysis*, Oxford: Oxford University Press.
- NELSON, R. y WINTER, S. (1978), “Forces generating and limiting concentration under Schumpeterian competition”, *Bell Journal of Economics*, 9: 524-548.
- NELSON, R. y WINTER, S. (1982), *An Evolutionary Theory of Economic Change*, Cambridge: Cambridge University Press.
- NELSON, R.; BAUMOL, W. y WOLFF, E. (1994), *Convergence and productivity: Cross-national Studies and Historical Evidence*, Oxford: Oxford University Press.
- NEMETH, C. (1997), “Managing innovation: When less is more”, *California Management Review*, 40 (1): 59-74.
- NESTOROWICZ, J. (2009), “Do Networks do the Works? Indian Entrepreneurs in Poland and Belgium”, *The 4th European Conference on Entrepreneurship and Innovation*, University of Antwerp, 10-11 September, Bélgica.
- NEWLAND, K. (2006), “Las redes migratorias como recurso del desarrollo: más allá de las remesas”, en: BLANCO, C. (Ed.), *Migraciones. Nuevas modalidades en un mundo en movimiento*, Barcelona: Anthropos, pp: 57-90.
- NONAKA, I. y TAKEUCHI, H. (1995), *The knowledge-creating company*, Oxford: Oxford University Press.



- 
- NOOTEBOOM, B. (2001), “From evolution to language and learning”, en: FOSTER, J, (Ed.), *Frontiers of evolutionary economics: competition, self-organisation and innovation policy*, Cheltenham: Edward Elgar, pp. 41-69.
  - NOOTEBOOM, B. (2005), “Entrepreneurial roles along a cycle of discovery”, *Tilburg University Discussion Papers*, 43: 1-26.
  - NORTH, D (1993), “The New Institutional Economics and Development”, *Economic History* 9309002, WUSTL.
  - NORTH, D. (1990), *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge: University Press.
  - NORTH, D. (1992), “Institutions and Economic Theory”, *American Economist*, 36: 3-6.
  - NORTH, D. (1994), “Institutions, Organizations and Market Competition”, *Annual Meeting of The National Association of Business Economists*, Londres, [online] disponible en: <http://129.3.20.41/eps/eh/papers/9612/9612005.html>.
  - NORTH, D. (2003), “The Role Of Institutions in Economic Development”, *Discussion Paper N° 2003-2*, United Nations, Suiza, 1-11.
  - NOVICK, S. y MURIAS, M. (2005), *Dos estudios sobre la emigración reciente en la Argentina*, Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, *Documentos de Trabajo N° 42*.
  - NOVICK, S.; PALOMARES, M.; CASTIGLIONE, C.; AGUIRRE, O.; CURA, D.; NEJAMKIS, L. (2005), “Emigración reciente de argentinos: la distancia entre las expectativas y las experiencias”, *Ponencia presentada al XXV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología (ALAS)*, Porto Alegre, Brasil.
  - NURKSE, R. (1964), *Equilibrio y crecimiento de la economía mundial*, Madrid: Rialp.
  - O’HARA, P. (1994), “An Institutionalist Review of Long Wave Theories: Schumpeterian Innovation, Modes of Regulation, and Social Structures of Accumulation”, *Journal of Economic Issues*, 28 (2).
  - OCDE (1996a), *Employment and growth in the Knowledge-based Economy*, Paris: OCDE.
  - OCDE (1996b), *Technology and Industrial Performance, Technology diffusion, Productivity, Employment and Skills, International competitiveness*, Paris: OCDE.

- OCDE (1997), “Women Entrepreneurs in SMEs: A Major Force in Innovation and Job Creation”, *Synthesis of the OECD Conference*, [online] disponible en: [www.oecd.org](http://www.oecd.org).
- OCDE (2005), *Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*, París: OCDE.
- OLAZARÁN, M. y GÓMEZ, U. (Eds.) (2001), *Sistemas Regionales de Innovación*, Bilbao: Universidad del País Vasco.
- OLAZARÁN, M.; ALBIZU, E. y OTERO, B. (2008), “Technology transfer between Technology Centres and SMEs: evidence from the Basque Country”, *European Planning Studies*, 17 (3): 345-363.
- OMAHE, K. (1995), *End of the Nation State. The Rise of Regional Economies*, Nueva York: Free Press.
- ONDÁTEGUI, J. (2000), “Parques científico-tecnológicos en España: Las fronteras del futuro”, en: ALONSO, J. L. y MÉNDEZ, R. (coords.), *Innovación, pequeña empresa y desarrollo local en España*, Madrid: Civitas.
- ONWUEGBUZIE, A. (2000), “Validity and qualitative research: An Oxymoron?” *Paper presented at the annual meeting of the Association for the Advancement of Educational Research (AAER)*, Ponte Vedra, Florida.
- ONWUEGBUZIE, A. y LEECH, N. (2007), “A call for qualitative power analices”, *Quality & Quantity*, 41: 105-121.
- ORTEGA-ARGILÉS, R. y MORENO, R. (2009), “Evidence on the role of ownership structure on firm’s innovative performance”, *Investigaciones Regionales*, 15: 231-250.
- OSO, L. y GARZÓN, J. (2005), “The feminization of international migration”, *OCDE and EE Seminar Migrant Women and the Labour Market: Diversity and challenges*, Bruselas: 26-27 septiembre.
- OSO, L. y RIBAS, N. (2006), “Empresariado étnico y género: mujeres sominicanas y marroquíes en Madrid y Barcelona”, en: BELTRÁN, J. OSO, L y RIBAS, N. (coords.) *Empresariado étnico en España*, Madrid: Fundación CIDOB/ Observatorio Permanente de la Inmigración.
- OSO, L. y VILLARES, M. (2005), “Mujeres inmigrantes latinoamericanas y empresariado étnico: dominicanas en Madrid, argentinas y venezolanas en Galicia”, *Revista Galega de Economía*, 14 (1-2): 261-278.

- OTEIZA, E. (1998), “Drenaje de cerebros. Marco Histórico y Conceptual”, en: CHARUM, J.; MEYER, J. B. (Eds), *El nuevo nomadismo científico. La perspectiva latinoamericana*, Bogotá: Colombia Escuela Superior de Administración Pública, pp. 61-78.
- OTUTEYE, E. y SHARMA, B. (2004), “A transaction Cost and Transformational Generative Model of Aggregate Entrepreneurship”, *The Journal of Entrepreneurship*, 13 (2): 153-165.
- OZDEMIR, O. Y KARADENIZ, E. (2009), “Differences between Being an Opportunity-Driven and Necessity-Driven Entrepreneur: Evidence from Turkey’s GEM Data”, *The 4th European Conference on Entrepreneurship and Innovation*, University of Antwerp, 10-11 September, Bélgica.
- PABLO, F. y MUÑOZ, C. (2009), “Localización empresarial y economías de aglomeración: el debate en torno a la agregación espacial”, *Investigaciones Regionales*, 15: 139-166.
- PAJIN, L. (2008), “Desigualdades, migraciones y cooperación al desarrollo”, en: GUERRA, A. y TEZANOS, F. (Eds.), *La inmigración y sus causas*, Madrid: Editorial Sistema, pp: 41-52.
- PAMPILLÓN, R. (2001), “La nueva Economía: análisis, origen y consecuencias. Las amenazas y las oportunidades”, *Economía Industrial*, 34 (6): 43-50.
- PÁRAMO, P. y OTÁLVARO, G. (2006), “Investigación alternativa: una distinción entre posturas epistemológicas y no entre métodos”, *Cinta de Moebio*, 25.
- PARELLA RUBIO, S. (2003), *Mujer, inmigrante y trabajadora: la triple discriminación*, Barcelona: Anthropos.
- PARELLA RUBIO, S. (2005), “Estrategias de los comercios étnicos en Barcelona, España”, *Política y Cultura*, 23: 257-275.
- PATTON, M. (1990), *Qualitative Evaluation and Research Methods*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- PECK, J. y TICKELL, A. (1995), “Business goes local: Dissecting the ‘Business’ Agenda’ In Manchester”, *International Journal of Urban and Regional Research*, 1 (19): 55-78.
- PEDRAZA, S. y RUMBAUT, R. (Eds.), *Origins and Destinies. Immigration, Race and Ethnicity in America*, Wadsworth: Belmont.

- PELLEGRINO, A. y CALVO, J. (2001), “¿Drenaje o éxodo?: Reflexiones sobre la migración calificada”, *Documento del Rectorado 12*, Montevideo: Universidad de la República de Uruguay, [online] disponible en: [http://www.universidad.edu.Uy/institucional/trabajos\\_rectorado/doc\\_tr12.pdf](http://www.universidad.edu.Uy/institucional/trabajos_rectorado/doc_tr12.pdf).
- PERDICES, L. (Ed.) (2008), *Historia del pensamiento económico*, Madrid: Síntesis Editorial.
- PÉREZ VILA, M. (2007), *La figura empresarial en el pensamiento económico*, Madrid: Unión Editorial.
- PÉREZ, C. (2004), *Revoluciones tecnológicas y capital financiero. La dinámica de las grandes burbujas financieras y las épocas de bonanza*, Madrid: Siglo XXI.
- PÉREZ, M. y DESRUES, T. (2008), “Los españoles ante la inmigración”, en: GUERRA, A. y TEZANOS, F. (Eds.), *La inmigración y sus causas*, Madrid: Editorial Sistema, pp: 269-290.
- PERROUX, F. (1963), “Consideraciones en torno a la noción de polo de crecimiento”, *Cuadernos de la Sociedad Venezolana de Planificación*, 3 (3-4).
- PETERAF, M. (1993), “The cornerstones of competitive advantage: A resourcebased View”, *Strategic Management Journal*, 14: 179-191.
- PETERSON, P. (1981), *City limits*, Chicago: University of Chicago.
- PHIZACKLEA, A. (1988), “Entrepreneurship, ethnicity and gender”, en: WESTWOOD, S. y BHACHU, P. (Eds.), *Entreprising Women. Ethnicity, Economy and Gender Relations*, Londres/ Nueva York: Routledge.
- PHIZACKLEA, A. (1995), “Ethnic entrepreneurship in comparative perspective”, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 1 (1): 48-58
- PINCHOT III, G. (1985), *Intrapreneuring: Why you Don't Leave the Corporation to Become an Entrepreneur*, New York: Harper & Row.
- PINILLOS COSTA, M. J.; REYES, L. E. y SORIANO, I. (2007), “Actividad emprendedora en los países de alto desarrollo”, [online] disponible en: [ialnet.unirioja.es/servlet/fichero\\_articulo?codigo=2523969](http://ialnet.unirioja.es/servlet/fichero_articulo?codigo=2523969)
- PINTO MOLINA, M. (1992), *El resumen documental: Principios y métodos*, Madrid: Fundación G. Sánchez Ruipérez.
- PIORE, M. y SABEL, C. (1984), *La segunda ruptura industrial*, Madrid: Alianza.

- PIZANO, J. (2003), *El mapa migratorio de América Latina y el Caribe, las mujeres y el género*, Santiago de Chile: CEPAL.
- POLANYI, M. (1966), *The tacit dimension*, New York: Anchor Day Books.
- PORTER, M. (1990), *La ventaja competitiva de las naciones*, Barcelona: Plaza y Janés.
- PORTER, M. (1999) “Els clusters a Catalunya”, *Cuaderns de Qualitat de la Revista de Qualitat*, 34.
- PORTER, M. E. (2003), *Ser competitivo: Nuevas aportaciones y conclusiones*, Bilbao: Deusto.
- PORTES, A. y GUARNIZO, L. (1991), *Capitalistas del Trópico: La Inmigración los Estados Unidos y el Desarrollo de la Pequeña Empresa la República Dominicana*, República Dominicana: FLASCO.
- PORTES, A. y JENSEN, L. (1989), “The enclave and the entrants: patterns of ethnic enterprise in Miami before Mariel”, *American Sociological Review*, 54: 929-949.
- PORTES, A. (1997), “Immigration theory for a new century: some problems and opportunities”, *International Migration Review*, 31 (4): 799-825.
- PORTES, A. (1999), “Capital Social: sus orígenes y aplicaciones en la sociología moderna, en: CARPIO, J. y NOVACOSSKI, I. (Dirs.), *De igual a igual. El desafío del Estado ante los nuevos problemas sociales*, Brasil: SIEMPRO/FLACSO/ Fondo de Cultura Económica.
- PORTES, A. (ed.) (1995), *The Economic Sociology of Migration*, Nueva York: Russell Sage Foundation.
- PORTES, A. y BACH, R. (1985), *Latin Journey. Cuban and Mexican Immigrants in the United States*, Berkeley: University of California Press.
- PORTES, A. y BÖROCZ, J. (1998), “Migración contemporánea. Perspectivas teóricas sobre sus determinantes y modalidades de incorporación”, en: MALGESINI, G. (Comp.), *Cruzando fronteras. Migraciones en el sistema mundial*, Barcelona: Icaria, 43-73.
- PORTES, A. y JENSEN, L. (1987), “What’s an ethnic enclave? The case for conceptual clarity”, *American Sociological Review*, 52 (6) : 768-771.
- PORTES, A. y JENSEN, L. (1992), “Disproving the Enclave Hypothesis”, *American Sociological Review*, 57: 418-420.

