

IVO ZANDER \*

# El espíritu emprendedor en el ámbito geográfico. Fundamentos conceptuales e implicaciones para la formación de nuevos clusters \*\*

*SUMARIO: 1. Introducción. 2. Los fundamentos de los clusters y la evolución de cluster. 3. Los fundamentos micro del espíritu emprendedor empresarial y la formación de nuevas empresas. 3.1. La naturaleza de la actividad emprendedora empresarial. 3.2. La movilidad geográfica de los individuos y futuros emprendedores. 3.3. Consecuencias para la formación de nuevos clusters. 4. Políticas para la formación de nuevos clusters. 4.1. Una perspectiva del espíritu emprendedor empresarial en la formación de nuevos clusters. 4.2. Algunas precauciones a tener en cuenta. 5. Resumen y conclusiones. Referencias bibliográficas*

**RESUMEN:** Sumario: Este artículo conceptualiza los micro-procesos del espíritu empresarial, examina cómo se ven afectados por la introducción de la dimensión geográfica y explica a grandes rasgos las implicaciones para la formación de nuevos clusters, en particular desde una perspectiva política. Sugiere que la formación de nuevos clusters a nivel nacional está asociada con la movilidad internacional de los individuos y futuros emprendedores y, específicamente, con su habilidad para asimilar nuevas ideas en una localización extranjera y construir redes sociales que trasciendan distancias geográficas. A diferencia de la teoría establecida que, principalmente, ha tratado la naturaleza y dinámica de clusters ya establecidos, la perspectiva empresarial ofrece una aproximación pertinente y relativamente inexplorada para cambiar las trayectorias nacionales de desarrollo tecnológico y económico.

\* Institute of International Business, Box 6501, 113 83 Stockholm, Sweden. Tel.: +46-8-7369500, e-mail: Ivo.Zander@hhs.se. Macquarie Graduate School of Management, Macquarie University, NSW 2109, Australia. Telephone: +61 2 9850 6561, e-mail: IZander@gsm.mq.edu.au (until August, 2004).

\*\* El autor agradece a los miembros de la Red MESIAS y a los participantes de la Conferencia «National Innovation Competences and Interests in a Globalised World, Broomfield», Colorado, 2004, sus contribuciones para el desarrollo de las ideas subyacentes y los comentarios realizados de las primeras versiones de este documento.

## 1. Introducción

Una parte sustancial y creciente de la literatura ha tratado la naturaleza de las aglomeraciones regionales y ‘clusters’, más recientemente, se ha centrado en los factores subyacentes de la mejora de las ventajas competitivas a las empresas pertenecientes a esos ‘clusters’. A pesar de los logros conceptuales y empíricos significativos en relación a los trabajos de ‘clusters’ ya establecidos, aún se conoce relativamente poco sobre sus orígenes, crecimiento inicial y evolución futura. La ausencia de información sistemática sobre sus orígenes, crecimiento y evolución es particularmente problemática para los diseñadores de políticas, quienes han llegado a ser cada vez más conscientes de los requerimientos y beneficios de los clusters dinámicos, pero tienen mucho menos conocimiento al que recurrir cuando se trata de la formación de nuevos clusters y cómo cambiar las trayectorias nacionales de desarrollo tecnológico y económico establecidas.

Este artículo trata específicamente la cuestión del cambio de las trayectorias existentes de desarrollo tecnológico y económico, basándose en la conceptualización recientemente propuesta de los fundamentos micro del atractivo de los clusters (Zander, 2004). Recurriendo a la perspectiva empresarial para el descubrimiento e implementación de ideas de nuevos negocios, se propone que las fuerzas sistemáticas trabajan contra los cambios rápidos y sustanciales para establecer las trayectorias nacionales del desarrollo tecnológico y económico, pero también que la comprensión detallada de los procesos micro de la dinámica de los clusters puede proporcionar un punto de partida para nuevas y, quizás subvalorados, enfoques de las decisiones políticas. Específicamente, las medidas políticas suponen la promoción de la movilidad internacional de los individuos y futuros emprendedores, para aumentar los recursos y las oportunidades de nuevos negocios a los que están expuestos y que surgen en entornos extranjeros; también para crear redes sociales que se extienden más allá de las fronteras nacionales y geográficas. Estas medidas incrementan la probabilidad de descubrir y efectivamente responder a ideas emprendedoras que caen fuera de las trayectorias de desarrollo tecnológico y económico.

El artículo está estructurado en cuatro secciones principales. La primera sección revisa las últimas contribuciones de la literatura sobre aglomeraciones y clusters, con un particular enfoque sobre qué se conoce acerca de los procesos de crecimiento y los factores subyacentes del atractivo de los clusters. La segunda sección proporciona información detallada sobre los procesos empresariales de descubrimiento e implantación de nuevas ideas de negocio, relacionando este proceso con la movilidad geográfica de los individuos y futuros emprendedores. La tercera sección, después de ofrecer una breve revisión de los instrumentos políticos existentes, ilustra cómo una comprensión del proceso emprendedor y movilidad geográfica proporciona motivos de una nueva, y quizás poco enfatizada aproximación, para la formación de nuevos clusters a nivel nacional. La sección final resume los principales argumentos, identifica áreas para futuros estudios, y en general sugiere la utilidad de la perspectiva del espíritu emprendedor para explorar nuevas formas de promoción de renovación tecnológica y económica a nivel nacional.

## **2. Los fundamentos de los clusters y la evolución de cluster**

Hay una literatura sustancial y todavía creciente acerca de la naturaleza de los clusters<sup>1</sup>, últimamente con un mayor énfasis en las dinámicas de los clusters y los mecanismos de las ventajas competitivas de las empresas miembro. Varios estudios han proporcionado ricas ilustraciones de los conglomerados de actividad tecnológica y económica; entre ellos se pueden incluir la descripción de la carretera 128 en Boston, Massachussets (Dorfman, 1983), la producción de azulejos de cerámica en Italia (Russo, 1985), la producción de hierro y acero en Suecia (Höglund y Scott, 1992), las redes de producción en Silicon Valley (Saxenian, 1991, 1994), la industria de aparatos médicos del Sur de California (DeVet y Scott, 1992), o la economía de Internet sueca (Glimstedt y Zander, 2003). Así, aparece un gran número de descripciones de clusters basados en el modelo de diamante de las ventajas competitivas nacionales de Porter (1990).

Estudios adicionales han documentado la estabilidad considerable de los clusters y perfiles nacionales de la actividad tecnológica y económica. Por ejemplo, se ha encontrado que la concentración de la producción de calzado en Estados Unidos estuvo sometida a cambios muy limitados ente 1940 y 1989 (Sorenson y Audia, 2000). A un mayor nivel de agregación y sobre las bases de datos de patentes, se ha mostrado que los países tienden a manifestar perfiles únicos y estables de actividad tecnológica y de negocios (Pavitt, 1998; Cantwell, 1991; Archibugi y Pianta, 1992). Estos perfiles tecnológicos se ven típicamente como el resultado de la acumulación más que como un proceso aleatorio, un fenómeno que se refiere como la dependencia de la trayectoria de localización o trayectoria evolucionista (Scott, 1995; Storper, 2000). Los datos que entrañan comparaciones interregionales e internacionales sugieren que los cambios sustanciales en el foco de la actividad tecnológica y de negocios ocurren únicamente a lo largo del transcurso de varias décadas (Pavitt, 1988; Cantwell y Iammarino, 2001).

