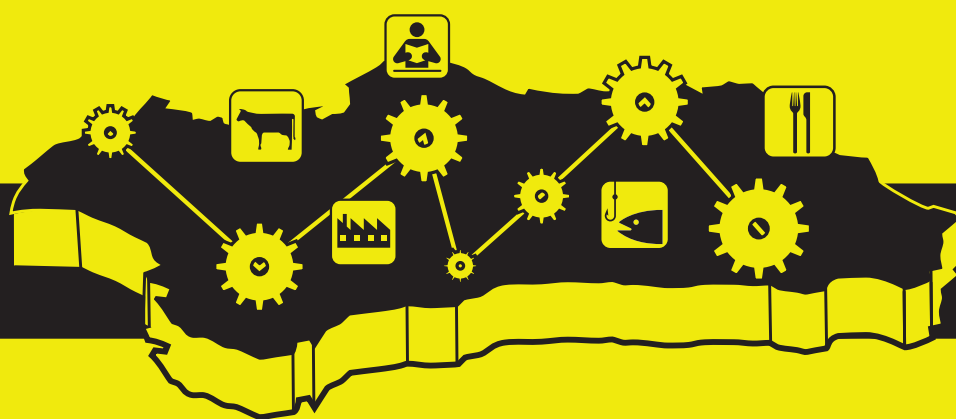


ACTUAL

51 2010



La creación de una nueva realidad empresarial. El caso de Andalucía

LA FUNDACIÓN CENTRO DE ESTUDIOS ANDALUCES ES UNA ENTIDAD DE CARÁCTER CIENTÍFICO Y CULTURAL, SIN ÁNIMO DE LUCRO, ADSCRITA A LA CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA. ENTRE NUESTROS OBJETIVOS FUNDACIONALES SE ESTABLECEN EL FOMENTO DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA, LA GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO SOBRE LA REALIDAD SOCIAL, ECONÓMICA Y CULTURAL DE ANDALUCÍA Y LA DIFUSIÓN DE SUS RESULTADOS EN BENEFICIO DE TODA LA SOCIEDAD.

NUESTRO COMPROMISO CON EL PROGRESO DE ANDALUCÍA NOS IMPULSA A LA CREACIÓN DE ESPACIOS DE INTERCAMBIO DE CONOCIMIENTO CON LA COMUNIDAD CIENTÍFICA E INTELLECTUAL Y CON LA CIUDADANÍA EN GENERAL, Y A LA COLABORACIÓN ACTIVA CON LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS QUE INFLUYEN EN EL DESARROLLO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA.

LA COLECCIÓN ACTUALIDAD FORMA PARTE DEL CATÁLOGO DE PUBLICACIONES CIENTÍFICAS DE LA FUNDACIÓN Y ESTÁ DESTINADA TANTO AL LECTOR ESPECIALIZADO COMO A LA OPINIÓN PÚBLICA EN GENERAL. CADA UNA DE SUS EDICIONES SE ESTRUCTURA COMO INFORMES MONOGRÁFICOS PARA EL FOMENTO DE LA REFLEXIÓN Y EL ANÁLISIS SOBRE ASPECTOS DE RELEVANCIA PARA LA SOCIEDAD ANDALUZA DEL SIGLO XXI.

LAS OPINIONES PUBLICADAS POR LOS AUTORES EN ESTA COLECCIÓN SON DE SU EXCLUSIVA RESPONSABILIDAD.

© Mayo 2010. Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces
Bailén 50, 41001 Sevilla.
Tel.: 955 055 210. Fax: 955 055 211
www.centrodeestudiosandaluces.es

Depósito Legal: SE-1688-05
I.S.S.N.: 1699-8294

Ejemplar Gratuito. Prohibida su venta.



La creación de una nueva realidad empresarial. El caso de Andalucía

NURIA TOLEDANO
Universidad de Huelva

Agradecimientos:

Por las conversaciones, sugerencias y el apoyo recibido a largo de mi particular camino, deseo dar las gracias a todos mis amigos y compañeros de viaje, y en los últimos años muy especialmente a David Urbano, Jorge J. Acuña, Miguel Ángel Pérez de Diego, Kamau, Ana Gessa, Soledad Moya, Soledad Berlanga, Luisa M. Crespo y Pedro Palencia. También a Patricia Illana y Fátima Gómez, de la Fundación Centro de Estudios Andaluces, por sus iniciativas y confianza. No obstante, de las incoherencias y posibles errores que se deriven del presente artículo soy yo la única e individual responsable.

ÍNDICE

Resumen.....	5
1. Introducción: los creadores y el cambio de paradigma.....	5
2. La percepción del entorno y su relación con el emprendimiento.....	7
2.1. La ecología de las organizaciones: una aproximación para el análisis de la estructura y evolución del tejido productivo.....	7
2.2. La teoría institucional: una aproximación para el análisis de la actividad emprendedora.....	8
3. El tejido empresarial en Andalucía: una comparación regional.....	9
4. Espíritu empresarial y actividad emprendedora.....	15
5. Consideraciones finales.....	17
Bibliografía.....	18
Apéndice: Nota metodológica	19

Resumen

En el presente artículo se analizan los rasgos que caracterizan el tejido empresarial de Andalucía para el periodo 2003-2009, comparándolos con los de otras regiones españolas, en especial, tomando como referencia aquellos ámbitos que tradicionalmente han presentado un tejido productivo más tupido e importante como pueden ser los de Cataluña, Madrid o la Comunidad Valenciana. Los enfoques de la ecología de las organizaciones y la teoría institucional se utilizan como marcos teóricos sobre los que se fundamenta el estudio empírico.

Los principales resultados ponen de manifiesto que el tejido empresarial andaluz, en cuanto a número de empresas, presenta una imagen similar a la de algunas de las regiones más emprendedoras y dinámicas de España. No obstante, los datos relativos a la densidad empresarial o la actividad emprendedora revelan cierta debilidad, dentro del contexto nacional, por lo que sería aconsejable intensificar el apoyo al emprendimiento, sobre todo a través del estímulo del espíritu empresarial y el desarrollo de una cultura más emprendedora.

1. Introducción: los creadores y el cambio de paradigma

En los últimos años, la actividad laboral se ha visto modificada notablemente como consecuencia de la interacción de diversas fuerzas que afectan, de un modo u otro, a cada trabajador de la sociedad. En especial, la apertura a los mercados, el impacto de las nuevas tecnologías y la globalización, han complicado el entorno en el que se toman las decisiones empresariales debido, en parte, a la gran cantidad de información que han de manejar los decisores y al extraordinario aumento de la competencia. Asimismo, las interacciones profesionales se producen, cada vez más, entre personas dotadas de grandes cualidades y extensa formación, aunque de culturas y

valores diferentes, lo que forzosamente conlleva una alteración en la manera tradicional de trabajar.

De lo anterior se desprende que actualmente el trabajo, entendido como una de las principales actividades humanas y sociales, así como las vivencias que se desarrollan en el ámbito laboral, están dando lugar a una serie de experiencias sin precedentes, en las que tanto empleados como empresarios y/o gerentes se ven obligados a aprender nuevas formas de trabajar y, en cierta manera, nuevas formas de vivir en un desconocido entorno. En este contexto, las estrategias del pasado pierden legitimidad y valor de cara a solucionar los problemas del presente, o anticiparse a los del futuro. De este modo, empezamos a considerar «inadecuado» todo lo que hasta el momento nos había parecido «correcto» y, lo que es más importante, la vuelta atrás se revela, irremediablemente, como una alternativa impracticable.

¿Significa todo ello que nos encontramos ante una realidad deprimente y caótica para el mundo de los negocios?

Aunque no faltarán quienes respondan afirmativamente a la pregunta anterior, lo cierto es que en este escenario de aparente caos, las posibilidades de dar el salto cualitativo hacia el progreso se vislumbran cada vez como algo más cercano. En la sociedad actual, una gran parte de los ciudadanos están comenzando a ser conscientes de que las soluciones de los problemas se encuentran en su propia imaginación, y que es en ésta donde residen las claves para crear y crear un futuro próspero, para hacer, en definitiva, posible lo imposible.

Si bien hemos de entender que la responsabilidad de posibilitar la evolución y el cambio corresponde a todas y cada una de las personas que conformamos la sociedad en la que vivimos, sin excluir ninguna, hay que destacar que dentro de esta colectividad, aquellas personas que emprenden acciones para ampliar el bienestar común, que dan forma a su imaginación a través de nuevos productos, servicios y circunstancias de valor económico y social, que resuelven problemas, satisfacen necesidades y permiten una mejora en las condiciones de vida, son las que se acaban convirtiendo en protagonistas del progreso. Estas personas se identifican en el presente con los empresarios, o emprendedores, con las personas cuyo trabajo no es otro que el de crear y re-crear continuamente nuevos proyectos, empresas y, en general, nuevas realidades.