- PORTES, A. y MANNING, R. (1986), "The immigrant enclave: Theory and empirical examples", en: NAGEL, J. y OLZAK, S. (Eds.), *Comparative Ethnic Relations*, Nueva York: Academic Press, pp. 47-68.
- PORTES, A. y WILSON, K. (1980), "Immigrants enclaves: An analysis of the labor market experiences of Cubans in Miami", *American Journal Sociology*, 86: 295-319.
- PORTES, A. y ZHOU, M. (1992), "En route vers les sommets : perspectives sur la question des minorities ethniques", *Revue Européenne des Migrations Internationales*, 8 (1) : 171-192.
- PORTES, A. y ZHOU, M. (1993), "The New Second Generation: Segmented Assimilation and Its Variants", *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 530: 74-96.
- PORTES, A.; GUARNIZO, L. y LANDOLT, P. (1999), "The study of transnationalism: pitfalls and promise of an emergent research field", *Ethnic and Racial Studies*, 22(2): 217-237.
- PORTES, A.; HALLER, W. y GUARNIZAO, L. (2002), "Transnational Entrepreneurs: An Alternative Form of Immigrant Economic Adaptation", *American Sociological Review*, 67: 278-298.
- PRADO ROBLES, G. (1998), "Pensamiento Económico de Douglass C. North", *Laissez-Faire*, 9: 13-32.
- PRAHALAD, C. y HAMEL, G. (1995), "La estrategia como objeto de estudio: ¿por qué buscar un nuevo paradigma?", *Harvard Deusto Business Review*, 75: 48-55.
- PRAHAM, B. y ANDERSSON, P. (2004), "Small Is Beautiful: How Immigrants Start Their Businesses In Sweden. A case study conducted in Linköping and Mjölby in Sweden", *Tesis International Master's Programme in Strategy and Culture*, [online] disponible en: <http://www.ep.liu.se/exjobb/eki/2005/impsc/008>.
- PRIES, L. (2001), "The approach of transnational social spaces. Responding to new configuration of social and spatial", en: PRIES, L. (Ed.), *New transnational social spaces. International migration and transnacional companies in the early twenty-first century*, Londres: Routledge, pp. 3-33.
- PUMARES FERNÁNDEZ, P. (2006), "Efectos de la inmigración regularizada sobre el cambio en la estructura por regímenes y grupos de cotización de la Seguridad Social", *Estudios Geográficos*, 261: 607- 634.

- PUTTERMAN, L. (Ed.) (1994), *La naturaleza económica de la empresa*, Madrid: Alianza.
- RABELLOTI, R. (1995), "Is there an 'Industrial district model'? Footwear districts in Italy and Mexico compared", *World Development*, 23 (1).
- RABELLOTTI, R. (1997), "Footwear Industrial Districts in Italy and Mexico", en: Van DIJK, M. y RABELLOTTI, R. (Eds.), *Enterprise Clusters and Networks in Developing Countries*, Londres: EADI, Series 20, Frank Cass.
- RAIJMAN, R. y TIENDA, M. (2000), "Pathways to business ownership among immigrants to Chicago: A comparative ethnic perspective", *International Migration Review*, 34 (3): 681-705.
- RAMIREZ, J. (2003), "Los nuevos desarrollos de la Economía Industrial y las justificaciones de la política industrial", *Revista de Economía Industrial*, 354: 157-170.
- RAMOS GOROSTIZA, J. (2008), "Historicismo, institucionalismo y neoinstitucionalismo", en: PERDICES DE BLAS, L (Coord.), *Historia del Pensamiento Económico*, pp: 135-162.
- RAPOPORT, M. (2005), *História económica, política y social de la Argentina (1880-2003)*, Buenos Aires: Editorial Emecé.
- RATH, J. (2006), "Entrepreneurship Among Migrants And Returnees: Creating New Opportunities", *International Symposium On Internacional Migration And Development*, 28-30 Junio, Italia.
- RATH, J. y KLOOSTERMAN, R. (2000), "Outsider's Business. A Critical Review on Immigrant Entrepreneurship", *International Migration Review*, 34 (3): 656-680.
- RATTI, R.; GORDON, R. y BRAMANTI, A. (eds.) (1995), *La dynamique des milieux innovateurs*, Belizona: GREMI-IRE.
- RAZIN, E. y SCHEINBERG, D. (2001), "Immigrant entrepreneurs from the former USSR in Israel: not the traditional enclave economy", *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 27 (2): 259-276.
- REIG, E. (Dir.) (2008), *Competitividad, crecimiento y capitalización de las regions españolas*, Fundación BBVA, Bilbao.
- REIS OLIVERA, C. (2003), "Immigrant's Entrepreneurial Opportunities: The Case of the Chinese in Portugal", *Nota di Lavoro 752003*.

- REIS OLIVERA, C. (2007), “Understanding the diversity of immigrant entrepreneurial strategies”, en: LÉ-PAUL, D. (Ed.) *Handbook of Research on Ethnic Minority Entrepreneurship. A Co-evolutionary View on Resource Management*, UK: Edward Elgar Publishing Limited, pp: 61-81.
- RETABB, B. (2001), “The Emergence of Ethnic Entrepreneurship: a conceptual framework”, Rsearch Report 0103, 1-44, [online] disponible en: [ideas.repec.org/p/eim/papers/h200103.html](http://ideas.repec.org/p/eim/papers/h200103.html).
- REX, J. (2006), “Inmigración y ciudadanía en Gran Bretaña”, en: BLANCO, C. (Ed.), *Migraciones. Nuevas modalidades en un mundo en movimiento*, Barcelona: Anthropos, pp: 237-252.
- REYNODS, P.; HAY, M. y CAMP, R. (2002), *Global Entrepreneurship Monitor: 2002 Executive Report*, Babson College, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, London: London Business School.
- REYNOLDS, P. (1991), “Sociology and entrepreneurship: concepts and contributions”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16 (2): 47 - 67.
- REYNOLDS, P.; BOSMA, N.; AUTIO, E.; DE BONO, N.; SERVAIS, I.; LÓPEZ-GARCÍA, P. y CHIN, N. (2005), “Global Entrepreneurship Monitor: data collection, design and implementation”, *Small Business Economy*, 24 (2): 205-231.
- REYNOLDS, P.; BYGRAVE, W.; AUTIO, E.; COX, L. y HAY, M. (2002), *Global Entrepreneurship Monitor: 2002 Executive Report*, Global Entrepreneurship Monitor, Wellesley: Babson College.
- REYNOLDS, P.; HAY, M. y CAMP, R. (2000), *Global Entrepreneurship Monitor: 2000 Executive Report*, Babson College, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, London: London Business School.
- REYNOLDS, P.; HAY, M. y CAMP, R. (2001), *Global Entrepreneurship Monitor: 2001 Executive Report*, Babson College, Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, London: London Business School.
- REYNOLDS, P.; MICHAEL, S.; BYGRAVE, W. y AUTIO, M. (2002), *Global Entrepreneurship Monitor*, Kansas City: Kaufman Center.
- REYNOLDS, P.; MILLER, B. y MAKI, W. (1995), “Explaining Regional Variation in Business Births and Deaths: U.S. 1976-1988”, *Small Business Economics*, 7: 389-407.



- REYNOLDS, P.; STOREY, D. y WESTHEAD, P. (1994), “Cross-national comparisons of the variation in new firm formation rates”, *Regional Studies*, 28 (4): 443–456.
- RIBAS, N. y MANRY, V. (2005), “Circular con ojos de mujer: esquivando fronteras en un mundo global”, en: GIRÓ MIRANDA, J. (coord.) *El género quebrantado: sobre la violencia, la libertad y los derechos de la mujer en el Nuevo milenio*, Madrid: Libros de la Catarata.
- RIBAS, N. (1999a), *Una invitación a la sociología de las migraciones*, Barcelona: Bellaterra Eds.
- RIBAS, N. (1999b), *Las presencias de la inmigración femenina*, Barcelona: Icaria.
- RICARDO, D. (1817), *The Principles of Political Economy and Taxation*, Londres: G. Bell.
- RICHARDS, L. (1999), *Using N Vivo in Qualitative Research*, Londres: Sage Publications.
- RICHARDSON, H. (1970), *Elements of regional economics*, Middlesex: Penguin Books.
- RIESCO, M. (2006), *El negocio es el conocimiento*, Madrid: Díaz de Santos.
- RIMA, H. (1998), “Class Conflict and Adam Smith’s Stages of Social History”, *Journal of the History of Economic Thought*, 20 (1): 103-113.
- RIMA, I. (1995), *Desarrollo del análisis económico*, Madrid: Alianza.
- ROBBINS, L. (1932), *Ensayo sobre la naturaleza y significación de la ciencia económica*, México: Fondo de Cultura Económica.
- ROBERTS, E. B. (1991), *Entrepreneurs in high technology: Lessons from MIT and beyond*, Oxford: Oxford University Press.
- ROBERTS, E. B. (2002), “The virtual university and the ethical problems of downsizing”, *Ethicom 2002*, Lisbon, Portugal, [online] disponible en: <http://www.ccsr.cse.dmu.ac.uk/conferences/ethicomp2002/abstracts/49.html>.
- ROBERTSON, R. (1994), “Globalization or glocalization”, *Journal of International Communication*, 1(1): 33-52.
- ROBINSON, J. (1973), *Economía de la competencia imperfecta*, Barcelona: Martínez Roca.

- RODEIRO, D.; FERNÁNDEZ, S.; OTERO, L y RODRÍGUEZ, A. (2008), *La creación de empresas en el sistema universitario español*, Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.
- RODRÍGUEZ BRAUN, C. (1997), *Grandes Economistas*, Madrid: Pirámide.
- RODRÍGUEZ, A.; ARAUJO, A. y URRUTIA, J. (2001), “La gestión del conocimiento científico-técnico en la Universidad: un caso y un proyecto”, *Cuadernos de Gestión*, 1(1): 13-32.
- RODRÍGUEZ, A.; FERNÁNDEZ, S. RODEIRO, D. y OTERO, L. (2005), “El papel de las universidades en la sociedad del conocimiento: una propuesta de indicadores”, *XV Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica*, Sevilla.
- RODRÍGUEZ, C. y JIMÉNEZ, M. (2005), “Emprenderismo, acción gubernamental y academia. Revisión de la literatura”, *INNOVAR, Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15 (26), 74-89.
- RODRÍGUEZ, G. (2002), “Economía política de la sociedad de consumo y el Estado de bienestar”, *Política y Sociedad*, 39 (1): 7-25.
- RODRÍGUEZ, G.; GIL, J. y GARCÍA, E. (1995), *Análisis de datos cualitativos asistido por ordenador: AQUAD y NUDIST*, Barcelona: PPU.
- RODRÍGUEZ, J. (2003), *El gobierno de la empresa: Un enfoque alternativo*, Madrid: Akal.
- ROJO, L. (1984), *Keynes, su tiempo y el nuestro*, Madrid: Alianza.
- ROMER, P. (1986), “Increasing returns and long-run growth”, *Journal of Political Economy*, 94: 1002-1037.
- ROMER, P. (1990), “Endogenous technological change”, *Journal of Political Economy*, 98: 71-102.
- ROSANVALLON, P. (1989), *Le libéralisme économique: Histoire de l'idée de marché*, Paris : Seuil.
- ROSENFELD, S. (2002), “Creating smart systems: A guide to clusters strategies in less favored regions”, *Regional Technology Strategies*, Carboro, [online] disponible en: [www.rtsinc.org](http://www.rtsinc.org) .
- ROSENSTEIN- RODAN, P. (1943), “Problems of Industrialization of Eastern and South-Eastern Europe”, *Economic Journal*, 52: 202-211.

- ROTHBARD, M. (1985), *Lo esencial de Mises*, Madrid: Unión Editorial.
- ROTHWELL, R. (1994) “The Changing nature of the innovation Process: implication for SMEs”, en: OAKEY, R. (Ed.), *New Technology –Based Firms en in the 1990s*, Paul Champman Publishing Ltd.
- ROUSE, M. y DALLENBACH, U. (1999), "Rethinking research methods for the resource-based perspective: Isolating sources of sustainable competitive advantage", *Strategic Management Journal*, 20 (5) : 487–594.
- RUEDAS, M. (2008), “Migración y desarrollo humano”, en: GUERRA, A. y TEZANOS, F. (Eds.), *La inmigración y sus causas*, Madrid: Editorial Sistema, pp: 141-156.
- RUIZ BOLIVAR, C. (2000), “Historia de los enfoques cuantitativo, cualitativo y mixto: Raíces y momentos decisivos”, [online] disponible en: <http://www.carlosruizbolivar.com/documentos.asp?offset=10>.
- RUMELT, R. (1984), “Towards a strategic theory of the firm”, en: LAMB, E. (Ed.), *Competitive strategic management*, Prentice May: Englewood Cliffs.
- RUMELT, R. (1991), “How much does industry matter?”, *Strategic Management Journal*, 12: 167-185.
- RUMI, C. (2008), “La inmigración en España”, en: GUERRA, A. y TEZANOS, F. (Eds.), *La inmigración y sus causas*, Madrid: Editorial Sistema, pp:31-39.
- RUSINOVIC, K. (2008), “Moving between markets? Immigrant entrepreneurs in different markets”, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 14 (6): 440-454.
- RUTHERFORD, M. (1994), *Institutions in Economics, The Old and the New Instiitutionalism*, Cambridge: Cambridge University Press.
- SÁDABA, I. (2008), *Propiedad intelectual. ¿Bienes públicos o mercancías privadas?*, Madrid: Catarata.
- SALAFF, J. y GREVE, A. (2002), “Ethnic Entrepreneurship, social networks and the enclave”, en: YEOH, B.; KIONG, C. y CHARNEY, M. (Eds.), *Approaching Transnationalism: Transnational Societies, Multicultural Contacts, and Imaginings of Home*, Capítulo 4, pp 61-89, Boston: Kluwer Academic Publishers.
- SALAS, C. (2006), “El Sector Informal: auxilio u obstáculo para el conocimiento de la realidad social en América Latina”, en: DE LA GARZA, E. (Coord.), *Teorías sociales y estudios del trabajo: nuevos enfoques*, Capítulo 6, Barcelona: Anthropos, pp: 130-148.