La dependencia de la senda según las trayectorias evolutivas supone que el crecimiento del cluster, que implica en ocasiones la creación de nuevas industrias o segmentos industriales, obedece a la existencia de distintos recursos locales y bases de habilidades. Algún trabajo empírico sugiere que las nuevas industrias y las ramas industriales surgieron de estructuras del entorno local ya establecidas, por ejemplo haciendo uso de los recursos de institutos de investigación existentes, adoptando habilidades tecnológicas subyacentes similares, o explotando demandas concretas visibles y clientes competitivos internacionales (Sölvell et al., 1991). Sin embargo, la literatura generalmente sólo ha prestado atención a

<sup>1</sup> Los clusters se han definido como redes de empresas fuertemente interdependientes, instituciones productoras de conocimiento (universidades, institutos de investigación, empresas que proveen de tecnología, servicios de empresas intensivas en conocimiento), instituciones puente (brokers, proveedores de servicios técnicos y asesoría), y clientes, vinculados a la cadena de producción que crea valor añadido (OCDE, 1999). En este trabajo también se ha adoptado esta definición.

los orígenes y al crecimiento precoz de las nuevas industrias y clusters (Feldman, 2001; Schoonhoven y Romanelli, 2001). En palabras de Dicken (1998:11), «Las razones para el origen de clusters geográficos específicos son sumamente dependientes y a menudo están envueltas en la niebla de la historia».

La dependencia de la senda según las trayectorias evolutivas también sugiere que la actividad tecnológica y económica trasciende sólo con dificultades las barreras nacionales y geográficas. Esta «dificultad» podría haber sido experimentada por algunos diseñadores de políticas intentando copiar el éxito, crecimiento y, más a menudo, el surgimiento de industrias de alta tecnología en otras localizaciones geográficas. Algunas explicaciones del atractivo de los clusters han enfatizado las dificultades generales imbricadas con los aglomerados locales en el acceso y trabajo a distancia. Así, se ha argumentado que los flujos relevantes de información y conocimiento tácito pueden ser negados a foráneos o recién llegados, y que las distancias geográficas incrementan los costes de intercambio de conocimiento e impiden la comunicación efectiva en actividades de innovación y resolución de problemas (Malmberg et al., 1996).

Tanto los orígenes de los clusters como la dependencia de la senda según las trayectorias evolutivas sugieren implícitamente que la actividad tecnológica y económica trasciende sólo con dificultades las barreras nacionales y geográficas. Esta «dificultad» podría haber sido experimentada por algunos diseñadores de políticas intentando copiar el éxito, crecimiento y, más a menudo, el surgimiento de industrias de alta tecnología en otras localizaciones geográficas. Algunas explicaciones del atractivo de los clusters han enfatizado las dificultades generales imbricadas con los aglomerados locales en el acceso y trabajo a distancia. Así, se ha argumentado que los flujos relevantes de información y conocimiento tácito pueden ser negados a extranjeros o a recién llegados, y que las distancias geográficas incrementan los costes de intercambio de conocimiento e impiden la comunicación efectiva en actividades de innovación y resolución de problemas (Malmberg et al., 1996; Sölvell y Zander, 1998).

Otro trabajo se ha centrado en la inmovilidad de ciertos factores de producción o instituciones (Almeida y Kogut, 1999), específicamente en factores determinados históricamente y a menudo con vínculos tácitos y con medios de coordinación entre estos (Kogut, 1991; Maskell y Malmberg, 1999; Maskell, 2001). Según Malmberg et al. (1996:92):

Mientras que parte del conocimiento incorporado en capital físico y humano viaja en gran parte por el mundo a través del comercio, la inversión, los viajes y la migración, no ocurre lo mismo con el conocimiento incorporado en el capital social, puesto que éste entraña un gran número de actores dentro del entorno local y está históricamente vinculado a las circunstancias locales, entrañando uniones únicas y acumulación de rutinas.

En un trabajo sobre Sistemas Nacionales de Innovación, Lundvall y Maskell (2000:364) concluyen: «Los Sistemas Nacionales de Innovación están, por definición, localizados y son inamovibles y, de este modo, son capaces de proporcionar a las empresas valiosas capacidades y condiciones de entorno no disponibles para los competidores localizados en el extranjero, aún bajo las condiciones de mercado más abiertas imaginables.»

Más recientemente, se ha argumentado que los principios de coste-beneficio simples de las teorías establecidas representan una síntesis distante y parcial de los mecanismos del atractivo del cluster. Centrándose más explícitamente en la vida y mentalidad del emprendedor individual, específicamente en el contexto de la formación de una nueva empresa, Zander (2004) propone una perspectiva más orientada a lo micro sobre el atractivo y la dinámica del cluster. Basándose en la comprensión de cómo el emprendedor identifica y actúa sobre las nuevas oportunidades de negocio y de cómo el proceso emprendedor está afectado por la introducción de la geografía y la distancia geográfica, sugiere que las fuerzas importantes que actúan en contra del activo del emprendedor responden a nuevas oportunidades de negocio que se presentan en localizaciones geográficas distantes.

Mientras que se introduce una nueva explicación sobre las trayectorias de dependencia y sobre el atractivo de los clusters, aparece la perspectiva del emprendedor como susceptible de incorporarse a las nuevas propuestas políticas y, de esta manera, facilitar y promover la formación de nuevos clusters a nivel nacional. Siguiendo un resumen de la perspectiva empresarial y de cómo el emprendedor y la formación de nuevas empresas está relacionado con la movilidad geográfica de los individuos y futuros emprendedores, las secciones restantes de este trabajo se dedicarán a una mayor discusión de estas implicaciones políticas. Aunque se mantenga que cambiar las trayectorias nacionales de desarrollo tecnológico y económico existentes es un proceso difícil y a largo plazo, se sugiere que las medidas que mejoran la exposición de los individuos a los recursos y al desarrollo en entornos foráneos ofrecen quizás un camino subvalorado de promover la renovación industrial y la formación de nuevos clusters.

### **3. Los fundamentos micro del espíritu emprendedor empresarial y la formación de nuevas empresas**

La introducción de nuevas tecnologías, productos, y servicios, basados en ideas originales o en la imitación de desarrollos en curso, requiere la acción del individuo y la formación de nuevos negocios<sup>2</sup>. Sin embargo, sólo recientemente la literatura existente ha comenzado a investigar más de cerca la conexión entre el proceso emprendedor, la formación de nuevas empresas, y la formación de nuevos cluster a nivel regional o nacional (Feldman, 2001; Schoonhoven y Romanelli, 2001; Zander, 2004).

Para comprender la formación de nuevos cluster y evaluar las implicaciones políticas, es necesario considerar la naturaleza general de la actividad empre-

<sup>2</sup> El trabajo se centra en la explotación de ideas de nuevos negocios a través de la creación de nuevas empresas, y no trata el asunto de inversión corporativa e innovación dentro de las empresas establecidas. Considerando que la formación de nuevas empresas y la inversión corporativa tienen muchas características en común, y ambas parecen estar influenciadas por la movilidad geográfica de los individuos, sin embargo, los procesos son bastante diferentes y requieren un tratamiento separado.

dedora y cómo depende de la movilidad geográfica del individuo y futuro emprendedor. Como se argumentará a continuación, el descubrimiento e implementación de nuevas oportunidades de negocio dependen de las observaciones de los individuos sobre las condiciones y acontecimientos externos y redes sociales, las cuales están íntimamente vinculadas a sus movimientos geográficos. En términos sencillos, se argumenta que los individuos cuyos movimientos geográficos son reducidos tenderán a descubrir y actuar sobre nuevas ideas de negocios que reflejen recursos y prácticas locales, mientras que el individuo con mayor movilidad geográfica es más probable que desarrolle ideas de negocio que divergen de las trayectorias locales de actividad tecnológica y económica.