El importante papel que se ha asignado al empresario en la evolución del vigente siglo fue reconocido públicamente en el año 2000 por el Consejo Europeo de Lisboa. En dicho Consejo se constató que la figura empresarial desempeñaría una función clave en el proceso de convertir Europa en una economía competitiva, dinámica, basada en el conocimiento, capaz de crecer económicamente de manera sostenible, con más y mejores empleos y con mayor cohesión social. Un año después, en 2001, el Consejo Europeo

aprobó una iniciativa de desarrollo sostenible y añadió una dimensión ambiental a la estrategia de Lisboa, reconociendo a su vez la necesidad de transformar radicalmente la economía con el fin de crear alrededor de 15 millones de puestos de trabajo para el 2010. En 2003, con la publicación del Libro Verde *El Espíritu Empresarial en Europa*, la Comisión Europea situó entre sus prioridades fundamentales el fomento del espíritu empresarial y la creación de nuevas empresas. Desde entonces, el propósito genérico de optimizar las relaciones profesionales en el nuevo contexto laboral, y el objetivo específico de conseguir una Europa más competitiva que garantice el desarrollo económico y la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos, se relaciona con el incremento de la capacidad emprendedora y el dinamismo empresarial.

Por otra parte, en este despertar empresarial el Consejo Europeo también acentuó la importancia de la innovación como instrumento clave del proceso emprendedor. Además, conviene subrayar que la acepción de innovación que contempla va más allá de la clásica equiparación con la invención o el desarrollo tecnológico, identificándose con la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios, procesos o prácticas orientadas al incremento de la productividad y al bienestar de la sociedad. De hecho, la capacidad innovadora y el espíritu empresarial que demuestran los grandes empresarios a través de su creatividad suelen traspasar los límites de la racionalización tecnológica y económica, para saltar al plano de lo social y emocional a través de una notoria pasión por crear. En este sentido, la propia Comisión Europea (2003: 6) señala que

El espíritu empresarial es, sobre todo, una actitud en la que se reflejan la motivación y la capacidad del individuo, independiente o dentro de una organización, a la hora de identificar una oportunidad y luchar por ella para producir nuevo valor o éxito económico.

Y añade que

El espíritu empresarial forma parte del talante de las personas, de sus elecciones y sus acciones al crear, adquirir o poner en funcionamiento una empresa, o de su manera de participar en el proceso de toma de decisiones estratégicas de una empresa.

(Comisión Europea, 2003, 7).

En definitiva, ser empresario se percibe como la decisión de adoptar una actitud responsable ante la vida profesional y personal, un sentimiento a favor del emprendimiento y la innovación, independientemente del ámbito o lugar en el que se desarrollen. Es este espíritu empresarial, por tanto, el que mejor se ajustaría al nuevo paradigma laboral surgido a raíz de los cambios en la concepción y el contexto del trabajo. Las experiencias empresariales, profesionales y personales que se desprenden de este nuevo paradigma, ofrecen oportunidades de aprendizaje sobre las que se construye todo un sistema de creencias compartido que determina, de alguna forma, la

percepción que la sociedad tiene de la realidad. Es por ello por lo que, en parte, se acepta la idea de que el entorno puede ejercer claras y directas influencias en las capacidades emprendedoras de las personas que en él conviven, las cuáles repercuten, a su vez, en el propio entorno.

Con este escenario, en el presente trabajo se profundiza en los rasgos que caracterizan el tejido empresarial de Andalucía, analizándolos comparativamente con los de otras regiones españolas, en especial, tomando como referencia aquellos ámbitos que tradicionalmente han presentado un tejido productivo más tupido e importante, como pueden ser los de Cataluña, Madrid o la Comunidad Valenciana. Entendemos que el análisis de la realidad presente y pasada constituye un primer paso necesario de cara a concebir y proyectar lo que podría realizarse en el futuro más próximo.

Así pues, en las páginas que siguen a esta introducción, y tras resumir las principales aproximaciones teóricas que acentúan la importancia del entorno en la creación de nuevas empresas y el desarrollo del espíritu empresarial, se abordan algunas de las realidades empíricas de las empresas andaluzas, tanto en lo que respecta a sus características estructurales más recientes (referidas al año 2009), como en relación con su evolución temporal a través del estudio longitudinal de los datos registrados durante los últimos seis años (2003-2009) (ver Apéndice, «Nota Metodológica»). Adicionalmente, el estudio de la realidad empresarial se completa con el seguimiento de su actividad emprendedora. Por último, se finaliza el artículo con algunas reflexiones que emergen del trabajo realizado y que, a su vez, invitan a continuar trabajando en esta línea de investigación.

2. La percepción del entorno y su relación con el emprendimiento

Entre las numerosas aproximaciones teóricas que abordan el fenómeno del emprendimiento acentuando las influencias del entorno en el tejido empresarial, podríamos destacar dos grandes líneas de investigación.

La primera de ellas, conocida como teoría de la ecología poblacional o ecología de las organizaciones, defiende la tesis de que el entorno, y dentro de éste el tejido productivo que lo conforma, es el que determina el nacimiento, crecimiento y muerte de las nuevas empresas. La segunda, denominada teoría institucional, sitúa el núcleo del análisis en la forma en la que los factores del entorno, entre ellos la cultura e historia de la propia sociedad, moldea los comportamientos de los grupos humanos y, en particular, de los empresarios. Los principales aspectos de cada enfoque se exponen en los próximos apartados.

2.1. La ecología de las organizaciones: una aproximación para el análisis de la estructura y evolución del tejido productivo

Desde la ecología de las organizaciones se investigan las formas en las que las empresas se desarrollan y cambian a lo largo del tiempo a través de distintos procesos (King y Wicker, 1993). Además, en función de la perspectiva de análisis empleada, bajo esta aproximación podrían examinarse tanto las poblaciones organizacionales, en términos de características estructurales —óptica estática—, como el cambio producido en las mismas —cuando se opta por una visión dinámica o longitudinal.

La primera perspectiva, desde la que se efectúa un análisis estático del tejido empresarial, es útil para describir la composición y estructura

de las empresas existentes en un territorio concreto, en un determinado momento del tiempo. Los investigadores en este ámbito utilizan el análisis estructural para determinar la distribución de los miembros de la población organizacional a lo largo de una o más dimensiones de interés, tales como la localización, el tamaño, la forma jurídica o la antigüedad¹.

Dentro de la segunda perspectiva, la dinámica o longitudinal, los estudios se centran en analizar, principalmente, los ratios de nacimiento y mortalidad empresarial así como sus factores determinantes². En concreto, la idea que normalmente se tiene del dinamismo empresarial está relacionada, entre otros aspectos, con los procesos de entrada —creación—, salida —cierre— y crecimiento —consolidación— de las empresas en un sector. Esta segunda perspectiva es de especial relevancia para los temas abordados en el presente trabajo, dado que permite explorar la evolución seguida por el tejido productivo de un determinado entorno, facilitándonos así no sólo la comprensión de su historia empresarial, sino también la tarea de idear, sobre dicha historia, nuevas fórmulas para el futuro.

Ahondando un poco más en la perspectiva dinámica, cabe destacar que, según sus nociones básicas, la densidad de población, es decir, el número de empresas existentes en un entorno concreto, así como su distribución sectorial, condicionan en gran parte la estructura y dinámica que el tejido productivo presentará en el futuro. Así, por ejemplo, una densa población organizacional de empresas industriales, es decir, una elevada proporción de estas, suele generar un gran dinamismo en el sector, que se refleja en elevados ratios de nacimiento y mortalidad empresarial. Por un lado, la creación de nuevas empresas se entiende, en gran parte, como resultado de la legitimidad que disfruta el empresariado en dicho ámbito. Los argumentos a favor de este supuesto acentúan la importancia del «efecto imitador», toda vez que se admite que los empresarios potenciales aprenden de su entorno imitando lo que otros hacen³. Por otro lado, la desaparición de las empresas se interpreta, habitualmente, como una consecuencia de la mayor competencia suscitada por los recursos disponibles y supuestamente limitados, en especial, para los ojos de aquellos que ven el entorno en términos de amenazas en lugar de oportunidades. Aunque dichos cierres pueden deteriorar en parte la imagen de la actividad empresarial y desanimar a empresarios potenciales en la decisión de poner en marcha su propia idea de negocio, lo cierto es que los vacíos que dejan en el mercado suelen verse sustituidos por nuevas empresas. Este fenómeno representa, en cierta medida, lo que el economista austro-americano Joseph Schumpeter acuñó con la expresión *destrucción creadora*⁴, términos a priori antagónicos, pero en los que podría llegar a intuirse una visión totalitaria del entorno; un entorno en el que todo se encuentra estrechamente relacionado, hasta llegar a quedar definido por un único ente o unidad. De ahí, que *creación y destrucción* puedan considerarse simplemente dos vocablos que vienen a describir diferentes niveles de una misma idea o realidad: la re-creación.