- 
- SALAS, V. (2007), *El siglo de la empresa*, Bilbao: Fundación BBVA.
  - SAMUELS, W. J. (1988) (ed.), *Institutions Economics, 3 vols*, Aldershot: Edward Elgar.
  - SAN EMETERIO MARTÍN, N. (2006), *Nueva economía institucional*, Madrid: Síntesis.
  - SÁNCHEZ, M. (2008), “El sistema de I+D+I español, Quo vadis?”, en: CAÑIBANO, C.; ENCINAR, M. y MUÑOZ, F. (Coords.) *Economía del conocimiento y la innovación: nuevas aproximaciones a una relación compleja*, Madrid: Ediciones Pirámide, pp: 169-196.
  - SANDERS, J. y NEE, V. (1996), “Immigrant Self-Employment: The Family Social Capital and the Value of Human Capital”, *American Sociological Review*, 61: 231-249.
  - SANTAMARÍA, E. (2002), *La incógnita del extraño. Una aproximación a la significación sociológica de la "inmigración no comunitaria"*, Autores, textos y temas *Ciencias Sociales*, Barcelona: Anthropos Editorial.
  - SANTAMARINA, C. y MARINAS, J. (2005), “Historias de vida e historia oral”, en: DELGADO y GUTIERREZ (Eds.), *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales*, Madrid: Síntesis.
  - SANTOS REDONDO, M. (1997), *Los economistas y la empresa*, Madrid: Alianza Editorial.
  - SASSEN, S. (2001a), *The Global City*, Princeton: Princeton University Press.
  - SASSEN, S. (2001b), *¿Perdiendo el control? La soberanía en la era de la globalización*, Barcelona: Bellaterra.
  - SASSEN, S. (2002a), “La ciudad global: la desnacionalización del tiempo y el espacio”, en: SUBIRATS, J. (coord.), *Redes, territorios y gobierno. Nuevas respuestas locales a los retos de la globalización*, Barcelona: Diputació de Barcelona.
  - SASSEN, S. (2002b), *Global Network, Linked Cities*, Londres: Routledge.
  - SAXENIAN, A. (1990), “Regional Networks and the Resurgence of Silicon Valley”, *California Management Review*, 33: 89-111.
  - SAXENIAN, A. (1994), *Regional Advantage*, Cambridge: Harvard University Press.
  - SAY, J. (1981), *Tratado de Economía Política*, Madrid: Unión Editorial.
  - SAYAD, A. (2008), *L'immigration ou les paradoxes de l'altérité*, Paris: De Boeck. Editions universitaires.

- 
- SCHMIDT, S. (2005), “Causas de la emigración argentina actual a España en el discursos de los argentinos en Madrid”, en: RODRIGUEZ ABRAHAM, F. (Ed.), *Migraciones e interculturalidad. Experiencias europeas y latinoamericanas*, Varsovia: Centro de Estudios Latinoamericanos, pp: 59-76.
  - SCHMIDT, S. (2008), “Reconstruyendo redes, repensando espacios: experiencias migrantes de argentinos en Madrid (2002/2003)”, *Historia Actual Online*, 16: 17-27.
  - SCHMITZ, H. (1997), “Collective efficiency and increasing returns”, *IDS Working Paper*, 50.
  - SCHUMPETER, J. (1939), *Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process, Two Volumes*, New York: McGraw-Hill.
  - SCHUMPETER, J. (1947), “The creative response in economic history”, *Journal of Economic History*, 7: 149–159.
  - SCHUMPETER, J. (1964), *Teoría del desenvolvimiento económico*, México D.F: Fondo de Cultura Económica.
  - SCHUMPETER, J. (1967), *Diez grandes economistas. De Marx a Keynes*, Madrid: Alianza Editorial.
  - SCHUMPETER, J. (1971), *Capitalismo, socialismo y democracia*, Madrid: Aguilar.
  - SCHUMPETER, J. (2003), “Entrepreneur”, *Austrian Economics and Entrepreneurial Studies*, 6: 235-265.
  - SCHWARTS, P. (1987), “The Market and the Metamarket: A Review of the Contributions of the Economic Theory of Property Rights”, en: PEJOVICH, S. (ed.), *Socialism: Institutional, Philosophical and Economic*, Dordrecht: Kluwer, 11-32.
  - SCOTT, A. (1985), “Procesos de localización, urbanización y desarrollo territorial: un ensayo exploratorio”, *Estudios Territoriales*, 17: 17-40.
  - SCOTT, A. (1988), “Flexible production system and regional development: the rise of new industrial spaces in North America and Europe”, *International Journal of Urban and Regional Research*, 2 (12): 171-186.
  - SCOTT, A. (1995), “The geographic foundations of industrial performance, Competition and Change”, *The Journal of Global Business and Political Economy*, 1: 51-66.
  - SCOTT, A. (1998), “Regions and the World Economy: The Coming Shape of Global Production, Competition and Political Order”, Oxford: Oxford University Press.

- SCOTT, A. y STORPER, M. (1995) “The wealth of regions: Market forces and policy imperatives in local and global context”, *Futures*, 27: 505-526.
- SCREPANTI, E. y ZAMAGNI, S. (1997), *Panorama de historia del pensamiento económico*, Barcelona: Editorial Ariel.
- SEGARRA, A. (2007), “Las nuevas empresas son mas innovadoras que las viejas?”, en: GEM 2006: *Catalunya informe ejecutivo*.
- SEGARRA, A. (2009), “Dinámica empresarial e innovación: la incidencia del espacio”, *Investigaciones Regionales*, 15: 5-26.
- SEGERSTROM, P.; ANANT, T. y DINOPOULOS, E. (1990), “A Schumpeterian Model of the Product Life Cycle”, *American Economic Review*, 80 (5): 1077–1091.
- SEGURA, J. (2006), *Innovación, Empresario y Destrucción Creativa. Una lectura de Schumpeter como teórico de la modernidad*, Universidad Nacional de General Sarmiento, [online] disponible en: [www.littec.ungs.edu.ar/.../DT%2003-2006%20Segura.pdf](http://www.littec.ungs.edu.ar/.../DT%2003-2006%20Segura.pdf).
- SEGURA, J. y RODRIGUEZ BRAUN, C. (eds.) (1998), *La economía en sus textos*, Madrid: Taurus.
- SENNETT, R. (2006), *La cultura del nuevo capitalismo*, Barcelona: Anagrama.
- SEPÚLVEDA, L. (2001), *Construcción regional y desarrollo productivo en la economía de la globalidad*, Santiago de Chile: CEPAL, Serie Estudios y Perspectivas.
- SERRA, P. (2006), *El comercio étnico en el distrito de Ciutat Vella de Barcelona*, Barcelona: Fundació La Caixa.
- SEXTON, D. (1986), “Role of Entrepreneurship in Economic Development”, en: HISRISH, R. D. (1996), *Entrepreneurship Intrapreneurship and Venture Capital*, Massachussets: Health Company, pp: 27-39.
- SEXTON, D. (1988), “Sexual stereotyping of female entrepreneurs: A comparative psychological trait analysis of female and male entrepreneurs”, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA: Babson College, pp: 654-655.
- SHANE, S. Y ECKHARDT, J. (2003), “The Individual-Opportunity Nexus”, en: ACS, Z. y AUDRETSCH, D. (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research*, New York: Springer Publishers, pp. 161-194.
- SHANE, S. y VENKATARAMAN, S. (2000), “The promise of entrepreneurship as a field of research”, *Academy of Management Review*, 25: 217-226.

- 
- SHAPIRO, C. (2003), “Technology cross-licencing practices: FTC v. Intel (1999)”, en: KWOKA, J. y WHITE, L. (Eds.), *The antitrust revolution: Economics, competition and policy*, Oxford: Oxford University Press.
  - SILVA, A. (2001), “Chamberlin on product differentiation, market structure and competition: An essay”, *Working Paper 105*, Universidad de Oporto, [online] disponible en: <http://www.ep.up.pt/investigacao/workingpapers/wp105.pdf>.
  - SIMON, H. (1957), “Amounts of fixation and discovery in maze learning behavior”, *Psychometrika*, 22 (3): 261-268.
  - SIMON, H. (1978), *El comportamiento administrativo*, Buenos Aires, Aguilar.
  - SIMON, H. (1991), Organization and Markets, *Journal of Economic Perspectives*, 2: 25-44.
  - SINERGES, S. (2007), “Inmigració i emprendoria: De l’ exclusió financera a la creació d’activitats generadores de riquesa”, *Fundació Sol Mon*, Caixa Catalunya, 1-72.
  - SMALLBONE, D. y WELTER, F. (2004), “Entrepreneurship in transition economies: Necessity or opportunity driven?”, [online] disponible en: [www.babson.edu/entrep/fer/BABSON2003/XXV/XXV-S8/xxv-s8.htm](http://www.babson.edu/entrep/fer/BABSON2003/XXV/XXV-S8/xxv-s8.htm).
  - SMART, J. (2003), “Ethnic entrepreneurship, Transmigration, and Social Integration: An Ethnographic Study of Chinese Restaurant Owners in Rural Western Canada”, *Urban Anthropology*, 32 (3-4): 311-342.
  - SMELSER, N. y SWEDBERG, R. (1994), *Handbook of economic sociology*, Nueva York-Princeton: Russell Sage Foundation and Princeton University Press.
  - SMITH, A. (1981), *An Inquiry Into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, Indianapolis, Ind.: Liberty Fund, orig. pub. 1776.
  - SOLÉ, C. (2008), “Políticas de inmigración. Integración y ciudadanía”, en: GUERRA, A. y TEZANOS, F. (Eds.), *La inmigración y sus causas*, Madrid: Editorial Sistema, pp: 489-516.
  - SOLÉ, C. (comp.) (2001), *El impacto de la inmigración en la economía y en la sociedad receptora*, Barcelona: Anthropos.
  - SOLÉ, C. y PARELLA, S. (2001), “La inserción de los inmigrantes en el mercado de trabajo. El caso español”, en: SOLÉ, C. (coord.), *El impacto de la inmigración en la economía y en la sociedad receptora*, Barcelona: Anthropos, pp: 11-43.

- SOLÉ, C. y PARELLA, S. (2003), “Identidad colectiva y ciudadanía supranacional”, *Papeles de Economía Española*, 98.
- SOLÉ, C. y PARELLA, S. (2005), *Negocios étnicos: los comercios de los inmigrantes no comunitarios en Cataluña*, Barcelona: CIDOB.
- SOLÉ, C. y PARELLA, S. y ALARCÓN, A. (2009), “El autoempleo de los trabajadores inmigrantes ¿Una alternativa a la discriminación laboral?”, *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 27 (1): 171-200.
- SOLÉ, C.; ALARCÓN, A.; GIBERT, F.; PARELLA, S. y RIBAS, N. (2001), “EL impacto de la inmigración en los países del sur de Europa. El caso de Grecia, Italia y Portugal”, en: SOLÉ, C. (coord.), *El impacto de la inmigración en la economía y en la sociedad receptora*, Barcelona: Anthropos, pp: 249-282.
- SOLÉ, C.; CACHÓN, L. (2006), “Globalización e inmigración. Los debates actuales. Presentación”, *Revista española de investigaciones sociológicas*, 116: 13-54.
- SOLÉ, C.; PARELLA, S. y CAVALCANTI, L. (2007). *Los vínculos económicos y familiares transnacionales: Los inmigrantes ecuatorianos y peruanos en España*. Madrid/Barcelona: Fundación BBVA/Ed.
- SOLÉ, C.; PARELLA, S. y CAVALCANTI, L. (Coords.) (2009), *Nuevos retos del transnacionalismo en el estudio de las migraciones*, Madrid: Observatorio Permanente de la Inmigración.
- SOLOMON, M. (2006), “La iniciativa de Berna y su Agenda Internacional para la Gestión de la Migración”, en: BLANCO, C. (Ed.), *Migraciones. Nuevas modalidades en un mundo en movimiento*, Barcelona: Anthropos, pp: 253-269.
- SRAFFA, P. (1926), “The Laws of Returns Under Competitive Conditions”, *Economic Journal*, 36: 35-550.
- STEANS, J. (2000), The gender dimension, en HELD, D. y MCGREW, A. (Eds.), *The global Transformation Reader*, Cambridge: Polity Press.
- STEHR, N. (1998), *Knowledge societies*, Cambridge: Polity Press.
- STEHR, N. (2000), “Desciphering information technologies. Modern societies as networks”, *European Journal of Social Theory*, 3 (1): 83-94.
- STIGLER, G. y BECKER, G. (1977), “De gustibus non est disputandum”, *American Economic Review*, 67: 76-90.