### 3.1. LA NATURALEZA DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EMPRESARIAL<sup>3</sup>

La acción del emprendedor y la, tradicionalmente equivalente, formación de empresas de nuevos negocios se basa en dos premisas fundamentales: (1) reconocimiento de oportunidad, y (2) la formación de intenciones para responder activamente a las oportunidades descubiertas (Gaglio, 1997; Shane y Venkataraman, 2000). Conceptualmente, el reconocimiento de la oportunidad coincide o precede a la formación de intenciones para establecer un nuevo negocio, específicamente porque el reconocimiento de la oportunidad implica, en muchos casos, una respuesta instantánea, pero las intenciones pueden también formarse después de un período de deliberación y búsqueda dirigida (Figura 1). El reconocimiento de la oportunidad, en términos simplificados, puede verse como un hecho con un resultado binario —una oportunidad o es reconocida o no lo es—. Como se discutirá en más detalle a continuación, una respuesta activa a las oportunidades descubiertas o el establecimiento de facto de una empresa puede ser descompuesta en distintos componentes relacionados con la conveniencia considerada del negocio y la viabilidad detectada de una nueva tarea emprendedora.

*Reconocimiento de la oportunidad:* En una interpretación estricta, alguien involucrado en actividades con un resultado futuro incierto puede ser considerado como un emprendedor, pero el emprendedor está más asociado comúnmente con individuos que reconocen y actúan tras una oportunidad de negocio. Esta oportunidad puede ser, hasta el momento, una combinación latente de recursos y demanda de clientes<sup>4</sup>. Sin embargo, las propias oportunidades pueden presentarse también como ideas que ya se han hecho más o menos explícitas por otros emprendedores, abriendo así el camino al proceso

<sup>3</sup> Gran parte de la discusión conceptual y presentación de los datos en esta sección siguen Zander (2004).

<sup>4</sup> Teóricamente, el conjunto de oportunidad global se puede definir como todas las combinaciones posibles de necesidades de recursos y clientes. El conjunto de oportunidad global incluye de este modo un subconjunto de oportunidades que sólo hacen uso de partes específicas de estas combinaciones. Hablando estrictamente, las oportunidades llegan a ser reales en la mente creativa del emprendedor, a medida que emplea las observaciones e impresiones del entorno exterior para activar combinaciones inobservadas o latentes de recursos y demandas de clientes.

de imitación. De este modo, el emprendedor «visionario» establece un entorno de medios finales para obtener beneficios de una cadena de acontecimientos futuros relativamente inciertos que se percibe subjetivamente (Kirzner, 1979, 1985). El resultado final puede ser el establecimiento de una empresa, lo cual ha llegado a ser la definición del espíritu del emprendedor más comúnmente utilizada (Gartner, 1988).

El emprendedor establece la actividad del nuevo negocio por medio de la creación de nuevos caminos de conectar recursos y clientes o imitando y típicamente mejorando ideas de negocios ya consolidadas. Para hacer esto, debe vincularse a condiciones y acontecimientos externos, o a un «campo» que contenga información sobre recursos disponibles y clientes, o a ideas ya probadas que puedan ser recombinadas o transformadas en nuevas tareas emprendedoras (Shackle, 1979). La interacción con el entorno externo puede generar un claro impulso o una visión que provoque una mayor exploración de una idea particular (Aldrich y Whetten, 1981; Butler y Hansen, 1991; Aldrich, 1999), en ocasiones a través de los requerimientos directos del cliente o de proposiciones de otros actores, pero en un número probablemente más limitado de casos estos impulsos pueden también generarse por la deducción y reflexión personal.

Como Kirzner reconoció, el comportamiento de la actividad emprendedora requiere actuar sobre el reconocimiento de una oportunidad. La decisión de actuar expone al emprendedor a la incertidumbre que rodea necesariamente a la idea emprendedora, incluyendo tanto los aspectos técnicos y de mercado de la nueva idea como los planes no previstos formulados e implantados por otros participantes del mercado (Hayek, 1948). Un aspecto importante del espíritu empresarial es que el emprendedor detecta la oportunidad para actuar como constreñida temporalmente. El paso del tiempo implica cambios en las percepciones del beneficio potencial y permite medidas preventivas por parte de otros emprendedores. Se considera esencial un comienzo precoz y una búsqueda incesante de la idea emprendedora para mantener la mayor parte de su valor económico. Timmons (1994:18) señala que:

Reconocer una oportunidad y hacerse con ella es a menudo una carrera precaria con un reloj de arena — cuando la arena desaparece el dinero se ha perdido.

Cuando el emprendedor puede más o menos recurrir a los mercados y recursos existentes, lo hará a fin de apresurarse en la implantación de la idea emprendedora. Aunque el funcionamiento de algunos mercados satisfará los requerimientos concretos del emprendedor, los esfuerzos sustanciales se emplearán en el rediseño y coordinación de aquellos aspectos de la idea que resulten particularmente difíciles de desarrollar e implantar. Típicamente, estos aspectos desafían las creencias convencionales, las formas de hacer las cosas y requieren ajustes sustanciales por parte de otros participantes del mercado como proveedores y empresas con tecnologías relacionadas y de apoyo (Zander, 2001). La implantación de la idea emprendedora implica reacción y aprendizaje continuos, en la cual «la visión tanto dirige la acción como llega a ser elaborada a través de las acciones» (Johannisson, 1987:51).

*Siguiendo oportunidades*: los modelos basados en intenciones proporcionan algunas variaciones en la forma en que el reconocimiento de oportunidades se convierte en una ejecución real y en la formación de nuevos negocios (Shapiro y Sokol, 1982; Bird, 1988; Krueger y Brazeal, 1994; Krueger, 2000)<sup>5</sup>. La mayoría de modelos convergen en asignar un papel crítico a la conveniencia percibida y a la viabilidad detectada en la formación de intenciones (y finalmente en el comportamiento real). En el modelo de intenciones propuesto por Krueger (2000), como parte de los antecedentes teóricos, los conceptos centrales de la conveniencia percibida y la viabilidad detectada se dividen además en la conveniencia personal percibida, las normas sociales consideradas, la eficacia propia percibida y la eficacia colectiva considerada (Figura 2). Ciertas variables exógenas como los rasgos del individuo y factores de situación pueden influir indirectamente en las intenciones, mientras que otras variables exógenas intervienen en la relación intención-comportamiento y pueden «precipitar» la realización de las intenciones en la conducta (Ajzen, 1985).

La conveniencia personal percibida depende de las consecuencias esperadas de un cierto comportamiento, implicando todas las consecuencias positivas y negativas y las recompensas tanto intrínsecas como extrínsecas. Esto contiene el componente afectivo que se ha asociado con una actitud con respecto a un objetivo o comportamiento, y se traduce en líneas generales en el grado con que una persona tiene una evaluación favorable o desfavorable del comportamiento en cuestión (Fishbein y Ajzen, 1975). Entre los emprendedores, la conveniencia personal percibida puede depender de las ganancias económicas que se esperan del cierto curso de una acción, pero como las empresas de reciente creación y elevado riesgo son a menudo ambiguas e inciertas en términos de ganancias monetarias, la conveniencia personal depende de un amplio rango de factores tanto económicos como psicológicos. Experiencias previas pueden tener una influencia significativa en la evaluación de los aspectos positivos y negativos de cierto comportamiento y sus consecuencias esperadas.

Las normas sociales percibidas se refieren a las presiones sociales detectadas para tomar parte o abstenerse de un comportamiento específico. Esto implica las creencias normativas de otras presiones significativas, como la familia y amigos, quienes en el contexto organizacional también incluyen grupos profesionales referentes como colegas cercanos y directores iguales (Johannisson, 1987)<sup>6</sup>. Aunque un cierto comportamiento puede ser percibido como altamente deseable desde un punto de vista personal, la influencia en las intenciones y en el comportamiento real puede moderarse por normas sociales contradictorias.

<sup>5</sup> La relación entre actitudes, intenciones y comportamiento real ha sido explorado y empíricamente comprobado en la literatura socio-psicológica (Fishbein y Ajzen, 1975; Ajzen y Fishbein, 1980; Kim y Hunter, 1993).

<sup>6</sup> Las creencias normativas se refieren a la probabilidad de que individuos importantes o grupos de referencia podrían aprobar o desaprobado cierto comportamiento, y la fuerza de cada creencia normativa está favorecida por la motivación de la persona para acatar al referente en cuestión (Ajzen, 1987).