1. En España, son varios los trabajos de investigación que han adoptado este enfoque. Ver, entre otros, los trabajos de Barredo y Llorens (1993) y Llopis et al. (1999), Toledano (2003) y Urbano y Toledano (2007).

2. Entre los trabajos enmarcados en esta perspectiva se pueden citar, entre otros, los de Aldrich (1990), Carroll y Hannan (2000), Hannan y Carroll (1992), Hannan y Freeman (1989), Segarra y Callejón (2002) y Van Wissen (2004).

3. Para profundizar en el estudio del efecto imitador y la repercusión que tienen los roles empresariales en la propensión de emprender

en la sociedad pueden consultarse, entre otros, los trabajos de Gibson (2004), Lafuente et al., (2007) o Speizer (1981).

4. Para profundizar en el concepto de «destrucción creadora», consultar, entre otros los trabajos de Schumpeter (1934, 195/198).

2.2. La teoría institucional: una aproximación para el análisis de la actividad emprendedora

De acuerdo con el enfoque institucional, los procesos que tienen lugar dentro de las poblaciones de organizaciones están influenciados, en gran parte, por el entorno que las rodea, particularmente, por su marco institucional. En este contexto, a principios de los años noventa del pasado siglo se inicia una amplia corriente de investigación centrada en analizar la influencia que tienen los factores del entorno en la creación de nuevas empresas. Dentro de dicha corriente, destaca la teoría económica institucional cuya aproximación al fenómeno emprendedor se efectúa a partir del estudio de las instituciones que condicionan su existencia (Urbano, 2006; Veciana y Urbano, 2008).

Según el premio Nobel de Economía Douglass North⁵, uno de los teóricos más destacados en el campo institucional, las instituciones son *las reglas del juego en una sociedad o, más formalmente, las limitaciones ideadas por el hombre que dan forma a la interacción humana* (North, 1990: 3). Siguiendo este razonamiento, al aplicar la teoría económica institucional al campo del emprendimiento podría afirmarse que las nuevas empresas vendrían determinadas, parcialmente, por las restricciones e incentivos definidos por tales instituciones, las cuales impulsarían, o en su caso dificultarían, las acciones y opciones de las personas, y entre ellas las de los empresarios en el ejercicio de su actividad empresarial. Así pues, en este contexto, las instituciones serían el conjunto de reglas que articulan y organizan las diferentes relaciones económicas, profesionales, sociales y políticas que tienen lugar entre todas las personas y grupos sociales, afectando por ello al desarrollo económico y social e influyendo, en parte y a través de diferentes acciones, en la calidad y cantidad de la actividad emprendedora.

Entre el amplio conjunto de instituciones que pueden identificarse, North (1990) distingue según su formalización por ley entre instituciones formales e informales. Dentro de las primeras se sitúan las normas políticas, legales, económicas y contratos, encargados de definir el marco legal que regula las relaciones socioeconómicas generadas en una determinada sociedad. En cuanto a las instituciones informales, quedan incluidas en las mismas todas aquellas reglas no escritas que se van atesorando a lo largo del tiempo, y que subsisten debido a los usos y costumbres, es decir, las ideas, creencias, actitudes y valores de las personas; en definitiva, la cultura de una determinada sociedad.

El extraordinario papel que desempeñan las instituciones informales en el proceso de evolución y cambio económico se pone de manifiesto en el trabajo de North (2005) *Understanding the process of economic change*. De él se

deriva que la realidad de cualquier sistema —político o económico— es construida por las personas a través de un elaborado sistema de creencias sobre lo que es, en realidad, la *realidad*⁶. Ese sistema de creencias, por tanto, determina las percepciones de lo que las personas interpretan como «realidad» y, en lo relativo al tema que aquí tratamos, las percepciones de las posibles oportunidades de negocio existentes en un entorno específico. De ahí, que adoptando el marco teórico de North (1990, 2005) podamos llegar a afirmar que la cultura de una sociedad y las actitudes de sus ciudadanos hacia el emprendimiento condicionan, en gran parte, el espíritu empresarial de la colectividad y, en consecuencia, las actividades emprendedoras que se generan.

La cultura de una sociedad y las actitudes de sus ciudadanos hacia el emprendimiento condicionan, en gran parte, el espíritu empresarial de la colectividad y, en consecuencia, las actividades emprendedoras que se generan

5. Douglass North, economista e historiador estadounidense, fue galardonado con el premio Nobel de Economía en 1993, junto a Robert Fogel, por su renovación de la investigación en historia económica, a partir de la aplicación de técnicas cuantitativas para explicar los cambios económicos e institucionales.

6. Una de las obras más importantes e influyentes que abordan de una forma genérica la influencia que tienen las creencias de una sociedad y los distintos procesos de socialización en la percepción de la realidad es la de los sociólogos Peter L. Berger y Thomas Luckmann (1966) «The social construction of the reality».

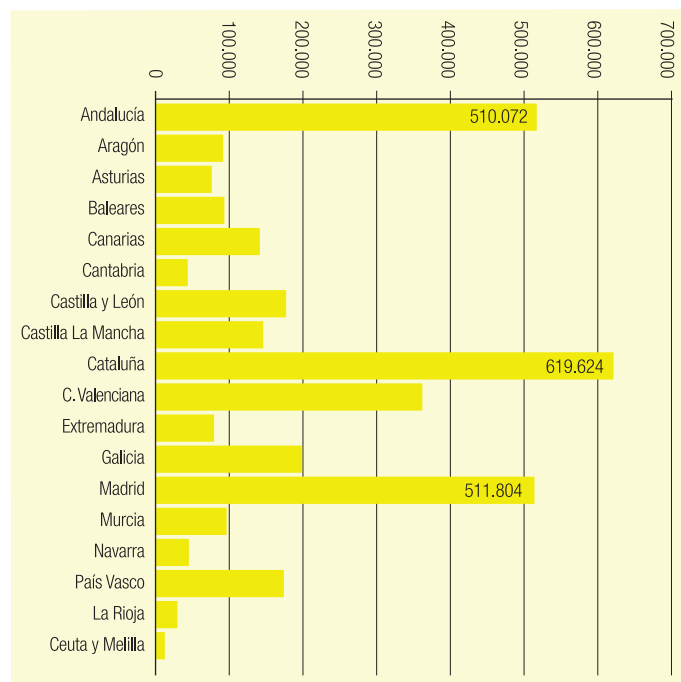
3. El tejido empresarial en Andalucía: una comparación regional

Tal y como hemos comentado anteriormente, una aproximación al tejido empresarial de cualquier territorio ha de partir de la caracterización de sus empresas, tanto desde una perspectiva estática, para ofrecer una imagen de la situación en un momento concreto del tiempo, como desde una óptica dinámica o longitudinal, con el fin de informar sobre la evolución del empresariado a lo largo de un determinado periodo. En concreto, las dimensiones relativas a la actividad principal, el tamaño medio, o la forma jurídica adoptada para llevar a cabo los intercambios en el mercado ilustran, de alguna forma, las experiencias vividas por el sector empresarial, las cuales, en parte, condicionarán los pilares sobre los que se sustentará el futuro tejido productivo. En los siguientes párrafos analizamos estos aspectos desde el punto de vista estático y dinámico.

Comenzando por los datos más genéricos, tenemos que indicar que a 1 de enero de 2009 la estructura productiva española la conformaban 3.355.830 empresas (DIRCE, 2010), de las cuales el 15,2% —510.072— se concentraban en la Comunidad Autónoma andaluza. Así pues, como se desprende del gráfico 1, Andalucía, junto con Cataluña y Madrid, se sitúa a la cabeza de España en lo que respecta al tamaño del tejido productivo en términos absolutos.

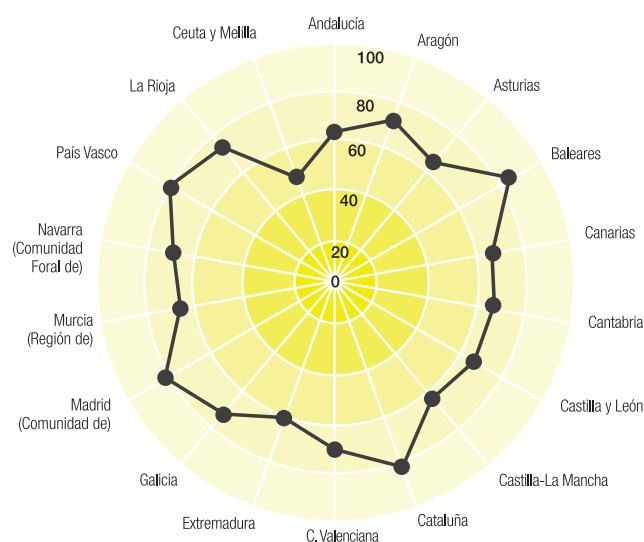
No obstante, aunque las tres regiones presentan cifras similares en cuanto a número de empresas, cuando se analiza la densidad empresarial —la relación que existe entre el número de empresas y el número de habitantes—, la imagen que se obtiene de cada una de ellas varía de forma notable. Concretamente, tal y como se refleja en el gráfico 2, en esta dimensión la región andaluza comparte con Extremadura la penúltima posición, por delante únicamente de Ceuta y Melilla. En el extremo opuesto se encuentran las Islas Baleares, Cataluña y Madrid, que con 84, 83 y 80 empresas por cada mil habitantes, respectivamente, registran las densidades empresariales más elevadas de España.