- 
- STIGLITZ, J. (2008), “La globalización y los restos de la inmigración”, en: GUERRA, A. y TEZANOS, F. (Eds.), *La inmigración y sus causas*, Madrid: Editorial Sistema, pp: 17-30.
  - STOREY, D. (1994), *Understanding the small business sector*, London/New York: Routledge.
  - STOREY, J. (1982), “Impact on the local economy”, en: STOREY, D. J. (Ed.), *Entrepreneurship and the new firm*, London: Cromm Helm, pp: 167-180.
  - STOREY, J. (1994), “Employment”, en: STOREY, D. J. (Ed.), *Understanding the small business sector*, Capítulo 6, London: Routledge, pp: 160-203.
  - STORPER, M. (1993), “Regional ‘worlds’ of production: Learning and innovation in the technology districts of France, Italy and the USA”, *Regional Studies*, 27 ( 5 ) : 433-455.
  - STORPER, M. (1995), “Regional Technology coalitions. An essential dimension of national technology policy”, *Research Policy*, 24: 895-911.
  - STORPER, M. (1997), *The Regional World: Territorial Development in a Global Economy*, Nueva York: Guilford Press.
  - STORPER, M. (1998), *The regional world. Territorial development in a global economy*, Nueva York: Guilford Press.
  - STORPER, M. y SCOTT, A. (1989), “The Geographical foundations and social regulation of flexible production complexes”, en: WOLCH, J. y DEAR, M. (Eds.), *The power of geography: how territory shapes social life social reproduction*, Boston: Unxin and Hyman, pp. 21-40.
  - STREECK, W. (1991), “On the Institutional Conditions of Diversified Quality Production”, en: MATZNER, E. y STREECK, W. (Eds.), *Beyond Keynesianism: The socio-economics od production and full- employment*, Aldersho Hants: Elgar.
  - STREECK, W. y SCHMITTER, P. (1985), *Private interest government: Beyond market and state*, Londres: Sage.
  - STUEVE, A.; O’DONNELL, L.; DURAN, R.; DOVAL, A.; y BLOME, J. (2001), “Time-Space Sampling in Minority Communities: Results with Young Latino Men Who Have Sex with Men”, *American Journal of Public Health*, 91 (6): 922-926.
  - SUNDING, O. y JOHANNISSON, J. (2005), “Pragmatism, neo-pragmatism and sociocultural theory: Communicative participation as a perspective in LIS”, *Journal of Documentation*, 61 (1), 23-43.

- 
- SUNKEL, O. (2007), “En busca del desarrollo perdido”, en: VIDAL, G. y GUILLÉN, R. A. (coords.), *Repensar la teoría del desarrollo en un contexto de globalización. Homenaje a Celso Furtado*, Buenos Aires: CLACSO.
  - SUTCLIFFE, B. (2008), “Las causa y la causa de los procesos inmigratorios”, en: GUERRA, A. y TEZANOS, F. (Eds.), *La inmigración y sus causas*, Madrid: Editorial Sistema, pp: 163-187.
  - SUTTON, J. (1991), *Sunk Costs and Market Structure*, Cambridge: MIT Press.
  - SUTTON, J. (1997), *Game Theoretic Models of Market Structure, en Advances in Economics and Econometrics: Theory and Applications*, Cambridge: Cambridge University Press.
  - SUTTON, J. (1998), *Sunk Costs and Market Structure: Theory and History*, Cambridge: MIT Press.
  - SUTTON, J. (2009), “Dinámica de participación en el mercado y el debate de la ‘persistencia de liderazgo’”, *Investigaciones Regionales*, 15: 193-222.
  - SWEDBERG, R. (2003), “Schumpeter’s “entrepreneur” and why we need economic sociology”, *Austrian Economics and Entrepreneurial Studies*, 6: 279-282.
  - SWEDBERG, R. (2005), “Conflicts of Interests in the US Brokerage Industry”, en: KNORR, C.; KARIN, D. y PREDA, A. (Eds.), *The Sociology of Financial Markets*, Londres: Oxford University Press.
  - SWYNGEDOUW, E. (2000), “Elite Power, Global Forces and The Political Economy of ‘Glocal’ Development”, en: CLARK et al., (Eds.), *The Oxford Handbook Of Economic Geography*, Nueva York: Oxford University Press, pp. 541-558.
  - TAYLOR, S. y BODGAN, R. (1994), *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*, Buenos Aires: Paidós.
  - TEECE, D. (1981), “The Market for Know How and the efficient international transfer of technology”, *Annals (AAPPS)*, 458: 81-96.
  - TEECE, D. (1986), “Profiting from technological innovation: Implications for integration, collaboration, licensing and public policy”, *Research Policy*, 15: 285-305.
  - TEECE, D. (2007), “The role of managers, entrepreneurs and the literati in enterprise performance and economic growth”, *International Journal Technological Learning, Innovation and Development*, 1 (1): 43-63.

- 
- TEECE, D. y PISANO, G. (1994), “The Dynamic Capabilities of Firms: An Introduction”, *Industrial and Corporate Change*, 3 (3): 353-356.
  - TERUEL, M. y SEGARRA, A. (2009), “Immigration and firm performance: a city-level approach”, *Investigaciones Regionales*, 15: 111-138.
  - TESCH, R. (1990), *Qualitative Research: Analysis Types and Software Tools*, Basingstoke: Palmer.
  - TETRHER, B. (2003), “The sources and aims of innovation in services: variety between and within sectors”, *Economics of innovation and New Technology*, 16: 481-506.
  - TEZANOS, F. (2008), “Causas y tendencias de los proceso migratorios de nuestra época. La migración como fenómeno social global”, en: GUERRA, A. y TEZANOS, F. (Eds.), *La inmigración y sus causas*, Madrid: Editorial Sistema, pp: 187-228.
  - TEZANOS, J. F. y TEZANOS, S. (2003), “Inmigración y exclusión social”, *Papeles de Economía Española*, 98.
  - TEZANOS, J. y DÍAZ, V. (2008), *Condiciones laborales de los trabajadores inmigrantes en España*, Madrid: Sistema Editorial.
  - THOMSEN, T. L. (2005), “Immigrant Entrepreneurship as Gendered Social Positions. A Study on Motivations and Strategies in a Biographical perspective”, *Tesis Doctoral, AMID, Academy for Migration Studies in Denmark*, Dinamarca: Aalborg University.
  - THURIK, A. (2008), “Entrepreneurship, Economic Growth and Policy in Emerging Economies,” *Research Paper ERS-2008-060-ORG Revision*, Erasmus Research Institute of Management (ERIM).
  - THURIK, A. y VERHEUL, I. (2002), “The relationship between entrepreneurship and unemployment: The case of Spain”, *Center for Advanced Small Business Economics*, Erasmus University Rotherdam.
  - TIDD J.; BESSANT, J. y PAVITT, K. (2005), *Managing innovation: integrating technological, market and organizational change*, 3 edición, Chichester (Inglaterra): John Wiley & Sons, Ltd.
  - TOLEDANO, N.; URBANO, D. y RIBEIRO, D. (2009), “Creación de empresas e inmigración: el caso del empresariado venezolano en España”, *Revista Venezolana de Gerencia*, 45: 9-23.

- TORRES, E. (2006), “Las lecciones de la historia empresarial”, en: JIMÉNEZ, J. C. (dir.), *Economía española: Veinte años de la Unión Europea*, Madrid: Thompson, Civitas.
- TORRES, F. (2008), *De la asimilación al pluralismo. Inmigración y gestión de la diversidad cultural en las sociedades contemporáneas*, *Arxius de Ciències Socials*, 11/2005.
- TOUSSAINT-COMEAU, M. (2005), “Self-employed immigrants: an analysis of recent data”, *Essays on Issues*, Chicago Fed Letter, 213.
- TRULLÉN, J. (2006), “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.
- URBANO, D.; TOLEDANO, N. y LAMOLLA, L. (2009), *La clase creativa. La transformación de la cultura de trabajo en el siglo XXI*, Barcelona: Paidós.
- USSMAN, A. y POSTIGO, S. (2000), “O Papel da Universidade no Fomento da Função Empresarial”, *Anais Universitarios. Ciências Sociais e Humanas*, 1990-2000 Yearbook Special Issue.
- VAN METER, K. M. (1986). “Basic Typology and Multi-Method Analysis in the Social Sciences, New Delhi”, *ISA World Congress*, India.
- VAN STEL, A.; CARREE, M. y THURIK, R. (2005), “The Effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth”, *Small Business Economics*, 24: 311-321.
- VARSAVSKY, M. (2008), *Los inmigrantes en España y los start ups*, Nota de prensa, [online] disponible en: <http://spanish.martinvarsavsky.net/general/los-inmigrantes-en-espana-y-los-start-ups.html>.
- VÁZQUEZ, A. (1999), “Gran empresa y desarrollo endógeno. ¿Convergencia de las estrategias de las empresas y territorios ante el desafío de la competencia?”, en: VÁZQUEZ, A. y CONTI, G. (coords.), *Convergencia y desarrollo regional en Italia y en España*, Barcelona: Universitat de Barcelona.
- VÁZQUEZ, A. (2002), “¿Crecimiento endógeno o desarrollo endógeno?”, en: BECATTINI, G.; COSTA, M. T. y TRULLÉN, J. (coords.), *Desarrollo local: Teorías y estrategias*, Madrid: Civitas.
- VÁZQUEZ, A. (2005), *Las nuevas fuerzas del desarrollo*, Barcelona: Antoni Bosch.
- VÁZQUEZ, A. (2008), *Estrategias de la imaginación*, Barcelona: Granica.

- 
- VÁZQUEZ, A.; GAROFOLI, G. y GILLY, J. (comps.) (1997), *Gran empresa y desarrollo económico*, Madrid: Síntesis.
  - VECIANA, J. (1999), “Creación de empresas como programa de investigación científica”, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8 (3), 11-36.
  - VECIANA, J. (2005), “La creación de empresas. Un enfoque gerencial”, *Colección Estudios Económicos*, 33.
  - VECIANA, J. (2008), “Las nuevas empresas en el proceso de innovación en la sociedad del conocimiento: evidencia empírica y políticas públicas”, *Economía Industrial*, 363: 103-119.
  - VELTZ, P. (2000), *Le nouveau monde industriel*, París: Gallimard.
  - VENCE, X. (2007), *Crecimiento y política de innovación. Nuevas tendencias y experiencias comparadas*, Madrid: Pirámide.
  - VENCE, X y GONZÁLEZ, M (2002), “Los servicios y la innovación. La nueva frontera regional en Europa”, *Economía Industrial*, 347: 41-66.
  - VENCE, X. y GONZÁLEZ, M. (2005), “Los servicios intensivos en conocimiento: especialización y crecimiento en Europa”, *Información Comercial Española*, Revista de Economía, 824: 117-140.
  - VENCE, X.; GUNTÍN, X y RODIL, O. (2000), “Determinants of the uneven regional participation of firms in European technology programmes the “low R&D trap”, *European Planning Studies*, 8 (1): 29-42.
  - VENKATAMARAN, S. (1997), “Beyond Outsourcing: Managing IT Resources as a Value Center”, *Sloan Management Review*, 38 (3): 51-64.
  - VENKATAMARAN, S. (1997), “The distinctive domain of entrepreneurship research: An editor’s perspectiva”, en: KATZ, J. y BORCKHAUS, R. (Eds.), *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 3, JAI Press, pp: 119-138.
  - VESPER, K.y GARTNER, W. (1997), “Measuring Progress in Entrepreneurship Education”, *Journal of Business Venturing*, 12(5): 403-421.
  - VICENTE, T. (2006), “Importancia de los flujos migratorios de mujeres”, en: BLANCO, C (Ed.), *Migraciones. Nuevas modalidades en un mundo en movimiento*, Barcelona: Anthropos, pp: 206-236.

- 
- VIDAL, G. y GUILLÉN, R. (2007), “Introducción. La necesidad de construir el desarrollo en América Latina”, en: VIDAL, G. y GUILLÉN, R., A. (coord.), *Repensar la teoría del desarrollo en un contexto de globalización. Homenaje a Celso Furtado*, Buenos Aires: CLACSO.
  - VILADECANS, E. (2001), “La concentración territorial de las empresas insustanciales: Un estudio sobre el tamaño de las empresas y su proximidad geográfica”, *Papeles de Economía Española*, 89/90:308-320.
  - VILADECANS, E. (2004), “Agglomeration economies and industrial location: city-level evidence”, *Journal of Economic Geography*, 4: 565-582.
  - VILADRICH, A. y COOK, D. (2008), *Discursos transnacionales de inclusión étnica: El caso de los españoles por adopción*, New York: Hunter Collage, [online] disponible en: <http://docsGEDIME.files.wordpress.com/2008/02/tc-viladrich-y-cook.pdf>.
  - VILLA, P. (1991), *La estructuración de los mercados de trabajo*, Madrid: Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.
  - VILLARREAL, M. (2008), “Desigualdades, pobreza y desafíos futuros en las migraciones internacionales”, en: GUERRA, A. y TEZANOS, F. (Eds.), *La inmigración y sus causas*, Madrid: Editorial Sistema, pp: 93-140.
  - VILLAVICENCIO, D. (2000), “Economía y sociología: Historia reciente de una relación conflictiva, discontinua y recurrente”, en: DE LA GARZA, E. (Coord.), *Tratado latinoamericano de sociología del trabajo*, México: Fondo de Cultura Económica, pp: 683-715.
  - VILLAVICENCIO, D. (2006), “Trabajo, aprendizaje tecnológico e innovación”, en: DE LA GARZA, E. (Coord.), *Teorías sociales y estudios del trabajo: nuevos enfoques*, Capítulo 11, Barcelona: Anthropos, pp 221-242.
  - VIRNO, P. (2003), *Gramática de la multitud. Para un análisis de las formas de vida contemporáneas*, Madrid: Traficantes de Sueños.
  - VOLERY, T. (2007), “Ethnic entrepreneurship: A theoretical framework”, en: DANA, L. P. (Ed.), *Handbook of research on ethnic entrepreneurship: A co-evolutionary view on resource management*. Cheltenham, UK: Edward Elgar, pp: 30-41.
  - WACQUANT, L. (dir.) (2005), *Repensar los Estados Unidos. Para una sociología del hiperpoder*, Barcelona, Anthropos.