Por ejemplo, una persona puede estar dispuesta a quitarse un par de zapatos molestos durante una recepción o cena formal, pero hay que abstenerse de hacerlo puesto que entra en conflicto con la convención social<sup>7</sup>. Cuanto más competente es una persona, más probable es que vea el cumplimiento del comportamiento como factible. Ajzen (1985) y Ajzen y Madden (1986), entre otros, han sugerido que llevar a cabo la acción no sólo implica la conveniencia o actitud, sino que también requiere un sentido de control de voluntad, viabilidad, o propia eficacia (Bandura, 1986). La propia eficacia percibida está definida así como una percepción del individuo sobre su aptitud para ejecutar algún comportamiento objetivo, una visión que refleje tanto experiencias pasadas como impedimentos u obstáculos anticipados. Los factores internos que afectan al grado de la propia eficacia percibida incluyen habilidades, aptitudes y conocimiento, que a menudo se construyen en períodos de tiempo más largos. Estos, en un sentido de control, contribuyen sobre el transcurso de hechos futuros y reducen el riesgo percibido asociado a ciertos comportamientos.

Justo cuando la conveniencia personal percibida tiene un homólogo externo en las normas sociales, la propia eficacia percibida se complementa por la percepción del alcance que puede esperarse o realizarse por los recursos locales para cooperar y mantener un comportamiento deseado. Así, aún si la propia eficacia detectada es alta, el lanzamiento de un nuevo negocio puede todavía inhibirse por la impresión de que faltan el soporte y los recursos externos necesarios. Aunque el uso efectivo de redes externas en el proceso emprendedor parece ser hasta cierto punto dependiente de la industria (Butler y Hansen, 1991), se ha mostrado que típicamente el espíritu emprendedor depende del trabajo especializado, equipamiento, y facilidades, al igual que de la financiación de prestamistas privados, bancos o empresas de capital-riesgo (Shapiro, 1975; Aldrich, 1999). Una parte sustancial de la literatura ha propuesto y explorado cómo las variables estructurales y de entorno afectan al nivel de espíritu emprendedor (Bruno y Tyebjee, 1982).

### 3.2. EL PROCESO EMPRESARIAL EN EL ÁMBITO GEOGRÁFICO

Para el típico individuo y futuro emprendedor, el «campo» que es la base para el descubrimiento de nuevas oportunidades de negocio se crea y mantiene a través de la observación y experiencia directa y, por lo tanto, está íntimamente vinculado a su paradero geográfico. Específicamente, los movimientos geográficos de los individuos determinan el nivel de exposición a recursos disponibles y ideas emprendedoras nuevas las cuales en un momen-

<sup>7</sup> Procesos similares se dan en el dominio del espíritu emprendedor. Colectivamente los valores y creencias sostenidas además de la existencia de modelos a imitar tienen un impacto en el riesgo que se asume y en el alcance de la formación de nuevos negocios (Spilling, 1999). También influyen en las impresiones del tipo de profesiones que son respetables o prestigiosas (Porter, 1990).

to determinado del tiempo surgen o han sido ya implantadas en varias localizaciones (Vernon, 1966)<sup>8</sup>.

Los movimientos geográficos y el tiempo empleado en otras localizaciones también determinan el alcance y contenido de la red social de los individuos, lo que en ocasiones puede ser origen de nuevas ideas, aunque en determinados puntos geográficos los recursos que pueden ser usados y recombinados en la formación de nuevos negocios (Aldrich, 1999). Como las naciones y regiones difieren en su especialización tecnológica y económica, el individuo que se mueve en áreas geográficas reducidas típicamente establecerá redes sociales que reflejan las habilidades y recursos idiosincrásicos de la zona. Aunque algunas habilidades y recursos genéricos de la red social desarrollada pueden aplicarse en una amplia gama de negocios, los recursos más especializados y contaminados nacionalmente sólo se pueden usar en ciertas combinaciones y para ciertos propósitos. En el caso de referencia, las conexiones personales con los actores externos no permiten una respuesta exitosa para toda la gama de oportunidades de negocio que pueden identificarse en el conjunto de una oportunidad global.

La movilidad geográfica de los individuos y futuros emprendedores proporciona de este modo un indicador de su capacidad para identificar y responder a ideas de negocios latentes o emergentes en otras localizaciones, e implícitamente de las oportunidades de separarse de las tradiciones locales de negocio y áreas de especialización. Teóricamente, un desarrollo separado dentro de la geografía económica, geografía del tiempo, ha enfatizado y conceptualizado la conexión entre las actividades del individuo y los paraderos y resultados económicos a nivel agregado. Se sugiere que los individuos tienen un «nido», o base a la cual, después de excursiones cortas o largas, vuelven a sus áreas próximas, y que esto limita la extensión o duración de los proyectos en los que un individuo puede participar (Hägerstrand, 1985, 1991). Hägerstrand (1991:147) comentó que:

De este modo, en su vida diaria todos tienen que existir espacialmente en una isla. Claro que, el tamaño real de la isla depende de los medios de transporte disponibles, pero esto no altera el principio... La mayoría de los días, el tamaño efectivo de la isla de un individuo es mucho más pequeño que el tamaño potencial, el cuál es disminuido por su capacidad para moverse.

Mientras que la geografía del tiempo ha producido una evidencia empírica limitada sobre los movimientos generales de los individuos (las excepciones incluyen Lenntorp, 1976; Ellegård y Nordell, 1997), varios estudios empíricos sugieren que la mayoría de los individuos de hecho suelen desplazarse sin un área geográfica muy limitada. Los estudios sobre el uso del tiempo

<sup>8</sup> Vernon (1966) sugirió específicamente que la conciencia de oportunidad del emprendedor es una función de la facilidad de comunicación, la cual a su vez es función de la proximidad geográfica.

sugieren que las personas con empleo emplean una parte sustancial del día bien en su casa o en su lugar de trabajo (por ejemplo, Robinson et al., 1972)<sup>9</sup>. Usando una muestra de trabajadores oficinistas en cuatro sociedades industriales, Törnqvist (1970) encontró que el 11-16% de todo el tiempo de los contactos cara a cara estaban representados por viajes al extranjero (no se incluye el tiempo del viaje). SOU (1979) resumió un estudio de una muestra de individuos de entre 13 y 74 años en el área de Estocolmo, el cual reveló que sobre una base anual sólo el 1.8% de todas las visitas tuvieron lugar fuera del área del Gran Estocolmo. Mientras que excluyendo los viajes a países extranjeros, Krantz (1999) muestra que en Suecia la media de la duración del viaje por persona y día se incrementó sustancialmente desde 1900 en adelante, estabilizándose alrededor de 40 kilómetros entre 1978 y 1996. Una gran parte de este aumento se atribuye al incremento en la propiedad y uso del coche.

Los datos más recientes han mostrado que todavía sólo una proporción pequeña de la población en una economía orientada internacionalmente como Suecia emplea más del 5% del tiempo en entornos extranjeros (Frändberg y Vilhelmson, 2002). Estudiando los viajes al extranjero de los ciudadanos suecos entre 1994-2000, los autores encuentran un rápido crecimiento en el número de viajes al extranjero (los cuales en el 2000 representaron el 14% de todos los viajes de larga distancia), pero también que una proporción dominante (74%) de los viajes extranjeros fue de ocio. La «hipermovilidad», o más de cinco viajes al extranjero por año, existieron en una proporción muy pequeña (3%) de la población y se debió principalmente a viajes de negocios. Este patrón de movimiento sugiere una exposición mejorada pero aún comparativamente limitada a los desarrollos de negocios fuera del área de residencia del individuo, y pocas oportunidades para desarrollar redes sociales que disminuyan las distancias geográficas.