Gráfico 1. El tejido empresarial en España en número de empresas. Comparación regional (2009)



Fuente: elaboración propia a partir del DIRCE (INE) (2010).

Gráfico 2. Densidad empresarial en España. Comparación regional (2009)



Fuente: elaboración propia a partir del DIRCE (INE) (2010).

Tabla 1. Distribución del número de empresas según el sector de actividad. Comparación regional (2009)

	Industria	Construcción	Comercio	Servicios	Total
Andalucía	33.633	54.918	145.845	275.676	510.072
Aragón	7.798	14.264	21.823	49.398	93.283
Asturias	4.306	9.993	17.257	40.027	71.853
Baleares	5.464	14.216	19.431	52.715	91.826
Canarias	6.251	15.346	36.963	80.821	139.381
Cantabria	2.415	6.155	9.457	21.584	39.611
Castilla y León	13.564	27.167	44.125	85.770	170.626
Castilla-La Mancha	14.766	24.292	35.221	60.190	134.479
Cataluña	47.471	81.275	140.839	350.039	619.624
Com. Valenciana	29.082	45.857	94.023	193.882	362.844
Extremadura	5.508	9.460	20.859	31.354	67.181
Galicia	15.053	28.705	54.773	102.732	201.263
Madrid	28.963	60.143	103.947	318.751	511.804
Murcia	7.811	13.351	26.053	48.421	95.636
Navarra	4.202	6.413	10.112	22.555	43.282
País Vasco	14.424	26.543	40.846	90.339	172.152
La Rioja	2.838	3.377	5.819	11.491	23.525
Ceuta y Melilla	170	481	3.248	3.489	7.388
España	243.729	441.956	830.911	1.839.234	3.355.830

Fuente: elaboración propia a partir del DIRCE (INE) (2010).

En relación con la distribución sectorial⁷ de las empresas, el sector servicios mantiene el liderazgo del comportamiento empresarial en Andalucía, al igual que en el resto de las regiones españolas (ver tabla 1). Asimismo, es importante destacar el papel que desempeña la actividad comercial en la Comunidad Autónoma andaluza, cuyas cifras superan incluso a las de Cataluña o Madrid. Del mismo modo, merece especial mención la industria de Andalucía, en la que el volumen de empresas supera al registrado en regiones tan significativas en actividades productivas como pueden ser Madrid o la Comunidad Valenciana.

Considerando la dimensión de las empresas a partir del número de empleados⁸, cabe destacar que en el tejido productivo andaluz, al igual que en el del resto del ámbito nacional, predominan claramente las empresas de reducida dimensión, hecho ciertamente relevante si tenemos en cuenta que en la actualidad la creación de empleo se concentra cada vez más en las empresas nuevas y pequeñas (Comisión Europea, 2003). Específicamente en Andalucía, casi la totalidad de las empresas —el 95%— se incluye en el grupo de las microempresas (menos de diez empleados), y de éstas más de la mitad —el 54,3%— corresponde a empresas sin empleados. En la tabla 2 puede observarse, además, que a medida que aumenta el tamaño de las empresas, su número desciende notablemente.

Aunque Andalucía, Cataluña y Madrid presentan cifras similares en cuanto a número de empresas, cuando se analiza la densidad empresarial —la relación que existe entre el número de empresas y el número de habitantes—, la región andaluza comparte con Extremadura la penúltima posición, por delante únicamente de Ceuta y Melilla

7. La distribución sectorial obedece a la clasificación utilizada por el DIRCE, que divide los grandes sectores económicos en industria, construcción, comercio y otros servicios. No se consideran los sectores agrario y pesquero.

8. El volumen anual de negocios y el balance anual son los otros dos criterios que suelen emplearse para delimitar la dimensión de las empresas. Concretamente para el caso de las PYMEs, se considera como tal a toda aquella empresa que ocupa menos de 250 personas, cuyo volumen de negocios anual no excede de 50 millones de euros, o cuyo balance general no supera los 43 millones de euros (Comisión Europea, 2006).

Tabla 2. Distribución del número de empresas según la dimensión en número de empleados. Comparación regional (2009)

	Micro-empresa ^a	Micro-empresa ^b	Pequeña ^c	Mediana ^d	Grande ^e	Total
Andalucía	263.067	221.790	21.985	2.806	424	510.072
Aragón	47.782	39.911	4.809	647	134	93.283
Asturias	37.244	31.128	2.993	406	82	71.853
Baleares	47.921	39.219	4.096	495	95	91.826
Canarias	71.972	59.896	6.349	995	169	139.381
Cantabria	19.761	17.765	1.793	242	50	39.611
Castilla y León	88.961	73.310	7.335	852	168	170.626
Castilla-La Mancha	68.388	59.007	6.374	625	85	134.479
Cataluña	336.714	246.514	30.519	4.726	1.151	619.624
Com. Valenciana	182.705	159.768	17.541	2.381	449	362.844
Extremadura	36.974	27.217	2.656	300	34	67.181
Galicia	101.074	90.177	8.656	1.121	235	201.263
Madrid	290.471	191.333	23.798	4.501	1.701	511.804
Murcia	46.473	43.215	5.162	655	131	95.636
Navarra	22.806	17.347	2.567	454	108	43.282
País Vasco	89.359	72.087	9.016	1.353	337	172.152
La Rioja	11.913	10.143	1.293	159	17	23.525
Ceuta y Melilla	3.885	3.169	300	29	5	7.388
España	1.767.470	1.402.996	157.242	22.747	5.375	3.355.830

Fuente: elaboración propia a partir del DIRCE (INE) (2010).

a: sin empleados. b: menos de 10 empleados. c: menos de 50 empleados. d: aproximación realizada a empresas medianas, dado que éstas, según la clasificación de la Comisión Europea (2006) son las que registran un número de empleados menor que 250. No obstante, la clasificación que establece el DIRCE realiza la división entre estas empresas y las de mayor tamaño en 200 empleados.

e: aproximación realizada a empresas grandes (mayor o igual que 250 empleados).

Igualmente significativo resulta analizar el tejido productivo teniendo en cuenta su estructura jurídica. En una aproximación inicial podríamos distinguir las empresas cuyo propietario es una persona física o individual, que ejerce en nombre propio y de forma habitual su actividad económica, de aquellas otras que por diversas razones suponen la asociación de varias personas para desarrollar tal actividad. Desde este punto de vista, cabe resaltar el evidente dominio de la empresa individual —persona física— en relación con las formas societarias, tanto en Andalucía como en el resto de las regiones españolas (ver tabla 3). Entre las formas societarias más destacadas despunta notoriamente la sociedad limitada, estructura elegida por la mayoría de las empresas en todos los ámbitos. En la Comunidad Autónoma andaluza, además, es necesario notar la incidencia que tienen las Sociedades Cooperativas, cuyo elevado número y reconocida tradición coloca a Andalucía como líder del cooperativismo dentro del conjunto de España.

Por otra parte, si adoptamos una perspectiva dinámica para analizar el tejido empresarial, hay que indicar que el panorama que se evidencia en Andalucía a lo

largo de los últimos años es bastante positivo, sobre todo hasta el 2008, año en el que se ponen de manifiesto los primeros efectos de la crisis económica que se viene padeciendo desde entonces en todos los mercados, aunque de manera muy acusada en España. Concretamente hasta ese año, —periodo 2003-2007—, el sector empresarial andaluz experimentó un notable desarrollo, siguiendo un ritmo bastante regular con tasas de crecimiento neto anual en torno al 5%, superiores incluso a las de regiones como Cataluña o la Comunidad Valenciana (ver tabla 4). En cualquier caso, a pesar de la importante ralentización producida durante los dos últimos años, es justo destacar que la tasa de crecimiento medio anual registrada en Andalucía durante todo el periodo objeto de estudio (2003-2009) es una de las más altas de España, superando en casi medio punto porcentual a la media nacional.