- WADLEY, D. (1988), “Estrategias de desarrollo regional”, *Papeles de Economía Española*, 35: 96-114.
- WAGNER, J. (1994), “The post-entry performance of new small firms in German manufacturing industries”, *Journal of Industrial Economics*, 42: 141-154.
- WALDINGER, R. (1984), “Immigrant enterprise in the New York garment industry”, *Social Problems*, 32: 60-71.
- WALDINGER, R. (1985), “The making of an immigrant niche”, *International Migration Review*, 1: 1-30.
- WALDINGER, R. (1986), *Through the eye of the needle*, Nueva York: New York University Press.
- WALDINGER, R. (1993a), “Two Sides of Ethnic Entrepreneurship”, *International Migration Review*, 27 (3): 692-701.
- WALDINGER, R. (1993b), “The ethnic enclave debate revised”, *International Journal of Urban and Regional Research*, 13: 34-51.
- WALDINGER, R. y FITZGERALD, D. (2004), “Transnationalism in Question”, *American Journal of Sociology*, 109 (5): 1177-1195.
- WALDINGER, R.; ALDRICH, H. y WARD, R. (Edits.) (1990), *Ethnic entrepreneurs*, Londres: Sage Publications.
- WALDINGER, R.; ALDRICH, H. y WARD, R. (1990), “Opportunities, Group Characteristics, and Strategies”, en: WALDINGER, R. (eds.), *Ethnic Entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial Societies*, Londres: Sage Publications.
- WALLERSTEIN, I. (1987), *El moderno sistema mundial*, México: Siglo XXI
- WALLERSTEIN, I. (1991), “Universalismo, racismo, sexismo, tensiones ideológicas del capitalismo”, en: WALLERSTEIN, I. y BALIBAR, E. (coords.), *Raza, nación y clase*, Madrid: IEPALA.
- WALRAS, L. (1954), *Elements of Pure Economics*, Boston: Harvard University Press.
- WANG, J.; CARLSON, R.; FALCK, R.; SIEGAL, A; RAHMAN, A. y LI, L. (2005), “Respondent-driven sampling to recruit MDMA users: a methodological assessment”, *Drug and Alcohol Dependence*, 78: 147-157.
- WEISBROT, M. y CIBILS, A. (2002), “La crisis argentina: costos y consecuencias de la cesación de pagos a las instituciones financieras internacionales”, *Center of Economics and*

---

*Policy Research, Issue Brief*, [online] disponible en: [http://www.cepr.net/documents/publications/Argentina\\_Issue\\_Brief\\_Spanish.pdf](http://www.cepr.net/documents/publications/Argentina_Issue_Brief_Spanish.pdf).

- WENNEKERS, S. y THURIK, R. (1999), “Linking Entrepreneurship and Economic Growth”, *Small Business Economics*, 13 (1): 27-56.
- WHITE, S. y REYNOLDS, P. (1996), “Sexual Government programs and high growth new firm”, *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA: Center for Entrepreneurial Studies Babson College, pp: 654-655.
- WHITLEY, R. (2000) “The institutional structuring of innovation strategies: business systems, firm types and patterns of technical change in different market economies”, *Organization Studies*, 21(5), 855-886.
- WHITLEY, R. (2000), “The Institutional Structuring of Innovation Strategies: Business Systems, Firm. Types and Patterns of Technical Change in Different Market Economies”, *Organization Studies*, 21(5): 855-886.
- WILLIAMS, D. R. (2004), “Effects of Childcare Activities on the Duration of Self-Employment in Europe”, *Entrepreneurship Theory And Practice*, 24 (1) 45-76.
- WILLIAMSON, J. (1998), “Revisión del consenso de Washington”, en: EMMERIJ, L. y NÚÑEZ DEL ARCO, J. (comps.), *El desarrollo económico y social en los umbrales del siglo XXI*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo.
- WILLIAMSON, O. (2002), “The Theory of the Firm as Governance Structure: From Choice to Contract”, *The Journal of Economic Perspectives*, 16 (3), 171-195.
- WILLIAMSON, O. E. (1975), *Markets and hierarchies: Analisis and antitrust implications. A study in the economics of internal organization*, Nueva York: The Free Press.
- WILLIAMSON, O. E. (1985), *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*, New York: The Free Press.
- WILSON, K. y PORTES, A. (1980), “Immigrant Enclaves: An Analysis of the Labor Market Experiences of Cubans in Miami”, *American Journal of Sociology*, 86: 295-319.
- WINTER, S. G. (1997), “Knowledge and competence as strategic assets”, en: TEECE, D. J. (Ed.), *The competitive challenge*, Cambridge: Ballinger.
- WOLFE, D. y GERTLER, M. (2006), “Globalización y reestructuración económica de Ontario: ¿de núcleo industrial a Learning Region?”, en: OLAZARÁN, M. y GÓMEZ, M. (Eds.), *Sistemas regionales de innovación*, Bilbao: Ed. Universidad del País Vasco.



- 
- WORLD ECONOMIC FORUM (2009), *Global Competitiveness Report 2008-2009*, [online] disponible en: <http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Competitiveness%20Report/index.htm>
  - YEUNG, H. (1999), “The internationalization of ethnic Chinese business firms from Southeast Asia: Strategies, processes and competitive advantage”, *International Journal of Urban and Regional Research*, 23: 103-127.
  - YOUNG, S.; HOOD, N. y PETERS, E. (1994), “Multinational enterprises and regional economic development”, *Regional Studies*, 28 (7): 657-677.
  - ZARATEGUI, J. M. (2002), *Alfred Marshall y la Teoría Económica del Empresario*, Valladolid: Editorial Universidad de Valladolid.
  - ZHAO, S.; GRASMUCK, S. Y MARTIN, J. (2008), “Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships”, *Computers in Human Behavior*, 24: 1816–1836.
  - ZHOINIK, H. (2006), “Tendencia de la migración internacional”, en: BLANCO, C. (2006), *Migraciones. Nuevas modalidades en un mundo en movimiento*, Barcelona: Antropos.
  - ZHOU, M. (2004), “Revisiting ethnic entrepreneurship: convergences, controversies and conceptual advancements”, *International Migration Review*, 38 (3): 1040-1074.
  - ZHOU, Y. (1996), “Inter-firm linkages, ethnic networks, and territorial agglomeration: Chinese computer firms in Los Ángeles”, *Papers in Regional Science*, 75: 265-291.
  - ZHOU, Y. (1998), “Beyond ethnic enclaves: Location strategies of Chinese producer firms in Los Angeles”, *Economic Geography*, 74: 228-251.
  - ZLOTNIK, H. (2006), “Tendencias de la migración internacional desde 1980”, en: BLANCO, C. (Ed.), *Migraciones. Nuevas modalidades en un mundo en movimiento*, Barcelona: Anthropos, pp: 35-56.

## ANEXOS

---

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

FACTOR EMPRESARIAL Y FLUJOS MIGRATORIOS ARGENTINOS A ESPAÑA. UNA PERSPECTIVA ECONÓMICA

Fabiola Baltar

ISBN:978-84-694-2173-4/DL:T. 1031-2011

## ANEXOS



UNIVERSITAT  
ROVIRA I VIRGILI

### ANEXO 1 ENCUESTA A EMPRENDEDORES ARGENTINOS EN ESPAÑA

#### 1.- DATOS PERSONALES

Los datos personales que se solicitan tienen como finalidad obtener información para poder contactarlo. En ningún caso se publicaran. Las respuestas serán procesadas anónimamente

##### Preg.1.- Información personal

Teléfono de contacto: \_\_\_\_\_

E mail: \_\_\_\_\_

##### Preg.2.-

Nombre de la empresa: \_\_\_\_\_

Domicilio de la Empresa: \_\_\_\_\_

Municipio: \_\_\_\_\_

Provincia: \_\_\_\_\_

#### 2.- CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

##### Preg.3.- ¿Puede indicarnos a qué grupo de edad pertenece?

(\* Marque una sola opción)

- Entre 18-25 años
- Entre 26-33 años
- Entre 34-41 años
- Entre 42-49 años
- Entre 50-57 años
- Más de 57 años

**Preg.4.- ¿En qué provincia argentina nació usted?**

(\* Marque una sola opción)

- Capital Federal
- Buenos Aires
- Catamarca
- Córdoba
- Corrientes
- Chaco
- Chubut
- Entre Ríos
- Formosa
- Jujuy
- La Pampa
- La Rioja
- Mendoza
- Misiones
- Neuquén
- Río Negro
- Salta
- San Juan
- San Luis
- Santa Cruz
- Santa Fe
- Santiago del Estero
- Tierra del Fuego
- Tucumán

**Preg.5.- ¿En qué año llegó usted a España?**

(\* Marque una sola opción)

- Antes de 1995
- 1996
- 1997
- 1998
- 1999
- 2000
- 2001
- 2002
- 2003
- 2004
- 2005
- 2006
- 2007
- 2008
- 2009

**Preg.6.- ¿Cuál es su condición legal en España?**

(\* Marque una sola opción)

- Ciudadano español
- Ciudadano de otro país comunitario
- Con permiso de residencia de trabajo
- Con visa de estudiante
- Ilegal
- Otro (Por favor especifique)\_\_\_\_\_

**Preg.7.- Su estado civil actual es:**

(\* Marque una sola opción)

- Soltero
- Casado/en pareja
- Separado o divorciado legalmente
- Separado de hecho
- Viudo
- Otro (Por favor especifique)\_\_\_\_\_

**Preg.8.- ¿Tiene usted hijos?**

- Si
- No

**Preg.9.- ¿Puede indicarnos su nivel de instrucción?**

(\* Marque una sola opción)

- Estudios primarios incompletos
- Estudios primarios completos
- Estudios secundarios completos
- Estudios secundarios incompletos
- Estudios universitarios incompletos
- Estudios universitarios completos
- Estudios de posgrado (master, doctorado)
- No sabe

**A continuación queremos conocer cómo surge la motivación de trasladarse a España y qué lazos mantiene con Argentina**

**Preg.10.- ¿Por qué motivo se trasladó? usted a España? (Puede escoger varias opciones)**

- Por cambio de destino laboral
- Por falta de empleo
- Por razones formativas y educativas
- Por mejorar la calidad de vida
- Por razones familiares (reagrupación familiar, etc)
- Por detectar una oportunidad de negocio
- Otro (Por favor especifique)\_\_\_\_\_

**Preg.11.- ¿Mantiene contacto con familiares y amigos en Argentina?**

(\* Marque una sola opción)

- Si
- No
- No tiene más conocidos en Argentina

**Preg.12.- ¿Envía dinero a Argentina?**

(\* Marque una sola opción)

- Si
- No
- No contesta

**Preg.13.- ¿Ha realizado usted alguna de las siguientes inversiones en España?  
 (sean con dinero propio o financiamiento)**

(\* Marque una sola opción por fila)

	Si	NO
Compra de vivienda única	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Compra de segunda vivienda	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Compra de negocio propio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Compra de otros negocios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fondos de inversión o bolsa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Préstamos personales a otras personas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Compra de tierras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Peg.14.- Indique si los siguientes aspectos influyeron en la decisión de elegir como destino España y en qué grado.**

(\* Marque una sola opción por fila)

	No influyo	Poca influencia	Influyo medianamente	Fue decisivo
El idioma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La posibilidad de mejorar económicamente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Existen buenos mecanismos de protección social	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Existencia de allegados cercanos en el lugar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Flexibilidad de las leyes españolas en regulación migratoria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Poseer la nacionalidad española	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Existencia de muchos argentinos en la zona.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Oportunidad de explotar negocios inexplorados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Considera que es un país que progresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Considera que los argentinos son bien aceptados en la sociedad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Considera que los españoles son más abiertos a los extranjeros que otras sociedades receptoras de inmigrantes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Existen lazos históricos y afectivos entre ambos países.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En España las costumbres y la cultura es similar a la de su tierra.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 3.- CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA

**Preg.15.- ¿Cuál es la actividad que realiza la empresa que fundó en España?**

---

---

**Preg.16.- ¿En qué año se creó la empresa?**

(\* Marque una sola opción)

- Antes de 1995
- 1996
- 1997
- 1998
- 1999
- 2000
- 2001
- 2002
- 2003
- 2004
- 2005
- 2006
- 2007
- 2008
- 2009