Esto no sugiere que todos los individuos y futuros emprendedores experimenten el mismo nivel de exposición a entornos extranjeros distantes o específicos. Algunas culturas están más orientadas internacionalmente y con mayores vistas hacia el exterior que otras en términos de viajes, comercio, y negocio. Además, los individuos en edad de trabajar son los que más se mueven geográficamente, y la movilidad es más dependiente de factores como el tipo de trabajo y el nivel organizacional (Törnqvist, 1970). Hay también evidencia de que los llamados así transeúntes cualificados, aunque su número absoluto es aún limitado, están llegando a ser crecientemente comunes en el contexto internacional (Findlay, 1995; OCDE, 2002)<sup>10</sup>. Sin embargo, la evi-

<sup>9</sup> Basado en un estudio extenso de doce países en el uso del tiempo, los autores muestran que viajar no está relacionado con trabajar contado en media para menos del tres por ciento del tiempo gastado al día. Los datos no proporcionan información sobre la proporción relativa de los viajes locales y de larga distancia.

<sup>10</sup> Según Findlay (1995), las asignaciones profesionales en localizaciones extranjeras a corto plazo, frecuentemente implican transferencias intraempresa para períodos de uno o varios años, dependiendo de la nacionalidad de la organización matriz y el destino.

dencia indicada por los estudios empíricos existentes sugiere que los movimientos locales son los normales y que la exposición a entornos distantes, particularmente en la población general, continúa reducida comparativamente<sup>11</sup>.

### 3.3. CONSECUENCIAS PARA LA FORMACIÓN DE NUEVOS CLUSTERS

Los párrafos anteriores han sugerido que tanto desde el punto de vista teórico como empírico los movimientos geográficos de los individuos y futuros emprendedores son probablemente influyentes en el reconocimiento de la oportunidad para desarrollos en el entorno local (Figura 3a). Pero los movimientos geográficos limitados que implican típicamente limitaciones en el tiempo pasado en otros lugares, también influyen en la probabilidad de una respuesta activa para el número comparativamente pequeño de oportunidades latentes o emergentes identificadas en lugares geográficamente distantes. El problema es particularmente grave si las oportunidades latentes o emergentes se encuentran en áreas que tienen poca relación con las esferas de actividades tradicionales en el entorno nacional. En algunos aspectos, los movimientos geográficos limitados y el tiempo dedicado en otras localizaciones guardan directamente relación con la conveniencia percibida y la viabilidad percibida de montar nuevos negocios como respuesta a las oportunidades distantes. En otros, el efecto se consigue por la red social que el emprendedor desarrolla y mantiene a lo largo del tiempo (Figura 3b)<sup>12</sup>.

Dado lo que se conoce sobre el espíritu emprendedor y los micro procesos en la formación de nuevos negocios subyacentes, se debería esperar entonces que el desarrollo del cluster es un proceso predominantemente local. Sin embargo, aparentemente los movimientos geográficos limitados de los individuos y futuros emprendedores también sugieren un potencial sin explotar para los recursos asimilados y apalancados y desarrollos en entornos extranjeros, contribuyendo de este modo a la formación de nuevos clusters a nivel nacional. Si la movilidad geográfica de los individuos y futuros emprendedores puede estar influida por diversas medidas políticas, este proceso también puede mejorar el descubrimiento e implantación de tecnologías, productos y servicios que pueden cambiar las trayectorias nacionales establecidas de desarrollo tecnológico y económico. Alguno de estos cambios puede estar

<sup>11</sup> En vista de que la gran proporción de tiempo que la gente empleada gasta en su lugar de trabajo, tal vez no es sorprendente que las ideas emprendedoras a menudo se originen dentro de la organización para la cual el emprendedor está trabajando (Cooper, 1985; Aldrich, 1999; Romaneli y Schoonhoven, 2001). En un estudio de empresas consultoras británicas, Jones-Evans y Kirby (1995) encontraron que la mayoría de las empresas fueron creadas por el trabajo o comunicación con emprendedores anteriores. Sorenson y Audia (2000) presentan evidencia colectiva de que los individuos en la industria de calzado de Estados Unidos trabajaban para una o más compañías de calzado antes de fundar sus propias empresas. En un estudio de emprendedores suecos, Johannisson (1988) encontró que más de la mitad de las empresas establecidas recientemente eran proveedores de sus antiguos empleadores o de los clientes de sus antiguos patrones.

<sup>12</sup> Para una presentación completa del argumento, véase Zander (2004).

asociado con el descubrimiento e implantación de ideas de nuevos negocios que están surgiendo sólo ahora a nivel global, mientras que puede también ocurrir a través de re combinaciones novedosas de recursos internacionalmente dispersos o, con efectos más modestos, por la inyección de nuevos recursos y tecnología en los campos existentes de especialización económica.

#### **4. Políticas para la formación de nuevos clusters**

Los gobiernos tradicionalmente han aplicado una mezcla de políticas directas o indirectas encaminadas a reducir la trayectoria de dependencia nacional de desarrollo tecnológico y económico (Dicken, 1998). Algunas de las medidas empleadas más comúnmente incluyen como objetivo lo que se percibe como industrias particularmente importantes o prometedoras, y varias formas de soporte gubernamental directo o indirecto para nuevas empresas y empresas establecidas en estas industrias. También se han aplicado un conjunto de políticas industriales, de innovación y de mercado de trabajo para estimular la actividad industrial en sectores más o menos pequeños de la economía, y para fomentar la reestructuración industrial. Además, las políticas sobre inversión directa recibida a menudo pretenden atraer ciertos tipos de inversión mientras desalientan otros, particularmente esto puede darse más en naciones en desarrollo. Siguiendo una tendencia general hacia la liberalización de las políticas de inversión directa recibida, los trabajos académicos recientes han enfatizado los efectos beneficiosos de la atracción de corporaciones extranjeras, específicamente en términos de efectos de derrame y dinamismo mejorado de aglomeraciones locales (Dunning, 1993; Birkinshaw, 2000).

En un estudio reciente, Sölvell et al. (2003) han explorado la naturaleza y evolución de las iniciativas de un gran número de clusters dispersos geográficamente. Se encuentra que la mayoría de las iniciativas de los clusters se centran en aquellos existentes de importancia nacional o regional, y también que las iniciativas de clusters fuertes ya en activo son las más exitosas. Como señalaron los autores, «La iniciativa del cluster puede ser puesta en marcha en las primeras fases del ciclo vital del cluster, pero más frecuentemente se añaden como un «turbo cargador» en las últimas etapas.» (pág. 12). Los datos sugieren que las iniciativas de los clusters sólo ocasionalmente, y puede que por buenas razones, reflejan el esfuerzo para crear nuevos clusters que rompan con los esferas nacionales establecidas de actividad tecnológica y de negocios. Consecuentemente, hay información limitada sobre la naturaleza y la tasa de éxito de las iniciativas dirigidas a la formación de nuevos clusters.

De hecho, mientras que los diseñadores de políticas tienen cada vez más acceso a herramientas variadas y sofisticadas para estimular y mejorar los clusters existentes, se dispone de mucha menos información y conocimiento sobre los orígenes y desarrollo temprano de nuevos clusters. En particular, muchos de los factores o determinantes que se han asociado a clusters exitosos no pueden esperarse que estén presentes en las fases iniciales de la formación de nuevos clusters, particularmente cuando las nuevas ideas se des-

vían significativamente de los patrones y trayectorias nacionales establecidas de actividad tecnológica y económica. Feldman (2001:862) señala:

Las condiciones que observamos en clusters definidos nos cuentan cómo funcionan estos sistemas y que las prescripciones políticas que se deducen del estudio de estos entornos pueden no ser apropiadas para las regiones que estén tratando desarrollar un entorno emprendedor empresarial.

Parece que las políticas para la formación de nuevos clusters tienen que transcurrir por otros caminos y quizás más indirectos.