Profundizando algo más en el análisis dinámico, uno de los fenómenos más destacables que se observan en la evolución de la actividad económica se encuentra relacionado con las variaciones que experimentan las principales estructuras

Tabla 3. Distribución del número de empresas según la forma jurídica. Comparación regional (2009)

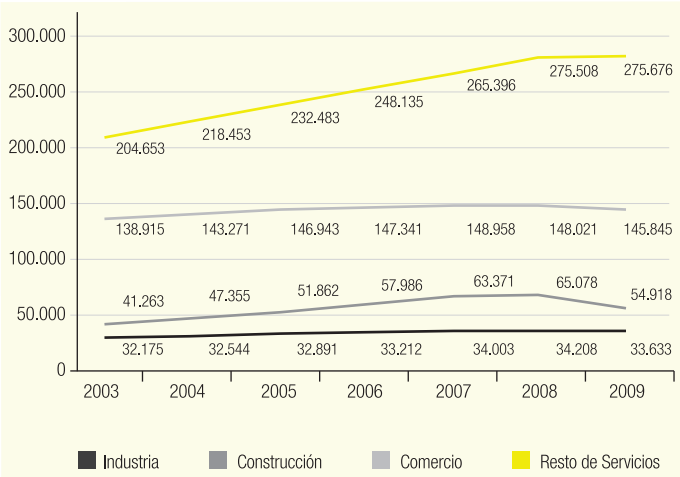
	Personas físicas	Sociedad Anónima	Sociedad Limitada	Sociedad Cooperativa	Otras formas societarias ^a	Total
Andalucía	292.875	9.387	165.115	5.393	37.302	510.072
Aragón	48.601	2.951	29.094	943	11.694	93.283
Asturias	44.423	1.927	18.192	307	7.004	71.853
Baleares	46.006	3.168	33.078	203	9.371	91.826
Canarias	78.697	2.957	49.321	538	7.868	139.381
Cantabria	23.949	944	10.266	114	4.338	39.611
Castilla y León	100.292	4.330	48.315	1.236	16.453	170.626
Castilla-La Mancha	74.797	2.831	45.262	1.451	10.138	134.479
Cataluña	317.680	24.885	211.506	3.804	61.749	619.624
Com. Valenciana	190.825	7.081	134.860	2.502	27.576	362.844
Extremadura	41.968	1.310	16.035	768	7.100	67.181
Galicia	114.396	3.905	64.956	923	17.083	201.263
Madrid	229.686	31.889	212.888	1.969	35.372	511.804
Murcia	51.497	1.790	33.955	1.505	6.889	95.636
Navarra	22.732	1.620	13.436	353	5.141	43.282
País Vasco	98.143	7.313	46.227	1.223	19.246	172.152
La Rioja	12.479	849	6.571	178	3.448	23.525
Ceuta y Melilla	4.851	193	1.743	73	528	7.388
España	1.793.897	109.330	1.140.820	23.483	288.300	3.355.830

Fuente: elaboración propia a partir del DIRCE (INE) (2010).
a. Se incluyen en este grupo las Sociedades Colectivas, Sociedades Comanditarias, Comunidades de Bienes, Asociaciones, Organismos Autónomos y otros.

productivas. En este sentido, cabe acentuar que los cambios del entorno a los que hacíamos referencia al comienzo del artículo, vinculados sobre todo con el aumento de la presión competitiva en las empresas industriales como consecuencia de la globalización y la apertura y aparición de nuevos mercados, han brindado grandes oportunidades para nuevas iniciativas empresariales, especialmente, en el sector servicios (ver gráfico 3).

Así pues, acorde con la tendencia a la tercerización que se viene manifestando a lo largo de las últimas décadas en el ámbito europeo y nacional (Cámaras de Comercio, 2001, 2005; Comisión Europea, 2003), en Andalucía el sector servicios ha venido incrementando notablemente su participación dentro de la economía, a un ritmo similar al que se ha seguido en el resto de España (ver tabla 5). De acuerdo con las principales tesis de la ecología poblacional (King y Wicker, 1993; Carroll y Hannan, 2000), podemos entender que esta tendencia se ha visto retro-alimentada gracias a la buena imagen que ha desprendido el sector, lo que, en parte, habría supuesto un incentivo para los emprendedores que querían iniciar una actividad empresarial.

Gráfico 3. Evolución del número de empresas en Andalucía según sector de actividad (2003-2009)



Fuente: elaboración propia a partir del DIRCE (INE) (2010).

Tabla 4. Tasa de crecimiento anual (%) del número de empresas en España. Comparación regional (2003-2009)

	2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	TMCA* 2003-2009
Andalucía	5,90	5,11	4,85	5,15	2,17	-2,44	3,46
Aragón	3,70	4,88	-2,29	4,80	3,00	-1,74	2,06
Asturias	3,04	1,69	2,85	3,08	1,17	-1,74	1,68
Baleares	12,47	1,87	1,15	3,67	2,28	-1,62	3,30
Canarias	2,06	6,42	3,74	5,73	2,18	-2,85	2,88
Cantabria	4,80	2,56	3,09	4,96	2,11	-1,94	2,60
Castilla y León	2,35	2,70	2,93	3,94	1,70	-1,49	2,02
Castilla-La Mancha	6,22	3,89	5,08	6,83	3,70	-2,43	3,88
Cataluña	3,46	4,29	2,00	5,89	2,22	-1,02	2,80
Com. Valenciana	5,26	4,48	5,88	5,71	2,04	-3,52	3,31
Extremadura	-4,70	0,03	1,92	4,99	2,45	-0,99	0,62
Galicia	3,96	2,62	3,19	4,37	1,68	-1,04	2,46
Madrid	6,97	4,61	4,83	5,19	3,24	-1,44	3,90
Murcia	8,57	3,18	6,57	7,36	2,77	-4,44	4,00
Navarra	1,91	2,65	0,87	5,01	1,63	-1,29	1,80
País Vasco	0,62	1,20	2,44	1,89	6,61	-1,80	1,83
La Rioja	4,75	2,61	3,68	4,51	1,84	-1,30	2,68
Ceuta y Melilla	4,72	1,50	-1,22	1,20	-0,16	-0,61	0,91
España	4,60	4,13	3,60	5,11	2,56	-1,94	3,01

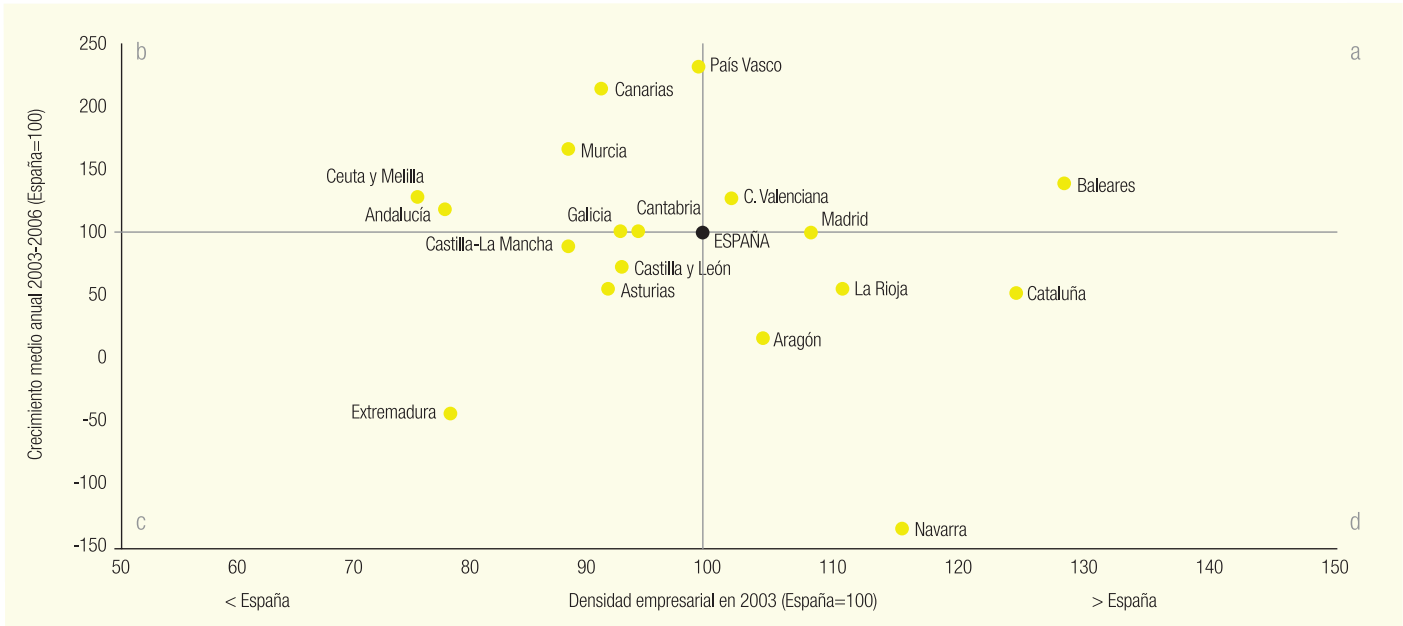
Fuente: elaboración propia a partir del DIRCE (INE) (2010). TMCA*: Tasa media de crecimiento anual.