**Preg.17.- ¿Cuántas personas son legalmente propietarias de su empresa?**

(\* Marque una sola opción)

- Usted únicamente
- Usted y socios únicamente de nacionalidad argentina
- Usted y socios de nacionalidad española
- Usted y otros socios de nacionalidad argentina y española
- Usted y otros socios de otras nacionalidades
- Otro (Por favor especifique) \_\_\_\_\_

**Preg.18.- ¿Cuántos empleados tenía la empresa en el año de su creación?**

Respuesta: \_\_\_\_\_

**Preg.19.- ¿Cuántos empleados tiene la empresa en la actualidad o tenía al momento de cerrarla?**

Respuesta: \_\_\_\_\_

**Preg.20.- ¿Cuál es la nacionalidad de sus empleados? (Los que tiene actualmente o tenía al momento de cerrar)**

(\* Marque una sola opción por grupo)

Español Respuesta: \_\_\_\_\_



---

Argentino Respuesta:

---

Otras nacionalidades Respuesta:

---

**Preg.21.- ¿Cuál es la forma jurídica de la empresa?**

(\* Marque una sola opción)

- Empresario individual
- Sociedad civil
- Sociedad anónima
- Sociedad responsabilidad limitada
- Sociedad colectiva
- Sociedad comanditaria
- Sociedad cooperativa
- Sociedad anónima laboral
- Asociación
- Otro (Por favor especifique) \_\_\_\_\_

**Preg.22.- ¿Cómo financió la fase inicial de su empresa actual? (Puede indicar más de una)**

- Ahorros propios
- Ahorros de familiares
- Ahorros de amigos
- Créditos bancarios sin avales
- Créditos bancarios con avales personales
- Créditos bancarios con garantías patrimoniales
- Indemnización
- Capitalización del subsidio de desempleo
- Proveedores y clientes
- Sociedades de capital riesgo
- Otro (Por favor especifique) \_\_\_\_\_

**Preg.23.- ¿De dónde surgió la idea de crear esta empresa?**

- Experiencia en esa rama de actividad
- Pensando como resolver problemas
- Charla con amigos
- Charla con familiares
- Clientes
- Proveedores/ distribuidores
- Inversionistas, prestamistas
- Colegas
- Experiencia o conocimientos tecnológicos
- Fue una idea repentina
- Hobbies
- Libros, revistas, tv, diarios, películas
- Viajes
- Planes de promoción oficial
- Otro (Por favor especifique) \_\_\_\_\_

**Preg.24.- ¿Actualmente su empresa está en funcionamiento?**

(\* Esta pregunta es obligatoria)  
(\* Marque una sola opción)

- Si  
 No

**Preg.25.- ¿Qué cree que le haría o le hizo ABANDONAR el emprendimiento?**

(\* Marque una sola opción)

- No poder conseguir los recursos materiales necesarios  
 Darme cuenta que es un negocio con demasiadas exigencias de acuerdo a mis capacidades  
 Que se transforme en un negocio factible pero de alto riesgo  
 Un hecho personal grave o de fuerza mayor  
 Mala situación económica general del país  
 Tener y/o querer volver a Argentina  
 Otro (Por favor especifique)\_\_\_\_\_

**Preg.26.- ¿Cuánto dinero debió aportar para el inicio de la nueva empresa, tanto con préstamos, fondos propios o con participación en la sociedad?**

(\* Marque una sola opción)

- 0  
 1 - 10.000  
 10000-20000  
 20.001 - 50.000  
 50.001 - 100.000  
 100.001 - 500.000  
 >500.000

**Preg.27.- ¿Colaboró con usted en el proceso de creación de su empresa en España alguna de las siguientes personas y/o organismos? (Puede elegir más de una opción)**

- Familiares  
 Amigos  
 Colegas  
 Bancos  
 Cámara de comercio  
 Incubadora  
 Organismos oficiales  
 Consultores  
 Futuros clientes  
 Otro (Por favor especifique)\_\_\_\_\_

**4.- EL ENTORNO INSTITUCIONAL LOCAL**

**Preg.28.- Si tuviera que describir a la economía de la comunidad autónoma en la que vive actualmente, ¿diría que es sólida y estable?**

(\* Marque una sola opción)

- Si  
 No  
 Más o menos

**Preg.29.- Diga su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones (solo una respuesta por afirmación) En esta región española:**

(\* Marque una sola opción por fila)

	Completa- mente de acuerdo	Parcial- mente de acuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	Parcialmen- te en desacuerdo	Completa- mente en desacuerdo	No sabe
Aquellos que son empresarios exitosos llaman la atención y son admirados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La gente joven es estimulada a ser independiente y comenzar su propia empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
La provincia y el gobierno local proveen de un buen apoyo para aquellos que inician una nueva empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros grupos comunitarios dan un buen soporte a aquellos que comienzan una nueva empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es fácil encontrar un profesional o alguien capacitado que me asesore para poder armar mi negocio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Los medios de comunicación local hacen un buen trabajo de cobertura de las noticias sobre empresas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Muchos de los líderes en esta comunidad son gente que posee su propia empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Preg.30.- Después de la experiencia en la creación de una empresa propia, ¿cuál es su actitud general en relación con la creación de empresas?**

(\* Marque una sola opción)

- Muy positiva
- Positiva
- Neutral
- Negativa
- Muy negativa

## 5.- CARACTERÍSTICAS INNOVADORAS.

**Preg.31.- Por favor indique cuán importante es cada una de las siguientes alternativas para que su negocio SEA COMPETITIVO (1. Muy importante, 2. Medianamente importante y 3. No es importante).**

(\* Marque una sola opción por fila)

	Muy importante	Importancia media	No es importante
Ofreciendo precios más bajos que los competidores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ofreciendo buena calidad de los productos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ofreciendo mejores servicios al cliente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diferenciándose del resto por el diseño e imagen de la marca	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diferenciándose del resto por una localización más conveniente para el cliente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Atendiendo a nichos o segmentos de mercado ( se enfoca hacia un grupo de compradores o un área geográfica determinada)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ofreciendo productos atractivos, más modernos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Desarrollando productos nuevos y/o más avanzados tecnológicamente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Desarrollando procesos nuevos/avanzados tecnológicamente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 6.- VALORACION DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

**Preg.32.- ¿Qué condiciones cree usted que son necesarias para crear una empresa?**

(\* Marque una sola opción por fila)

	Nada importante	Poco importante	No tiene trascendencia	Bastante importante	Muy importante
Iniciativa individual	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Creatividad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Formación empresarial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Espíritu de riesgo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entorno institucional estable	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seguridad jurídica y cumplimiento de los contratos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Crecimiento económico y demanda de gran tamaño	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Existencia de un entorno innovador y competitivo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Elevado nivel de instrucción y capacitación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 7.- TRAYECTORIA SOCIOPROFESIONAL

**Preg.33.- ¿Su padre y/o su madre, han creado alguna empresa propia?**

(\* Marque una sola opción)

- Sí  
 No  
 No sé

**Preg.34.- En relación a otros parientes, ¿han creado alguno su propia empresa?**

(\* Marque una sola opción por fila)

	Si	No	No sé
Abuelo/a	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hermano/a	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amigos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Compañeros de trabajo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ninguno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Preg.35.- Antes de crear su empresa actual, nos puede decir ¿cuál era su profesión u ocupación en Argentina?**

(\* Esta pregunta es obligatoria)

(\* Marque una sola opción)

- Empresario de otro negocio (\* Continuar en 8a)  
 Empleado en empresa privada (\* Continuar en 8b)  
 Empleado en empresa pública (\* Continuar en 8b)  
 Desempleado (\* Continuar en 8b)  
 Inactivo (jubilado, estudiante, etc.) (\* Continuar en 8b)  
 Otro (Por favor especifique) \_\_\_\_\_

## 8a.- EMPRESARIOS EN ARGENTINA Y EMPRESARIOS EN ESPAÑA

**Preg.36.- ¿A qué actividad se dedicaba su empresa en Argentina?**

---

---

**Preg.37.- ¿Puede indicarnos los motivos que le llevaron a dejar su empresa en Argentina? (puede señalar más de un motivo)**

- Problemas para acceder al mercado y los clientes
- Problemas con los proveedores y abastecimiento
- Falta de recursos financieros
- Problemas con empleados de la empresa
- Falta de disponibilidad de recursos físicos, humanos, etc.
- Oportunidad de negocio más rentable fuera de Argentina
- Necesidad personal de cambio de vida fuera de Argentina
- Incertidumbre respecto al futuro económico del país
- Alto grado de inseguridad jurídica y de cumplimiento de los contratos
- Otro (Por favor especifique)\_\_\_\_\_

**Preg.38.- Comparando su emprendimiento actual con el emprendimiento que desarrolló en Argentina, en cuál de los dos países considera que existen mayores potencialidades de:**

(\* Marque una sola opción por fila)

	ESPAÑA	ARGENTINA
Acceso a mercado y los clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Acceso a proveedores y abastecimiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Acceso a recursos financieros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Acceso a mano de obra calificada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Interactuar con otros empresarios con experiencia en la gestión empresarial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Desarrollar un emprendimiento más rentable	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Desarrollar un emprendimiento mas innovador (diferenciar el producto, mejorar la gestión o la producción)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De tolerar la presión tributaria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Recibir ayudas y políticas de fomento a los emprendedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De lograr un mayor cumplimiento de los contratos y seguridad en el entorno de negocios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Preg.39.- ¿Qué razones fueron fundamentales para no decidir emplearse en relación de dependencia? Puede marcar más de una**

- Los salarios como empleado son inferiores a las ganancias como empresario.
- Por mi condición de inmigrante no me emplean en otras empresas y por eso desarrollo la propia
- Por el mismo trabajo pagan menos salarios a inmigrantes que a nativos y no es rentable
- No encuentro un empleo en relación de dependencia acorde a mi capacidad
- Quiero explotar mi experiencia empresarial
- Tenía una idea de negocio que quería explotar y no pensé en otra opción.
- Quería ser independiente y desarrollar mi vocación empresarial
- Quería continuar con el negocio que tuve que abandonar en Argentina.
- En España existen muchas oportunidades de negocios que no están siendo aprovechadas.
- Por mi condición de ilegal
- Otro (Por favor especifique)\_\_\_\_\_

**Preg.40.- Comparando su situación en la Argentina con la de España, considera que ahora en España su nivel de vida es:**

(\* Marque una sola opción)

- Muy mejor  
 Bastante mejor  
 Igual  
 Bastante peor  
 Mucho Peor

**Preg.41.- Si volviera a Argentina, ¿pensaría en volver a crear una empresa como la que actualmente tiene en España?**

(\* Marque una sola opción)

- SI  
 NO  
 Puede ser  
 No pienso en volver a vivir en Argentina  
 Otro (Por favor especifique)\_\_\_\_\_

### 8b.- EMPLEADOS, DESEMPLEADOS Y OTROS EN ARGENTINA, EMPRESARIOS EN ESPAÑA

**Preg.42.- El sector de actividad donde trabajaba en Argentina antes de emigrar ¿coincide con la rama de actividad donde desarrolla actualmente su empresa? Ej: era empleado en un restaurant y creó aquí un restaurant. (Si estaba desempleado, es jubilado o estudiante considere el último empleo que tuvo en Argentina)**

(\* Marque una sola opción)

- SI  
 NO  
 Nunca trabajó

**Preg.43.- ¿Por qué decidió crear una empresa en España y no ocuparse en relación de dependencia como en Argentina?**

- Los salarios como empleado son inferiores a las ganancias como empresario.  
 Por mi condición de inmigrante no me emplean en otras empresas y por eso desarrollo la propia  
 Por el mismo trabajo pagan menos salarios a inmigrantes que a nativos y no es rentable  
 No encuentro un empleo en relación de dependencia acorde a mi capacidad  
 Quiero explotar mi experiencia empresarial  
 Tenía una idea de negocio que quería explotar y no pensé en otra opción.  
 Quería ser independiente y desarrollar mi vocación empresarial  
 Quería continuar con el negocio que tuve que abandonar en Argentina.  
 En España existen muchas oportunidades de negocios que no están siendo aprovechadas.  
 Otro (Por favor especifique)\_\_\_\_\_

**Preg.44.- Comparando su situación en la Argentina con la de España, considera que aquí su nivel de vida es:**

(\* Marque una sola opción)

- Mucho mejor
- Bastante mejor
- Igual
- Bastante peor
- Mucho Peor

**Preg.45.- Si volviera a Argentina, ¿pensaría en crear una empresa con las características de la que actualmente ha creado en España?**

(\* Marque una sola opción)

- Si
- No
- Puede ser
- Nunca pensaría en volver a Argentina
- Otro (Por favor especifique)\_\_\_\_\_

## FIN DE LA ENCUESTA

**La encuesta ha concluido. Muchas gracias por su colaboración.**

**Preg.46.- ¿Estaría dispuesto a acceder a una entrevista personal para profundizar en algunos temas que aquí se mencionan?**

(\* Marque una sola opción)

- Si
- No
- Puede ser
- Otro (Por favor especifique)\_\_\_\_\_

Una vez finalizada las encuestas le enviaremos un informe con los principales resultados para que sepa lo que otros empresarios y expertos han opinado. El mismo se lo haremos llegar por correo electrónico. Cualquier duda que tenga respecto a esta encuesta puede contactar a: Fabiola Baltar. Responsable del proyecto. Universidad Rovira i Virgili-Tarragona- España. Tel: 0034-977959865. Email: [fabiola.baltar@urv.cat](mailto:fabiola.baltar@urv.cat).