#### 4.1. UNA PERSPECTIVA DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR EMPRESARIAL EN LA FORMACIÓN DE NUEVOS CLUSTERS

A diferencia de las aproximaciones de arriba a abajo que más o menos presiden las políticas tradicionales, la perspectiva del espíritu emprendedor introduce una aproximación menos directiva, más de abajo a arriba, y a largo plazo de la formación de nuevos clusters. La perspectiva del espíritu emprendedor enfatiza la necesidad para los individuos y futuros emprendedores de llegar a estar expuestos a las ideas e influencias extranjeras en el proceso de reconocimiento de la oportunidad, y también para desarrollar redes sociales internacionales que pueden ser activadas en busca de nuevas ideas de negocio que más o menos rompan con prácticas locales establecidas.

Es sabido que la asimilación de las nuevas influencias de los entornos extranjeros y su transformación en ideas de negocio viables ha tenido diversas formas. La observación casual sugiere que ciertas innovaciones muy importantes se difunden muy rápidamente a través de las fronteras nacionales, a menudo llevadas por los individuos con movilidad internacional. Gustavson (1986) proporciona varios ejemplos de empresas suecas las cuales alrededor de finales de la pasada década consiguieron sus primeros grandes éxitos con invenciones «tomadas prestadas» del exterior. Este tipo de difusión internacional y copia de ideas de negocios ha continuado hasta fechas recientes y se puede ejemplificar en la rápida introducción de una variedad de empresas relacionadas con Internet en el contexto sueco (Glimstedt y Zander, 2003). Estos ejemplos además sugieren la existencia de un tipo de ideas emprendedoras que son comparativamente transparentes o flexibles en sus usos de recursos subyacentes, y para las cuales la combinación de recursos y habilidades requeridas en las fases iniciales están generalmente disponibles.

Exploraciones recientes sobre las dinámicas de las empresas rezagadas han descubierto además como la imitación «pura y dura», y la determinación absoluta y los procesos de aprendizaje altamente dirigidos y concentrados pueden proporcionar el adentrarse en nuevas industrias de alto contenido tecnológico y de desarrollo rápido. Por ejemplo, Mathews (2002a) y Mathews y Cho (1999) ilustran cómo las empresas coreanas se han enfrentado y han ejecutado rápidamente el cometido aparentemente imposible de introducirse en la industria mundial de semiconductores. Sin embargo, un problema o

mejor dicho limitación de esta forma de imitación y renovación industrial parece ser su dependencia de las condiciones institucionales de apoyo, y no todas las empresas y naciones serán capaces de preparar los esfuerzos colectivos requeridos para introducirse en industrias prometedoras y en rápido desarrollo.

Otros estudios han mostrado cómo los «astronautas» en comunidades sociales muy cercanas y homogéneas pueden transferir satisfactoriamente ideas e influir en los conocimientos y recursos a través de distancias geográficas. En un detallado informe sobre las interconexiones entre los clusters del Silicon Valley y Hsinchu-Taipei IT, Saxenian y Hsu (2001) demuestran cómo una comunidad de ingenieros taiwaneses educados en Estados Unidos han estimulado la mejora industrial por la transferencia de capital, las habilidades y el conocimiento de Taiwan. Los autores concluyen: «Como los ingenieros viajan entre las dos regiones ellos llevan tanto el conocimiento técnico como los contactos, el capital y la información sobre nuevas oportunidades y nuevos mercados. Además, esta información se mueve casi tan rápidamente entre estas regiones distantes como lo hace entre Hsinchu y Silicon Valley debido a la densidad de las redes sociales y a las identidades compartidas y la confianza dentro de la comunidad.» (pág. 910). De nuevo, mientras que este particular escenario industrial y cultural se ha mostrado altamente efectivo, estas comunidades internacionalmente cultas y fluidas de ingenieros pueden no estar disponibles para todos los países.

La perspectiva del espíritu emprendedor que ha sido resumida en este artículo incorpora un enfoque diferente y quizás más general de la renovación industrial y el cambio de las trayectorias nacionales establecidas de desarrollo tecnológico y económico. El planteamiento se centra en varios medios para aumentar la movilidad geográfica de los individuos y futuros emprendedores, específicamente en términos de ampliar el alcance y extensión de la duración de las visitas a entornos extranjeros<sup>13</sup>. La movilidad geográfica mejorada podría influir tanto en el descubrimiento de los individuos así como de ideas que son nuevas en el contexto nacional, y la formación de redes sociales que pueden dar soporte a la introducción de ideas emprendedoras que hacen uso de un conjunto más amplio de recursos y habilidades que están disponibles en un entorno nacional.

Por ampliación del alcance de los movimientos geográficos, los individuos y futuros emprendedores estarán expuestos a un conjunto mayor y más diverso de oportunidades que están incluidas en el conjunto de la oportunidad mundial. La mayor exposición a desarrollos logrados en localizaciones extranjeras puede llevar al descubrimiento de nuevas tecnologías, productos, y servicios que están surgiendo en un momento dado a nivel mundial. La pronta participación en estos campos todavía emergentes puede producir ventajas al primer promotor en términos de construcción de masa crítica en indus-

<sup>13</sup> El caso podría hacerse también para atraer a los individuos y futuros emprendedores desde entornos extranjeros, pero esta posibilidad no será discutida explícitamente a continuación.

trias individuales y relacionadas y permitiendo a las empresas locales desarrollar una reputación internacional de excelencia y progresión tecnológica.

La mayor exposición a localizaciones en el extranjero también puede conducir a la identificación de recursos específicos, tecnologías y habilidades que pueden ser recombinadas en nuevos productos y servicios. Los desarrollos actuales en la economía mundial proporcionan acceso a un creciente número de recursos variados los cuales, al menos en el caso de ciertos materiales, productos, y alguna propiedad intelectual, están cada vez más disponibles a través del comercio internacional y la contratación a distancia. De hecho, como se ha ilustrado por el crecimiento y expansión internacional de los países atrasados (Mathews, 2002b), el descubrimiento y la acción sobre las oportunidades que ofrece una economía mundial cambiante y cada vez más integrada, han generado nuevos modelos de negocio que en ocasiones han sido usados para burlar y finalmente atacar a poseedores de posiciones afianzadas de industria.

Las ideas emprendedoras y los nuevos modelos de negocio que surgen de la recombinación de los recursos dispersos internacionalmente en ocasiones reflejan el complejo arbitraje a través de las fronteras nacionales, donde los beneficios son sólo parcialmente dependientes de las capacidades específicas de la propia empresa. Esta forma de arbitraje internacional puede llevar posteriormente al desarrollo de combinaciones de recursos, actividades y rutinas específicas de la empresa, concretamente aunque los procesos de aprendizaje intenten inicialmente asimilar y finalmente mejorar el conocimiento. Considerando las complicaciones implícitas en la coordinación de la actividad de negocio y el intercambio de conocimiento a través de distancias geográficas, no es improbable que los emprendedores que parten de las bases del arbitraje internacional intenten después promover el desarrollo de recursos complementarios y habilidades cercanas a su base local. Esto implica efectos de derrame dentro del entorno local industrial, y contribuye a la formación y ampliación de un cluster local mediante la introducción de nuevos proveedores y empresas dedicadas a tecnologías relacionadas.

Quizás es más importante aún el hecho de que en el largo plazo es necesaria una exposición repetida y prolongada a los entornos extranjeros y la frecuencia e interacción cara a cara que sustenta la formación de redes sociales. Una presencia prolongada en localizaciones extranjeras aumenta la confianza y los vínculos emocionales entre las partes interactuando, y desarrolla la capacidad para asimilar e intercambiar conocimiento que puede ser de naturaleza tácita (Ej. Uzzi, 1997; Yli-Renko et al., 2001). A lo largo del tiempo, la interacción social puede resultar en la creación de un lenguaje y códigos especializados de comunicación, los cuales permiten una comunicación particularmente rápida y efectiva en el desarrollo y mejora de nuevos productos. Todos estos aspectos son particularmente importantes para aumentar la conveniencia y viabilidad percibida de inversiones emprendedoras que requieren más de recombinación e integración de recursos internacionalmente dispersos.