Tabla 5. Tasa de crecimiento anual (%) del número de empresas en Andalucía y España por sectores productivos (2003-2009)

		2003-2004	2004-2005	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	TMCA* 2003-2009
Industria	Andalucía	1,15	1,07	0,98	2,38	0,60	-1,68	4,53
	España	0,10	-0,73	-1,69	0,85	0,50	-0,76	-1,74
Construcción	Andalucía	14,76	9,52	11,81	9,29	2,69	-15,61	33,09
	España	8,73	6,16	7,91	8,91	2,59	-11,80	22,75
Comercio	Andalucía	3,14	2,56	0,27	1,10	-0,63	-1,47	4,99
	España	2,10	1,93	-0,73	1,19	-0,24	-1,46	2,77
Resto de Servicios	Andalucía	6,74	6,42	6,73	6,96	3,81	0,06	34,70
	España	5,78	5,64	5,62	6,69	4,19	0,37	31,70
Total	Andalucía	5,90	5,11	4,85	5,15	2,17	-2,44	22,32
	España	4,60	4,13	3,60	5,11	2,56	-1,94	19,29

Fuente: elaboración propia a partir del DIRCE (INE) (2010). TMCA*: Tasa media de crecimiento anual.

Gráfico 4. Relación entre el crecimiento del número de empresas y la densidad empresarial en España. Comparación regional (2003-2009)



Fuente: elaboración propia a partir del DIRCE (INE) (2010).

Pese a todo, la construcción es con diferencia el sector que más ha crecido durante la etapa analizada, gracias, en gran parte, a las fuertes inversiones realizadas en obras públicas y vivienda durante el primer quinquenio de este siglo en la Comunidad Autónoma. Específicamente, los datos muestran una tasa de variación media anual que supera en más de diez puntos a la del promedio de España. En cualquier caso, el carácter cíclico que suele acompañar a este sector se ha puesto de manifiesto durante los últimos años, convirtiéndose en la actividad que más sufre los efectos devastadores de la crisis, con una variación negativa que superó los 15 puntos porcentuales en el periodo 2008-2009.

Por último, nos ocupamos de la relación entre el crecimiento medio anual del número de empresas y la densidad empresarial, lo que nos aporta una visión de las regiones más dinámicas, o estancadas, con relación al conjunto de España. Así pues, de acuerdo con la información contenida en el gráfico 4, Andalucía se ubica a medio camino entre aquellas regiones como Baleares o la Comunidad Valenciana que, con una tasa de crecimiento y densidad empresarial superior a la media nacional, se sitúan entre las áreas de crecimiento más elevado (cuadrante superior derecho), y aquellas como Cataluña que, en estos términos, se sitúa entre las áreas con densidad y tasa de crecimiento inferior a las del promedio de España (cuadrante inferior derecho).

4. Espíritu empresarial y actividad emprendedora

Si bien el análisis del tejido productivo desde un punto de vista transversal y longitudinal nos ofrece una imagen del empresariado con el que se identifica un determinado entorno, la consideración de su espíritu empresarial nos proporciona una idea de lo que podría llegar a ser dicha realidad en el futuro.

En general, el espíritu empresarial se ha definido como una forma de pensar, razonar y actuar vinculada y suscitada por la búsqueda de una oportunidad de negocio (Urbano y Toledano, 2008). Como forma de pensar, se ve fuertemente influida por los valores de las personas, el sistema de creencias vigente en el contexto y, en definitiva, la cultura, o las instituciones informales según la terminología de Douglass North (1990, 2005). El espíritu empresarial se refleja, además, en una actitud favorable hacia el emprendimiento, la cual en ocasiones puede dar lugar a la generación de un proceso emprendedor y, si éste culmina exitosamente, a la puesta en marcha de un nuevo proyecto o empresa.

Pese a los bajos índices que muestra la TEA en comparación con otras regiones, la evolución de la tasa ha seguido un ritmo regular durante todo el periodo analizado, sin sufrir caídas drásticas y manteniéndose siempre con unos porcentajes en torno al 6%, incluso ante la difícil situación por la que pasa el sector empresarial como consecuencia de la fuerte crisis iniciada en 2008

Como cualquier actitud, se trata de un concepto difícil de medir y de determinar de modo genérico. No obstante, desde los últimos diez años, una valiosa aproximación se viene efectuando a partir del Proyecto Global

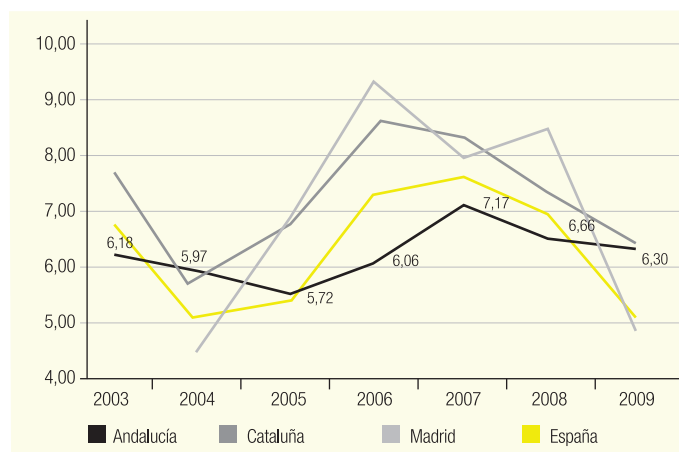
Entrepreneurship Monitor (GEM)⁹. Concretamente, el GEM realiza un análisis de la iniciativa empresarial teniendo en cuenta el seguimiento de la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA —*Total Entrepreneurial Activity*—), un índice que refleja el nivel de actividad emprendedora a partir de la proporción de población adulta (18-64 años) involucrada en la puesta en marcha de un negocio (con menos de tres meses de actividad) y en el ejercicio de la actividad empresarial durante un periodo máximo de 42 meses.

Así pues, el análisis que se presenta en este apartado toma como referencia los datos del GEM para Andalucía, los cuales son comparados con los de Cataluña y Madrid, principales referentes emprendedores en nuestro país, así como con los del conjunto de España.

Iniciando nuestro análisis por la TEA general registrada en los diferentes ámbitos regionales, resultan destacables los elevados índices que se obtienen en el contexto madrileño y catalán, alcanzando los valores máximos en ambos casos en el año 2006. En Andalucía, en cambio, la TEA más elevada se registra en 2007 —7,17%— aunque aún se coloca en una posición de desventaja en relación con España, Madrid y Cataluña.

No obstante, a favor de la región andaluza hay que subrayar que pese a los bajos índices que muestra la TEA en comparación con las regiones emprendedoras que nos sirven de referente, la evolución de la tasa ha seguido un ritmo regular durante todo el periodo analizado, sin sufrir caídas drásticas y manteniéndose siempre con unos porcentajes en torno al 6%, incluso ante la difícil situación por la que pasa el sector empresarial como consecuencia de la fuerte crisis iniciada en 2008.

Gráfico 7. Evolución de la TEA % (2003-2009). Comparación Andalucía, Cataluña, Madrid y España

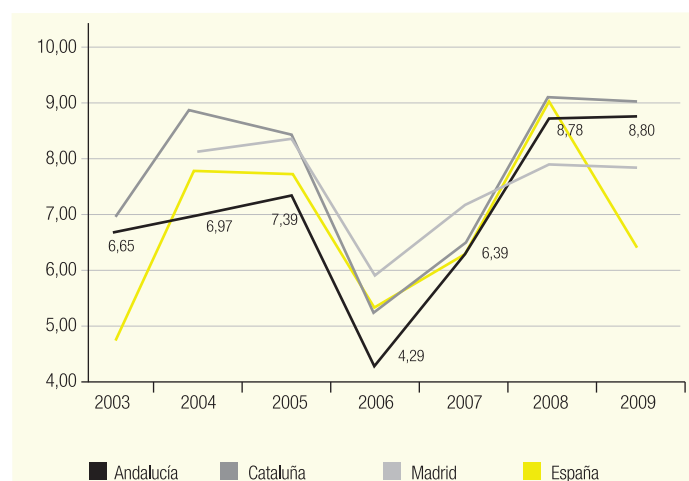


Fuente: elaboración propia a partir del Proyecto GEM Andalucía, Cataluña, Madrid y España (2008, 2009).

9. El proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor) nació en 1997 como una iniciativa de la London Business School y del Babson College para crear una red internacional de investigación en el entorno de la creación de empresas. España, a través del Instituto de Empresa, se incorporó al Proyecto GEM en su segunda edición (2000). En la última edición del 2006 han participado un total de 42 países. La iniciativa no tiene precedentes y el desarrollo actual del Proyecto le conduce a ser un referente en la investigación del fenómeno emprendedor en todo el mundo. La metodología del GEM se encuentra detallada en Reynolds et al. (2005).