UNIVERSITAT  
ROVIRA I VIRGILI

## ANEXO 2: GUION DE ENTREVISTA A EMPRENDEDORES

### 1.- PERFIL MIGRATORIO

- ¿Cuáles son las principales causas que le llevaron a emigrar?
- ¿Qué temas le preocupaban al pensar en tener que cambiar de país? (principales obstáculos y problemas, ej: familia, miedos)
- ¿Cómo planificó la salida al país y la acogida en el lugar de origen? ¿con quien vino? ¿En cuánto tiempo tardó en arreglar los asuntos? ¿Qué acciones desplegó para emigrar? (Contar el proceso.)

### 2.- CONTEXTO ANTES DE LA LLEGADA A ESPAÑA

- ¿Cuál era tu trayectoria laboral en la época que vivía en Argentina y su grado de formación? ¿Estudio público?
  - Si era empresario, ¿qué problemas encontró en Argentina para desarrollar su empresa? ¿Qué beneficios brinda la Argentina para el desarrollo de negocios?
  - Si era empleado, ¿en qué medida su trabajo en la Argentina influyó en el desarrollo de su empresa actual (experiencia, contactos, etc)?
  - Si era desempleado, ¿por qué estaba sin trabajo? ¿Buscó en Argentina o directamente fuera? ¿Usó indemnizaciones?
  - Si era estudiante, ¿cómo adquirió las habilidades para poner una empresa y la idea?

### 3.- CONTEXTO DESPUES DE ARRIBAR A ESPAÑA

- ¿Cuál fue su trayectoria laboral en España? ¿Qué trabajos realizó? ¿Qué dificultades encontró para su inserción laboral?
- ¿Por qué eligió Cataluña para radicarse? ¿Fue este su primer lugar de residencia fuera de Argentina? ¿Por qué España y no otro lugar del mundo?
- ¿Cuándo, cómo y por qué decide crear una empresa en España? ¿Había desarrollado alguna otra empresa en algún lugar fuera de Argentina antes que esta? ¿Qué experiencia le aportó?
- ¿Tenía conocidos argentinos en España que eran empresarios aquí? ¿Qué personas colaboraron con su ingreso al país y de qué forma (medios, trabajo, residencia, contactos)?

- ¿Cómo cree que nos recibe la sociedad española? ¿Qué piensa de las políticas regulatorias de la inmigración?
- ¿Cómo percibe el entorno de negocios español? ¿Cubrió sus expectativas previas? ¿Qué oportunidades cree que brinda este contexto y no lo tiene el argentino?

#### **4.- CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDIMIENTO**

- ¿A qué se dedica la empresa que inició?
- ¿Qué relación tiene con su trayectoria previa? ¿Es en el mismo sector? ¿Por qué no empezó una en el mismo sector?
- ¿Con qué recursos comenzó la empresa? ¿Cuál fue el nivel de inversión necesaria?
- ¿Pensó en emplearse en relación de dependencia? ¿Por qué no lo hizo?
- ¿Cómo consiguió los recursos para iniciar la empresa? ¿Afecta el estar en un lugar desconocido para acceder a información relevante para el negocio?
- ¿Cómo contactó los clientes?
- ¿Cómo hace para hacer crecer el negocio?
- ¿Usted se considera que es un emprendedor por necesidad, es decir, que no tiene otra salida que la de autoemplearse?
- ¿Emplea y se asocia con nacionales o extranjeros? ¿Por qué?
- ¿Qué destaca de su negocio? ¿Cómo le va? ¿Por qué cree que le va bien?

#### **5.- APOYO INSTITUCIONAL**

- ¿Pertenece a alguna institución pública?
- ¿Cómo considera que pueden colaborar las asociaciones y organismos públicos para el fomento de empresas de argentinos?
- ¿Que mejoraría del funcionamiento de los casales y consulados?
- ¿Usted puede contar alguna experiencia en la que alguna institución haya intervenido en el desarrollo empresarial fuera de Argentina? ¿Fue efectiva? ¿Recibió alguna ayuda? ¿De qué tipo?

#### **6.- EL FUTURO**

- ¿Cómo ve su trayectoria en unos años? ¿Piensa en volver? ¿Bajo qué condiciones?

- ¿Cree que podría expandir su empresa actual creando otra en Argentina en base a esta experiencia? ¿Lo haría, cómo?
- ¿Qué cree que podría hacerle fracasar en el negocio de acuerdo a los cambios actuales?
- ¿Qué perspectivas ve en la economía española en relación a su negocio en los próximos años?
- ¿Tiene en mente nuevos proyectos? ¿De implementarlos cómo cree que impactarían?

### ANEXO 3

#### Listado de nodos contactados en la red virtual y por muestreo por bola de nieve

- |   |  |
|---|--|
| 1 Argentinos en Madrid                              | 31 Argentinos viviendo en Barcelona        |
| 2 Argentinos en Barcelona                           | 32 Argentinos en Granada                   |
| 3 Argentinos en Valencia                            | 33 Uruguayos y argentinos en España        |
| 4 Argentinos en Mallorca                            | 34 Argentinos en España                    |
| 5 Argentinos en Madrid                              | 35 Argentinos en Sabadell                  |
| 6 Argentinos en Galicia                             | 36 Argentinos en España                    |
| 7 Argentinos en Sevilla                             | 37 Argentinos en Vigo                      |
| 8 Argentinos en Andalucía                           | 38 Argentinos en Cadiz                     |
| 9 Argentinos en Baleares                            | 39 Argentinos en Girona                    |
| 10 Yo me tuve que ir de Argentina                   | 40 Argentinos en España                    |
| 11 Argentinos Universidad de Malaga                 | 41 Argentinos en España                    |
| 12 Argentinos en Malaga                             | 42 Argentinos en España                    |
| 13 Argentina Te extraño                             | 43 Argentinos en Zaragoza                  |
| 14 Argentinos en Lloret del mar                     | 44 Periodistas argentinos en España        |
| 15 Argentinos en Valencia                           | 45 Argentinos en España                    |
| 16 Argentinos en el exterior                        | 46 Argentinos en España                    |
| 17 Argentinos en Tenerife                           | 47 Publicitarios trabajando en el exterior |
| 18 Argentinos en Madrid!!!                          | 48 Argentinos en Alicante                  |
| 19 Chimichurri el grupo de restaurants              | 49 Argentinos en Alicante                  |
| 20 Argentinos en Tarragona                          | 50 Argentinos en España                    |
| 21 Argentinos en Barcelona, cada vez somos mas?     | 51 Argentinos en España                    |
| 22 Casa argentina en Tarragona                      | 52 Argentinos en España                    |
| 23 Argentinos en cataluña                           | 53 internet                                |
| 24 Argentinos en Almeria                            | 54 consulado argentino                     |
| 25 Argentinos en España                             | 55 Centrolatinoamericano de reus           |
| 26 Argentinos residentes en España                  |  |
| 27 Cuantos argentinos estamos viviendo en Barcelona |  |
| 28 Casal argentino en Barcelona                     |  |
| 29 Argentinos en España                             |  |
| 30 Argentinos en Salou                              |  |

## ANEXO 4

### CODIFICACIÓN DE ACTIVIDADES UTILIZADAS PARA CLASIFICAR LOS EMPRENDIMIENTOS

COD.	DESCRIPCION CIIU
0111	Cultivo de cereales y otros cultivos n.c.p.
0112	Cultivo de hortalizas y legumbres, especialidades hortícolas y productos de vivero
0113	Cultivo de frutas, nueces, plantas cuyas hojas o frutas se utilizan para preparar bebidas y especias
0121	Cría de ganado vacuno y de ovejas, cabras, caballos, asnos, mulas y burdeganos; cría de ganado lechero
0122	Cría de otros animales; elaboración de productos animales n.c.p.
0130	Cultivo de productos agrícolas en combinación con la cría de animales (explotación mixta)
0140	Actividades de servicios agrícolas y ganaderos, excepto las actividades veterinarias
0150	Caza ordinaria y mediante trampas, y repoblación de animales de caza, incluso las actividades de servicios conexas
0200	Silvicultura, extracción de madera y actividades de servicios conexas
0500	Pesca, explotación de criaderos de peces y granjas piscícolas; actividades de servicios relacionadas con la pesca
1010	Extracción y aglomeración de carbón de piedra
1020	Extracción y aglomeración de lignito
1030	Extracción y aglomeración de lignito
1110	Extracción de petróleo crudo y de gas natural
1120	Actividades de servicios relacionados con la extracción de petróleo y de gas, excepto las actividades de prospección
1200	Extracción de minerales de uranio y torio
1310	Extracción de minerales de hierro
1320	Extracción de minerales metalíferos no ferrosos, excepto minerales de uranio y torio
1410	Extracción de piedra, arena y arcilla
1421	Extracción de minerales para la fabricación de abonos y productos químicos
1422	Extracción de sal
1429	Explotación de otras minas y canteras n.c.p.
1511	Producción, procesamiento y conservación de carne y de productos cárnicos
1512	Elaboración y conservación de pescado y productos de pescado
1513	Elaboración y conservación de frutas, legumbres y hortalizas
1514	Elaboración de aceite y grasas de origen vegetal y animal
1515	Elaboración de aceite de pescado
1520	Elaboración de productos lácteos
1531	Elaboración de productos de molinería
1532	Elaboración de almidones y productos derivados del almidón
1533	Elaboración de alimentos preparados para animales
1541	Elaboración de productos de panadería
1542	Elaboración de azúcar
1543	Elaboración de cacao y chocolate y de productos de confitería
1544	Elaboración de macarrones, fideos, alcuquuz y productos farináceos similares
1549	Elaboración de otros productos alimenticios n.c.p.
1551	Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas; producción de alcohol etílico a partir de sustancias fermentadas
1552	Elaboración de vinos
1553	Elaboración de bebidas malteadas y de malta
1554	Elaboración de bebidas no alcohólicas; producción de aguas minerales
1600	Elaboración de productos de tabaco
1711	Preparación e hilatura de fibras textiles; tejeduría de productos textiles
1712	Acabado de productos textiles
1721	Fabricación de artículos confeccionados de materiales textiles, excepto prendas de vestir
1722	Fabricación de tapices y alfombras
1723	Fabricación de cuerdas, cordeles, bramantes y redes
1729	Fabricación de otros productos textiles n.c.p.
1730	Fabricación de tejidos y artículos de punto y ganchillo
1810	Fabricación de prendas de vestir; excepto prendas de piel
1820	Adobo y teñido de pieles; fabricación de artículos de piel

---

1911	Curtido y adobo de cueros
1912	Fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos similares, y de artículos de talabartería y guarnicionería
1920	Fabricación de calzado
2010	Aserrado y acepilladura de madera
2021	Fabricación de hojas de madera para enchapados; fabricación de tableros contrachapados, tableros laminados, tableros de partículas y otros tableros y paneles
2022	Fabricación de partes y piezas de carpintería para edificios y construcciones
2023	Fabricación de recipientes de madera
2029	Fabricación de otros productos de madera; fabricación de artículos de corcho, paja y materiales trenzables
2101	Fabricación de pasta de madera, papel y cartón
2102	Fabricación de papel y cartón ondulado y de envases de papel y cartón
2109	Fabricación de otros artículos de papel y cartón
2211	Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones
2212	Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas
2213	Edición de grabaciones
2219	Otras actividades de edición
2221	Actividades de impresión
2222	Actividades de servicios relacionados con la impresión
2230	Reproducción de grabaciones
2310	Fabricación de productos de hornos de coque
2320	Fabricación de productos de la refinación del petróleo
2330	Elaboración de combustible nuclear
2411	Fabricación de sustancias químicas básicas, excepto abonos y compuestos de nitrógeno
2412	Fabricación de abonos y compuestos de nitrógeno
2413	Fabricación de plásticos en formas primarias y de caucho sintético
2421	Fabricación de plaguicidas y otros productos químicos de uso agropecuario
2422	Fabricación de pinturas, barnices y productos de revestimiento similares, tintas de imprenta y masillas
2423	Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos
2424	Fabricación de jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir, perfumes y preparados de tocador
2429	Fabricación de otros productos químicos n.c.p.
2430	Fabricación de fibras manufacturadas
2511	Fabricación de cubiertas y cámaras de caucho; recauchado y renovación de cubiertas de caucho
2519	Fabricación de otros productos de caucho
2520	Fabricación de productos de plástico
2610	Fabricación de vidrio y productos de vidrio
2691	Fabricación de productos de cerámica no refractaria para uso no estructural
2692	Fabricación de productos de cerámica refractaria
2693	Fabricación de productos de arcilla y cerámica no refractarias para uso estructural
2694	Fabricación de cemento, cal y yeso
2695	Fabricación de artículos de hormigón, cemento y yeso
2696	Corte, tallado y acabado de la piedra
2699	Fabricación de otros productos minerales no metálicos n.c.p.
2710	Industrias básicas de hierro y acero
2720	Fabricación de productos primarios de metales preciosos y metales no ferrosos
2731	Fundición de hierro y acero
2732	Fundición de metales no ferrosos
2811	Fabricación de productos metálicos para uso estructural
2812	Fabricación de tanques, depósitos y recipientes de metal
2813	Fabricación de generadores de vapor, excepto calderas de agua caliente para calefacción central
2891	Forja, prensado, estampado y laminado de metales; pulvimetalurgia
2892	Tratamiento y revestimiento de metales; obras de ingeniería mecánica en general realizadas a cambio de una retribución o por contrata
2893	Fabricación de artículos de cuchillería, herramientas de mano y artículos de ferretería
2899	Fabricación de otros productos elaborados de metal n.c.p.
2911	Fabricación de motores y turbinas, excepto motores para aeronaves, vehículos automotores y motocicletas
2912	Fabricación de bombas, compresores, grifos y válvulas
2913	Fabricación de cojinetes, engranajes, trenes de engranajes y piezas de transmisión.
2914	Fabricación de hornos, hogares y quemadores
2915	Fabricación de equipo de elevación y manipulación
2919	Fabricación de otros tipos de maquinaria de uso general
2921	Fabricación de maquinaria agropecuaria y forestal