#### 4.2. ELEMENTOS DE COMPENSACIÓN Y BENEFICIOS SECUDARIOS

Los micro fundamentos del proceso emprendedor sugieren que tanto el descubrimiento de nuevas oportunidades de negocios como el establecimiento de redes sociales internacionales requieren o viajes al extranjero repetidos o visitas de larga duración a otros países. La exposición repetida o prolongada es necesaria para conseguir un conocimiento de la lógica y necesidades de las nuevas ideas emprendedoras que se presentan en localizaciones distantes, y para evaluar si una oportunidad percibida es efectivamente atractiva y valiosa.

Se puede plantear la hipótesis de que la exposición de los individuos a los entornos extranjeros finalmente incorpora elementos de compensación entre el alcance y la intensidad de la observación, donde las mayores perspectivas se hacen a expensas de una inmersión sobre el «terreno» y el desarrollo de redes sociales densas. Si los futuros emprendedores se encuentran en esta situación de compensación deberían tener implicaciones para el tipo de oportunidades que son probables de ser descubiertas y después seguidas. Sin embargo, esta compensación y las implicaciones para la actividad empresarial que rebasa las distancias geográficas es un campo en gran medida sin explorar, y se necesita más investigación para documentar el impacto potencial sobre la toma de decisiones y el comportamiento a nivel individual.

Como nota final, la oportunidad y mayor duración de los movimientos internacionales de los individuos tendrán beneficios adicionales y secundarios por la aceleración de la explotación internacional de la nueva idea de negocio adoptada (Madsen y Sevais, 1997; McDougall et al., 2003). La exposición internacional establece y fortalece la visión internacional del futuro emprendedor, y subraya la necesidad de alcanzar economías de escala a través de la explotación a escala internacional o global. Los contactos internacionales establecidos pueden también proporcionar puntos iniciales de entrada en mercados extranjeros, que posteriormente pueden extenderse a operaciones más sofisticadas y maduras (Ellis, 2000; Johanson y Vahlne, 2003). Estos efectos no influyen necesariamente en el proceso emprendedor subyacente de formación de nuevas empresas y renovación industrial, pero son importantes para fortalecer la competitividad y mejorar las oportunidades de supervivencia de las empresas en nuevos clusters inmaduros.

#### 4.3. ALGUNAS PRECAUCIONES A TENER EN CUENTA

Aunque en la discusión anterior se ha sugerido cómo el aumento de la movilidad geográfica de los individuos y futuros emprendedores puede contribuir a la renovación de los clusters a nivel nacional, se debe enfatizar que las expectativas en relación a los efectos globales y de corto plazo pueden tener un alcance moderado. Con algunas variaciones a través de los países, existen limitaciones a las posibilidades de que los individuos puedan y quieran llegar a tener más movilidad en el espacio geográfico. Además, en todo caso, hay muy poca evidencia empírica sobre el nivel óptimo de exposición a entornos extranjeros y sobre el

tamaño del efecto en el renacimiento tecnológico y económico a nivel nacional. Otras cuestiones que requieren más investigaciones exhaustivas incluyen qué categorías de individuos están probablemente más influenciados por la exposición internacional y finalmente convertir su experiencia en una acción práctica y formación de un nuevo negocio<sup>14</sup>. También se debe resaltar que el movimiento geográfico en un ámbito extenso y, en particular, una duración amplia de las visitas en localizaciones extranjeras, introduce la posibilidad de que los emprendedores individuales decidan relocalizarse como respuesta a nuevas oportunidades de negocios. En otras palabras, dado el descubrimiento de nuevas oportunidades en entornos extranjeros, las operaciones de sus empresas recién creadas pueden no permanecer necesariamente localizadas en el país de origen, lejos de recursos significativos e idiosincrásicos, clientes empresas proveedoras o relacionadas. Cuando los empresarios deciden relocalizar en ambientes extranjeros, no contribuyen necesariamente a la formación de un nuevo cluster en sus país de origen, sino que contribuyen al dinamismo de las aglomeraciones y clusters extranjeros (Zander, 2002). Esta pérdida potencial de talento emprendedor es un riesgo obvio y desde una perspectiva política quizás un efecto secundario no deseado de fomentar la movilidad geográfica del individuo.

En conjunto, sin embargo, la vieja máxima, también en el contexto de este artículo, es que uno da tanto como recibe. En todo caso, lo más probable es que esto podría demostrar en vano el ir en contra de la tendencia actual hacia la integración global y los esfuerzos en curso para facilitar el movimiento internacional y el intercambio del capital humano. Posiblemente, los miedos a perder el talento emprendedor pueden también sobreestimar la propensión de los individuos a dejar sus entornos de origen, y también pueden hacer caso omiso a la posibilidad de que los emprendedores que se localizan fuera pueden volver en algún momento y poner así sus habilidades y redes sociales recién adquiridas a funcionar en su país de origen.

## 5. Resumen y conclusiones

La tesis global de una perspectiva del espíritu emprendedor acerca de la formación de nuevos clusters es que las ideas de nuevo negocio sobrepasan las distancias geográficas sólo si son captadas y adoptadas por los individuos. Por lo tanto, el estudio de la formación de nuevos clusters necesita partir de

<sup>14</sup> Por ejemplo, el intercambio internacional de estudiantes puede diferir de otros medios de fomentar la movilidad geográfica de los individuos. Mientras que es más probable que los directores de negocios en empresas multinacionales consolidadas viajen mucho internacionalmente, pueden no ser la categoría más propensa a crear nuevas empresas (Sexton y Bowman, 1985). Específicamente, se ha encontrado que los directores corporativos están envueltos en una búsqueda, bastante restringida, centrada en nuevas oportunidades (Kaish y Gilad, 1991; Stewart et al., 1998), y en la formación de nuevas empresas que pueden hacer frente particularmente a elevados costes de oportunidad por sus inversiones a largo plazo en habilidades y carreras profesionales específicas de una compañía.

una comprensión detallada y exhaustiva del emprendedor y del proceso subyacente del descubrimiento y explotación de nuevas ideas de negocio. El escenario internacional supone un conjunto de oportunidades únicas y con restricciones que influye en la naturaleza y el despliegue del proceso emprendedor. El agregado de recursos 'difíciles' contenidos localmente y de conocimiento proporciona una oportunidad global que puede ser de valor único para aquellos individuos que puedan identificarla y seguirla. Al mismo tiempo, la naturaleza humana y las distancias geográficas imponen constantemente, pero hasta cierto punto, restricciones salvables en el descubrimiento y explotación de las oportunidades inherentes al conjunto de oportunidad global.

Estas oportunidades y restricciones forman las piedras angulares para tratar y analizar el efecto de la movilidad geográfica de los individuos en la introducción de nuevas ideas de negocio que rompan con las trayectorias nacionales de desarrollo tecnológico y económico establecidas. Se ha sugerido que el conocimiento existente sobre el proceso emprendedor y la movilidad geográfica de los individuos proporciona evidencia en contra de la probabilidad de que ocurran cambios sustanciales y rápidos de las trayectorias nacionales de actividad tecnológica y económica. Al mismo tiempo la perspectiva del espíritu emprendedor ofrece algunas nuevas aproximaciones políticas, y quizás poco enfatizadas, que pueden afectar a la formación de nuevos clusters y al crecimiento a largo plazo a nivel nacional. Sin duda, estas ideas no son nuevas, los individuos previsores han enfatizado hace mucho tiempo la importancia de la movilidad geográfica de los individuos para el intercambio de conocimiento y fortalecer vínculos a través de las naciones<sup>15</sup>. Sin embargo, la conceptualización del proceso emprendedor proporciona un punto de partida teórico que puede servir como un mecanismo central para próximas discusiones y una variedad de esfuerzos políticos.