Por otra parte, para mejorar nuestro conocimiento de la iniciativa emprendedora es importante diferenciar la primera etapa de vida de la empresa, es decir, desde su nacimiento hasta el tercer año de actividad, de la que se inicia a partir de entonces y en la que se consolida la empresa, se crean más puestos de trabajo y se genera mayor riqueza. A este respecto, la tendencia que se revela en Andalucía es decreciente hasta el 2007, año en el que las cifras de empresas consolidadas repuntan levemente (ver gráfico 8). El impacto de la crisis a partir de ese año se ha dejado notar con fuerte intensidad en la Comunidad de Madrid, mientras que Cataluña, con una cultura tradicionalmente empresarial, ha resistido mejor la complicada situación, y pasa a liderar las cifras de empresas consolidadas. Andalucía, por su parte, se posiciona en el 2009 en segundo lugar, con un emprendimiento claramente emergente.

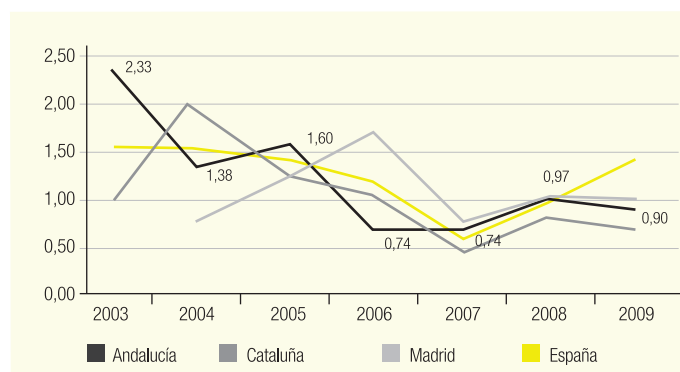
Gráfico 8. Evolución de empresas consolidadas (2003-2009). Comparación Andalucía, Cataluña, Madrid y España



Fuente: elaboración propia a partir del Proyecto GEM Andalucía, Cataluña, Madrid y España (2008, 2009).

Finalmente, conviene reflexionar sobre los datos relativos al cierre de empresas, datos que evolucionaron de forma especialmente favorable en el contexto andaluz. En concreto, la proporción de este parámetro en Andalucía ha pasado de un 2,3% en 2003, al 0,9% en 2009, convirtiéndose así en una de las regiones con niveles más bajos de mortalidad empresarial, por debajo incluso de regiones como Madrid y de la media que presenta el conjunto de España (ver gráfico 9).

Gráfico 9. Evolución del cierre de empresas (2003-2009). Comparación Andalucía, Cataluña, Madrid y España



Fuente: elaboración propia a partir del Proyecto GEM Andalucía, Cataluña, Madrid y España (2008, 2009).

La proporción en el cierre de empresas ha pasado de un 2,3% en 2003, al 0,9% en 2009, convirtiéndose así en una de las regiones con niveles más bajos, por debajo incluso de regiones como Madrid y de la media española

5. Consideraciones finales

A finales del siglo pasado, las controversias en torno al papel que los diversos agentes productivos desempeñaban en la economía y el desarrollo de un país se resolvieron otorgando el gran protagonismo a las pequeñas y nuevas empresas¹⁰. A partir de entonces, el interés por la situación y evolución de este sector empresarial ha ido aumentando tanto en el contexto político, como en el académico y social. Especialmente, los temas relacionados con la estructura y demografía de las empresas, así como con el espíritu empresarial y la actividad emprendedora han recibido gran atención.

En este artículo hemos tratado de avanzar en esta línea de estudio analizando el estado y progreso de las empresas andaluzas en el contexto de España durante los últimos seis años, así como la evolución de su actividad emprendedora. A pesar de que las imágenes que obtenemos del presente, difícilmente son capaces de representar el panorama del que gozaremos a partir de mañana, entendemos que, al menos, nos pueden ayudar a intuir mejor las oportunidades u obstáculos que cabe encontrarse en el camino a la hora de alcanzar los propósitos establecidos.

En concreto, a partir de los datos reflejados en las páginas precedentes es posible concluir que, a grandes rasgos, el tejido empresarial andaluz, lejos de presentar una imagen muy dispar a la que nos ofrecen otras regiones españolas más emprendedoras y dinámicas, presenta un retrato semejante en cuanto a número de empresas se refiere. Además, la pequeña dimensión de las empresas corrobora el papel decisivo que se atribuye hoy en día a las PYMEs, tanto en la competitividad y el crecimiento de la economía como en la generación de empleos. No obstante, si tenemos en cuenta los datos relativos a la densidad empresarial o los indicadores de la actividad emprendedora (TEA), se pone de manifiesto que aún en la actualidad, el tejido empresarial en Andalucía adolece de cierta debilidad dentro del contexto nacional. Con todo, es importante destacar que el fenómeno del emprendimiento no resulta ajeno para los andaluces, si bien podría necesitar de potentes estímulos para vencer el estigma del fracaso y la aversión al riesgo que tradicionalmente han caracterizado a esta región, y de los cuales aún se perciben algunos indicios en una parte del sentir popular.

La buena noticia es que, cada día, las experiencias vividas a través del trabajo en el ámbito laboral están cambiando a pasos agigantados. Las nuevas experiencias, a su vez, nos exigen desterrar las viejas creencias del pasado y abrigar otras más insólitas que nos llevan a percibir la realidad a

través de nuevas consignas. Aunque alterar la visión y percepción que nos hemos formado de la realidad constituye un proceso arduo y lento, es un proceso que depende, en gran parte, de cada uno de nosotros. Por tanto, si lo deseamos y ponemos todo nuestro empeño, podremos configurar una realidad aún mejor para Andalucía, partiendo de una nueva forma de mirarnos a nosotros mismos y a nuestra región. Ser capaz de imaginar desde hoy esta realidad, aún etérea y en construcción, constituye un requisito necesario para su consecución. Porque primero cualquier proyecto o negocio debe crearse en la mente y verse desde el interior, y no es hasta que transcurre un tiempo, cuando se vuelve visible para el mundo exterior y es posible constatarlo materialmente. A lo largo de ese intervalo temporal es fundamental mantener la fe y la confianza en el proyecto, de tal modo que sólo aquellos que lo consiguen son capaces de gozar finalmente del resultado de su creación. Porque desde hace mucho tiempo está escrito, *«Dichosos los que sin ver creyeron»*.

10. Concretamente, en el Informe Birch, presentado en 1979 al Congreso de los Estados Unidos, se ponía de manifiesto que durante el período 1969-1976 más de dos tercios de los nuevos puestos de trabajo habían sido creados por pequeñas empresas.

Bibliografía

ALDRICH, H. E. (1990):

«Using an Ecological Perspective to Study Organizational Founding Rates», *Entrepreneurship Theory and Practice*, spring, pp. 7-24.

BARREDO, I. y LLORENS, J. L. (1993):

«Diferencias y similitudes entre las PYMEs españolas y las europeas», *Economía Industrial*, mayo-junio, pp. 119-129.

BERGER, P. L. y LUCKMANN, T. (1966):

The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge. Anchor Books: Garden City, NY.

BIRCH, D.L. (1979):

The job generation process, Cambridge Mass: London.

CÁMARAS DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE ESPAÑA Y LA FUNDACIÓN INCYDE (2001):

La creación de empresas en España. Análisis por regiones y sectores, Servicio de Estudios de las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España y Fundación INCYDE.

CÁMARAS DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE ESPAÑA Y LA FUNDACIÓN INCYDE (2005):

Espíritu empresarial en España, Europa y Estados Unidos, Servicio de Estudios de las Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de España y Fundación INCYDE.

CARROLL, G. R. y HANNAN, M. (2000):

The Demography of Corporations and Industries, Princeton University Press: Princeton.

COMISIÓN EUROPEA (2003):

Libro Verde El Espíritu Empresarial en Europa, Comisión de las Comunidades Europeas, Bruselas.

COMISIÓN EUROPEA (2006):

La nueva definición de PYME. Guía del usuario y ejemplo de declaración. Comisión Europea. http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/sme_definition/sme_user_guide_es.pdf.

DIRCE (DIRECTORIO CENTRAL DE EMPRESAS) (2010):

Resultados Estadísticos, datos del periodo 2003-2009, (<http://www.ine.es>).

GIBSON, D. (2004):

«Role models in career development: new directions for theory and research», *Journal of Vocational Behavior*, 65, pp. 134-156..

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM) (2009):

Informe Ejecutivo Andalucía 2009, Cádiz

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM) (2009):

Informe Ejecutivo Cataluña 2009, Barcelona.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM) (2010):

Informe Ejecutivo GEM España 2010, Madrid.