---

2922	Fabricación de maquinas herramienta
2923	Fabricación de maquinaria metalúrgica
2924	Fabricación de maquinaria para la explotación de minas y canteras y para obras de construcción
2925	Fabricación de maquinaria para la elaboración de alimentos, bebidas y tabaco
2926	Fabricación de maquinaria para la elaboración de productos textiles, prendas de vestir y cueros
2927	Fabricación de armas y municiones
2929	Fabricación de otros tipos de maquinaria de uso especial
2930	Fabricación de aparatos de uso domestico n.c.p.
3000	Fabricación de maquinaria de oficina, fabricación de maquinaria de oficina, contabilidad e informática
3110	Fabricación de motores, generadores y transformadores eléctricos
3120	Fabricación de aparatos de distribución y control de la energía eléctrica
3130	Fabricación de hilos y cables aislados
3140	Fabricación de acumuladores, de pilas y de baterías primarias
3150	Fabricación de lámparas eléctricas y equipo de iluminación
3190	Fabricación de otros tipos de equipo eléctrico n.c.p.
3210	Fabricación de tubos y válvulas electrónicas y de otros componentes electrónicos
3220	Fabricación de transmisores de radio y televisión y de aparatos para telefonía y telegrafía con hilos.
3230	Fabricación de receptores de radio y televisión, aparatos de grabación y reproducción de sonido y vídeo, y productos conexos
3311	Fabricación de equipo medico y quirúrgico y de aparatos ortopédicos
3312	Fabricación de instrumentos y aparatos para medir, verificar, ensayar, navegar y otros fines, excepto el equipo de control de procesos industriales
3313	Fabricación de equipo de control de procesos industriales
3320	Fabricación de instrumentos de óptica y equipo fotográfico
3330	Fabricación de relojes
3410	Fabricación de vehículos automotores
3420	Fabricación de carrocerías para vehículos automotores; fabricación de remolques y semirremolques
3430	Fabricación de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores y sus motores
3511	Construcción y reparación de buques
3512	Construcción y reparación de embarcaciones de recreo y de deporte
3520	Fabricación de locomotoras y de material rodante para ferrocarriles y tranvías
3530	Fabricación de aeronaves y naves espaciales
3591	Fabricación de motocicletas
3592	Fabricación de bicicletas y de sillones de ruedas para inválidos
3599	Fabricación de otros tipos de equipo de transporte n.c.p.
3610	Fabricación de muebles
3691	Fabricación de joyas y artículos conexos
3692	Fabricación de instrumentos de música
3693	Fabricación de artículos de deporte
3694	Fabricación de juegos y juguetes
3699	Otras industrias manufactureras n.c.p.
3710	Reciclamiento de desperdicios y desechos metálicos
3720	Reciclamiento de desperdicios y desechos no metálicos
4010	Generación, captación y distribución de energía eléctrica
4020	Fabricación de gas; distribución de combustibles gaseosos por tuberías
4030	Suministro de vapor y agua caliente
4100	Captación, depuración y distribución de agua
4510	Preparación del terreno
4520	Construcción de edificios completos y de partes de edificios; obras de ingeniería civil
4530	Acondicionamiento de edificios
4540	Terminación de edificios
4550	Alquiler de equipo de construcción y demolición dotado de operarios
5010	Venta de vehículos automotores
5020	Mantenimiento y reparación de vehículos automotores
5030	Venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores
5040	En esta clase se incluyen la venta al por mayor y al por menor de motocicletas y trineos motorizados y la de sus partes, piezas y accesorios. También se incluyen las actividades de mantenimiento y reparación.
5050	Venta al por menor de combustible para automotores
5110	Venta al por mayor a cambio de una retribución o por contrata
5121	Venta al por mayor de materias primas agropecuarias y de animales vivos
5122	Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco

---

5131	Venta al por mayor de productos textiles, prendas de vestir y calzado
5139	Venta al por mayor de otros enseres domésticos
5141	Venta al por mayor de combustibles sólidos, líquidos y gaseosos y de productos conexos
5142	Venta al por mayor de metales y minerales metalíferos
5143	Venta al por mayor de materiales de contracción, artículos de ferretería y equipo y materiales de fontanería y calefacción
5149	Venta al por mayor de otros productos intermedios, desperdicios y desechos
5150	Venta al por mayor de maquinaria, equipo y materiales
5190	Venta al por mayor de otros productos
5211	Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos, bebidas y tabaco
5219	Venta al por menor de otros productos en almacenes no especializados
5220	Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en almacenes especializados
5231	Venta al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador
5232	Venta al por menor de productos textiles, prendas de vestir, calzado y artículos de cuero
5233	Venta al por menor de aparatos, artículos y equipo de uso doméstico
5234	Venta al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio
5239	Venta al por menor de otros productos en almacenes especializados
5240	Venta al por menor en almacenes de artículos usados
5251	Venta al por menor de casas de venta por correo
5252	Venta al por menor en puestos de venta y mercados
5259	Otros tipos de venta al por menor no realizado en almacenes
5260	Reparación de efectos personales y enseres domésticos
5270	Venta al por menor no especificado
5510	Hoteles; campamentos y otros tipos de hospedaje temporal
5520	Restaurantes, bares y cantinas
6010	Transporte por vía férrea
6021	Otros tipos de transporte regular de pasajeros por vía terrestre
6022	Otros tipos de transporte no regular de pasajeros por vía terrestre
6023	Transporte de carga por carretera
6030	Transporte por tuberías
6110	Transporte marítimo y de cabotaje
6120	Transporte por vías de navegación interiores
6210	Transporte regular por vía aérea
6220	Transporte no regular por vía aérea
6301	Manipulación de la carga
6302	Almacenamiento y depósito
6303	Otras actividades de transportes complementarias
6304	Actividades de agencias de viajes y organizadores de viajes; actividades de asistencia a turistas n.c.p.
6309	Actividades de otras agencias de transporte
6411	Actividades postales nacionales
6412	Actividades de correo distintas de las actividades postales nacionales
6420	Telecomunicaciones
6511	Banca central
6519	Otros tipos de intermediación monetaria
6591	Arrendamiento financiero
6592	Otros tipos de crédito
6599	Otros tipos de intermediación financiera n.c.p.
6601	Planes de seguros de vida
6602	Planes de pensiones
6603	Planes de seguros generales
6711	Administración de mercados financieros
6712	Actividades bursátiles
6719	Actividades auxiliares de la intermediación financiera n.c.p.
6720	Actividades auxiliares de la financiación de planes de seguros y de pensiones
7010	Actividades inmobiliarias realizadas con bienes propios o arrendados
7020	Actividades inmobiliarias realizadas a cambio de una retribución o por contrata
7111	Alquiler de equipo de transporte por vía terrestre
7112	Alquiler de equipo de transporte por vía acuática
7113	Alquiler de equipo de transporte por vía aérea
7121	Alquiler de maquinaria y equipo agropecuario



---

7122	Alquiler de maquinaria y equipo de construcción e ingeniería civil
7123	Alquiler de maquinaria y equipo de oficina (incluso computadoras)
7129	Alquiler de otros tipos de maquinaria y equipo n.c.p.
7130	Alquiler de efectos personales y enseres domésticos n.c.p.
7210	Consultores en equipo de informática
7220	Consultores en programas de informática y suministros de programas de informática
7230	Procesamiento de datos
7240	Procesamiento de datos
7250	Mantenimiento y reparación de maquinaria de oficina, contabilidad e informática
7290	Otras actividades de informática
7310	Investigaciones y desarrollo experimental en el campo de las ciencias naturales y la ingeniería
7320	Investigaciones y desarrollo experimental en el campo de las ciencias sociales y las humanidades
7411	Actividades jurídicas
7412	Actividades de contabilidad, teneduría de libros y auditoría; asesoramiento en materia de impuestos
7413	Investigación de mercados y realización de encuestas de opinión pública
7414	Actividades de asesoramiento empresarial y en materia de gestión
7421	Actividades de arquitectura e ingeniería y actividades conexas de asesoramiento técnico
7422	Ensayos y análisis técnicos
7430	Publicidad
7491	Obtención y dotación de personal
7492	Actividades de investigación y seguridad
7493	Actividades de limpieza de edificios
7494	Actividades de fotografía
7495	Actividades de envase y empaque
7499	Otras actividades empresariales n.c.p.
7511	Actividades de la administración pública en general
7512	Regulación de las actividades de organismos que prestan servicios sanitarios, educativos, culturales y otros servicios sociales, excepto servicios de seguridad social.
7513	Regulación y facilitación de la actividad económica
7514	Actividades de servicios auxiliares para la administración pública en general
7521	Relaciones exteriores
7522	Actividades de defensa
7523	Actividades de mantenimiento del orden público y de seguridad
7530	Actividades de planes de seguridad social de afiliación obligatoria
8010	Enseñanza primaria
8021	Enseñanza secundaria de formación general
8022	Enseñanza secundaria de formación técnica y profesional
8030	Enseñanza superior
8090	Enseñanza de adultos y otros tipos de enseñanza
8511	Actividades de hospitales
8512	Actividades de médicos y odontólogos
8519	Otras actividades relacionadas con la salud humana
8520	Actividades veterinarias
8531	Servicios sociales con alojamiento
8532	Servicios sociales sin alojamiento
9000	Eliminación de desperdicios y aguas residuales, saneamiento y actividades similares
9111	Actividades de organización empresariales y de empleadores
9112	Actividades de organizaciones profesionales
9120	Actividades de sindicatos
9191	Actividades de organizaciones religiosas
9192	Actividades de organizaciones políticas
9199	Actividades de otras asociaciones n.c.p.
9211	Producción y distribución de filmes y videocintas
9212	Exhibición de filmes y videocintas
9213	Actividades de radio y televisión
9214	Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas
9219	Otras actividades de entretenimiento n.c.p.
9220	Actividades de agencias de noticias
9231	Actividades de bibliotecas y archivos
9232	Actividades de museos y preservación de lugares y edificios históricos

9233	Actividades de jardines botánicos y zoológicos y de parques nacionales
9241	Actividades deportivas
9249	Otras actividades de esparcimiento
9301	Lavado y limpieza de prendas de tela y de piel, incluso la limpieza en seco
9302	Peluquería y otros tratamientos de belleza
9303	Pompas fúnebres y actividades conexas
9309	Otras actividades de servicios n.c.p.
9500	Hogares privados con servicio doméstico
9900	Organizaciones y órganos extraterritoriales
9999	Otras actividades no especificadas

## ANEXO 5

### Salidas estadísticas del análisis de conglomerados del Spss

#### Conglomerados en dos fases

Distribución de conglomerados

		N	% de combinados	% del total
Conglomerado	1	44	21,4%	20,6%
	2	34	16,5%	15,9%
	3	21	10,2%	9,8%
	4	20	9,7%	9,3%
	5	40	19,4%	18,7%
	6	47	22,8%	22,0%
	Combinados	206	100,0%	96,3%
Casos excluidos		8		3,7%
Total		214		100,0%

#### Perfiles de los conglomerados

RAMAS INTENSIVAS EN CONOCIMIENTO

		Ramas no intensivas en conocimiento		Ramas intensivas en conocimiento	
		Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Conglomerado	1	0	,0%	44	50,0%
	2	18	15,3%	16	18,2%
	3	0	,0%	21	23,9%
	4	13	11,0%	7	8,0%
	5	40	33,9%	0	,0%
	6	47	39,8%	0	,0%
	Combinados	118	100,0%	88	100,0%

**Empresarios vs empleados**

	Empresarios		Empleados		Otros	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Conglome 1	0	,0%	44	42,3%	0	,0%
rado 2	0	,0%	0	,0%	34	94,4%
3	21	31,8%	0	,0%	0	,0%
4	5	7,6%	13	12,5%	2	5,6%
5	40	60,6%	0	,0%	0	,0%
6	0	,0%	47	45,2%	0	,0%
Combinados	66	100,0%	104	100,0%	36	100,0%

**Emprendedores por oportunidad**

	Emprendedores por oportunidad		Emprendedores por necesidad	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Conglomerado 1	44	23,7%	0	,0%
2	34	18,3%	0	,0%
3	21	11,3%	0	,0%
4	0	,0%	20	100,0%
5	40	21,5%	0	,0%
6	47	25,3%	0	,0%
Combinados	186	100,0%	20	100,0%