HANNAN, M. T. y CARROLL, G. R. (1992):

Dynamics of Organizational Populations: Density, Legitimation and Dynamics of Organizational Populations: Density, Legitimation and Competition, Oxford University Press: New York.

HANNAN, M. T. y FREEMAN, J. H. (1989):

Organizational Ecology, Harvard University Press: Cambridge, MA.

KING, J. C. y WICKER, A. W. (1993):

«Demography for organizational populations: methodological review and application», *Advances in Entrepreneurship, firm Emergence and Growth*, nº 1, pp. 83-143.

LAFUENTE, E., VAILLANT, Y. y RIALP, J. (2007):

«Regional differences in the influence of role models: comparing the entrepreneurial process of rural Catalonia», *Regional Studies*, 41(6), pp. 779-795.

LLOPIS, F; SABATER, V; TARÍ, J. J. y ÚBEDA, M. (1999):

«Nuevas empresas y grado de diversidad sectorial en las zonas con tradición industrial: una aproximación a la provincia de Alicante», *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 8, nº 3, pp. 93-108.

NORTH, D. C. (1990):

Institutions, institutional change and economic performance, Cambridge University Press: Cambridge.

NORTH, D. C. (2005):

Understanding the Process of Economic Change, Princeton University Press: Princeton.

SCHUMPETER, J. A. (1934):

Theory of economic development, Harvard University Press: Cambridge, MA.

SCHUMPETER, J. A. (1951/1989):

Essays on Entrepreneurs, Innovations, Business Cycles and the Evolution of Capitalism, ed. R. Clemence, New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.

SEGARRA, A. y CALLEJÓN, M. (2002):

«New firm / survival and market turbulence: new evidence from Spain», *Review of Industrial Organization*, vol. 20, nº 1, pp. 1-14.

SPEIZAR, J. (1981):

«Role models, mentors, and sponsors: the elusive concepts. Signs». *Journal of Women in Culture and Society*, 6, pp. 692-712.

TOLEDANO, N. (2003):

Análisis de las políticas de desarrollo rural en la provincia de Huelva. Un estudio comparado de la Iniciativa Leader II, el programa PRODER, y el Programa Escuela de Empresas (obra premiada), Fundación Unicaja y Analistas Económicos de Andalucía: Málaga.

URBANO, D. (2006):

La creación de empresas en Cataluña. Organismos de apoyo y actitudes hacia la actividad emprendedora, Generalitat de Cataluña: Barcelona.

URBANO, D. y TOLEDANO, N. (2007):

«Análisis del tejido empresarial en Cataluña. La influencia del marco institucional», *Boletín de Estudios Económicos*, vol. LXII, nº 191, pp. 251-271.

URBANO, D. y TOLEDANO, N. (2008):

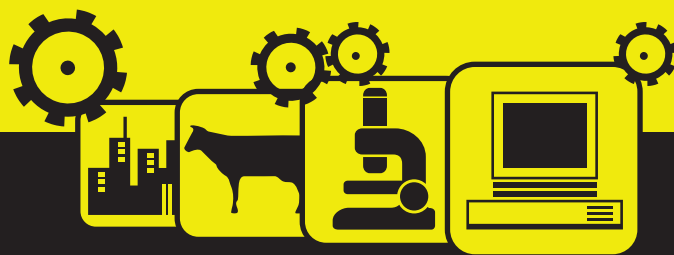
Invitación al emprendimiento. Una aproximación a la creación de empresas, Editorial UOC: Barcelona.

VAN WISSEN, L. J. G. (2004):

«A spatial interpretation of the density dependence model in industrial demography», *Small Business Economics*, vol. 22, nº 3-4, pp. 253-264.

VECIANA, J. M. y URBANO, D. (2008):

«The institutional approach to entrepreneurship research. An Introduction», *International Entrepreneurship and Management Journal*, vol. 4, nº 4, pp. 365-379.



Apéndice

Nota metodológica

Las evidencias empíricas que se presentan en este artículo se extraen de la consulta y análisis de diversas bases de datos. En particular, para el estudio de la estructura del tejido empresarial, destacan como fuentes principales de referencia, el Directorio Central de Empresas (DIRCE) del Instituto Nacional de Estadística (INE) y los Censos de Población. El seguimiento de la actividad emprendedora y de la dinámica empresarial se ha realizado a partir de los datos pertenecientes al Proyecto Global Entrepreneurship Monitor, GEM, recabados en Andalucía y España.

En la determinación del periodo de estudio se ha conjugado el propósito de ofrecer una panorámica suficientemente amplia de la situación, con la disponibilidad y uniformidad que presentan los datos. Por esta razón, el punto de partida del presente artículo se sitúa en enero de 2003, fecha en la que la Comisión Europea acentúa su interés por las pequeñas y nuevas empresas, a raíz de la publicación del Libro Verde El Espíritu Empresarial en Europa. Ese año, además, Andalucía inicia su andadura en el marco del Proyecto GEM, siendo pionera en España —junto con Cataluña y Extremadura—, en el estudio de los procesos emprendedores desde la perspectiva regional.

... 46 47 48 49 50 51

NÚMEROS PUBLICADOS

- 01: Aportaciones para entender el efecto de la inmigración en Andalucía
- 02: Cómo entender el debate de la Financiación Autonómica
- 03: La Reforma del Estatuto de Autonomía para Andalucía: contexto e inicio
- 04: Valores democráticos de la II República
- 05: El gasto y el endeudamiento en las familias españolas
- 06: ¿Es viable el copago en el sistema de financiación sanitaria?
- 07: La brecha digital de Andalucía
- 08: Dependencia en personas mayores en Andalucía
- 09: La política en Andalucía desde una perspectiva de género
- 10: Propuestas para el uso racional del agua en Andalucía
- 11: La Reforma del Estatuto de Autonomía para Andalucía: la pro posición parlamentaria
- 12: La evolución del bienestar en Andalucía
- 13: Los andaluces y la Unión Europea
- 14: Aproximación a la Cooperación Internacional para el Desarrollo de la Junta de Andalucía
- 15: Economía política de los gobiernos locales. Una valoración del funcionamiento de los municipios
- 16: Entrada a la maternidad: efecto de los salarios y la renta sobre la fecundidad
- 17: Elecciones municipales andaluzas de 27 de mayo de 2007: conti nuidades y cambios
- 18: La ciudadanía andaluza hoy
- 19: Comentarios a la Ley para la igualdad efectiva entre mujeres y hombres
- 20: Preocupaciones sociales sobre la infancia y la adolescencia
- 21: La inversión en formación de los andaluces
- 22: Poder Judicial y reformas estatutarias
- 23: Balance de la desigualdad de género en España. Un sistema de indicadores sociales
- 24: Nuevas Tecnologías y Crecimiento Económico en Andalucía, 1995-2004
- 25: Liderazgo político en Andalucía. Percepción ciudadana y social de los líderes autonómicos
- 26: Conciliación: un reto para los hogares andaluces
- 27: Elecciones 2008 en Andalucía: concentración y continuidad
- 28: La medición del efecto de las externalidades del capital humano en España y Andalucía. 1980-2000
- 29: Protección legislativa del litoral andaluz frente a las especies invasoras: el caso Doñana
- 30: El valor monetario de la salud: estimaciones empíricas
- 31: La educación postobligatoria en España y Andalucía
- 32: La pobreza dual en Andalucía y España
- 33: Jubilación y búsqueda de empleo a edades avanzadas
- 34: El carácter social de la política de vivienda en Andalucía. Aspectos jurídicos
- 35: El camino del éxito: jóvenes en ocupaciones de prestigio
- 36: Mutantes de la narrativa andaluza
- 37: Gobernanza multinivel en Europa. Una aproximación desde el caso andaluz
- 38: Partidos políticos, niveles de gobierno y crecimiento económico regional
- 39: Bilingüismo y Educación. Incidencia de la Red de Centros Bilingües de Andalucía
- 40: Marroquíes en Andalucía. Dinámicas migratorias y condiciones de vida
- 41: Obstáculos y oportunidades. Análisis de la movilidad social intergeneracional en Andalucía
- 42: El vandalismo como fenómeno emergente en las grandes ciudades andaluzas
- 43: Transformando la gestión de recursos humanos en las administraciones públicas
- 44: Valores y conductas medioambientales en España
- 45: ¿Sabemos elegir? Introducción al estudio de la conducta económica de las personas
- 46: Metro ligero e innovación para la movilidad sostenible de las áreas metropolitanas andaluzas
- 47: El papel de las regiones en la actual Unión Europea
- 48: Nuevos enfoques en el diseño de los copagos farmacéuticos
- 49: La inmigración en Andalucía. Un análisis con datos de la Seguridad Social (2007-2008)
- 50: Arte contemporáneo y sociedad en Andalucía
- 51: La creación de una nueva realidad empresarial. El caso de Andalucía

IDAD



El golpe. Cultura del entorno