En lo esencial, y más en línea con los comentarios de Hägerstrand (1991), un examen muy detallado de los movimientos geográficos de los individuos podría proporcionar una comprensión importante de la capacidad de reconocer oportunidades que están latentes en el conjunto de la oportunidad global, con más implicaciones para la formación de nuevos clusters a nivel nacional. Aunque plausible teóricamente, queda una proposición sin probar: la mayor exposición a entornos extranjeros, tanto en términos de mayor alcance como de más amplias las visitas, promueve la introducción de ideas de negocio que cambian las trayectorias nacionales de desarrollo tecnológico y económico establecidas. Esto constituye un potencial sustancial y en gran medida sin explotar para futuros trabajos teóricos y empíricos.

También se debería señalar que las iniciativas emprendedoras que responden a oportunidades en los entornos internacionales pueden no llevar necesariamente a establecimientos exitosos de nuevos clusters. Aunque la investiga-

<sup>15</sup> De forma similar, las oportunidades innovadoras disponibles para las empresas multinacionales dispersas internacionalmente se han enfatizado por ejemplo por Hedlund (1986) y Bartlett y Ghoshal (1989).

ción sobre el crecimiento de los clusters y los procesos que dan como resultado una masa crítica de emprendedores en ciertas localizaciones, está aún en su más tierna infancia (Feldman, 2001; Schoonhoven y Romanelli, 2001), la evidencia disponible sugiere la importancia continuada de la ciencia complementaria y las políticas industriales que pueden incluir cambios regulatorios y legislativos. Por lo tanto, es probable que las políticas destinadas a la renovación industrial y a la formación de nuevos clusters necesitarán hacer uso de una constelación de medidas nuevas y tradicionales. Como ocurre en tantas ocasiones, la exploración de nuevos campos de investigación genera un número de cuestiones que necesitan más y más exhaustiva investigación. En consecuencia, la perspectiva del espíritu emprendedor y la comprensión conceptual del proceso empresarial puede proporcionar inspiración y un nuevo punto de partida para el fomento de formación de nuevos clusters y la mejora a largo plazo de la economía nacional.

## Referencias bibliográficas

- AJZEN, I. (1985), «From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior», en J. Kuhl y J. Beckmann (eds.), *Action Control – From Cognition to Behavior*, Berlín, Springer-Verlag.
- (1987), «Attitudes, Traits, and Actions: Dispositional Prediction of Behavior in Personality and Social Psychology», *Advances in Experimental Social Psychology*, 20: 1-63.
- AJZEN, I. y FISHBEIN, M. (1980), *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- AJZEN, I. y MADDEN, T. J. (1986), «Prediction of Goal-Directed Behavior: Attitudes, Intentions, and Perceived Behavioral Control», *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, 453-474.
- ALDRICH, H. E. (1999), *Organizations Evolving*, Londres, Sage Publications.
- ALDRICH, H. E. y WHETTEN, D. (1981), «Making the Most of Simplicity: Organization Sets, Action Sets, and Networks», en P. Nystrom y W. H. Starbuck (eds.), *Handbook of Organizational Design*, Nueva York, Oxford University Press.
- ALMEIDA, P. y KOGUT, B. (1999), «Localization of Knowledge and the Mobility of Engineers in Regional Networks», *Management Science*, 45 (7), 905-917.
- ÁLVAREZ, I y MOLERO, J. (2003), «Technology and the Generation of International Knowledge Spillovers: An application to Spanish Manufacturing Firms», Mimeo, Universidad Complutense de Madrid.
- ARCHIBUGI, D. y PIANTA, M. (1992), «Specialization and Size of Technological Activities in Industrial Countries: The Analysis of Patent Data», *Research Policy*, 21, 1, 79-93.
- BANDURA, A. (1986) *The Social Foundations of Thought and Action*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- BARTLETT, C. A. y GHOSHAL, S. (1989), *Managing Across Borders: The Transnational Solution*, Boston, MA: Harvard Business School Press.
- BIRD, B. (1988), «Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention», *Academy of Management Review*, 13, 3, 442-453.
- BIRKINSHAW, J. (1997), «Entrepreneurship in Multinational Corporations: The Characteristics of Subsidiary Initiatives», *Strategic Management Journal*, 18 (3), 207-229.
- (2000), «Upgrading of Industry Clusters and Foreign Investment», *International Studies of Management & Organization*, 30 (2), 93-113.

- BIRLEY, S. (1985), «The Role of Networks in the Entrepreneurial Process», *Journal of Business Venturing*, 1, 107-117.
- BRUNO, A. V. y TYEBJEE, T. T. (1982), «The Environment for Entrepreneurship», en C. Kent, D. Sexton y K. Vesper (eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- BURT, R. S. (1992), *Structural Holes*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- BUTLER, J. E. y HANSEN, G. S. (1991), «Network Evolution, Entrepreneurial Success, and Regional Development», *Entrepreneurship & Regional Development*, 3, 1-16.
- CANTWELL, J. (1989), *Technological Innovation and Multinational Corporations*, Oxford, Basil Blackwell.
- (1991), «The International Agglomeration of R&D», en M. Casson (ed.), *Global Research Strategy and International Competitiveness*, Oxford, Basil Blackwell.
- CANTWELL, J. y IAMMARINO, S. (2001), «EU Regions and Multinational Corporations: Change, Stability and Strengthening of Technological Comparative Advantages», *Industrial and Corporate Change*, 10, 4, 1007-1037.
- COOPER, A. C. (1985), «The Role of Incubator Organizations in the Founding of Growth-Oriented Firms», *Journal of Business Venturing*, 1, 75-86.
- DE VET, J. M. y SCOTT, A. J. (1992), «The Southern Californian Medical Device Industry: Innovation, New Firm Formation, and Location», *Research Policy*, 21, 145-161.
- DICKEN, P. (1998), *Global Shift – Transforming the World Economy*, Londres, Paul Chapman Publishing Ltd.
- DORFMAN, N. S. (1983), «Route 128: The Development of a Regional High Technology Economy», *Research Policy*, 12, 299-316.
- DUNNING, J. H. (1993), *Multinational Enterprises and the Global Economy*, Wokingham, Addison-Wesley Publishing Company.
- ELLEGÅRD, K. y NORDELL, K. (1997), *Att byta vanmakt mot egenmakt*, Estocolmo, Johansson y Skyttmo förlag.
- FELDMAN, M. P. (2001), «The Entrepreneurial Event Revisited: Firm Formation in a Regional Context», *Industrial and Corporate Change*, 10, 4, 861-891.
- FINDLAY, A. M. (1995), «Skilled Transients: The Invisible Phenomenon?», en R. Cohen (ed.), *The Cambridge Survey of World Migration*, Cambridge University Press.
- FISHBEIN, M. y AJZEN, I. (1975), *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Reading, MA: Addison-Wesley Publishing Company.
- FRÄNDBERG, L. y VILHELMSON, B. (2002), «Rörlighetens internationalisering – Den svenska befolkningens utlandsresande 1994-2000», *Occasional Papers*, 2002, 2. Department of Human and Economic Geography, Gothenburg University.
- GAGLIO, C. M. (1997), «Opportunity Identification: Review, Critique and Suggested Research Directions», en J. A. Katz (ed.), *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*, vol. 3, JAI Press Inc.
- GARTNER, W. B. (1988), «Who is an Entrepreneur? is the Wrong Question», *American Journal of Small Business*, 12, 1, 11-32.
- GLIMSTEDT, H. y ZANDER, U. (2003), «Sweden's Wireless Wonders: Defining the Swedish Internet Economy», en B. Kogut (ed.), *The Global Internet Economy*, MIT University Press.
- GUSTAVSON, C. G. (1986), *The Small Giant – Sweden Enters the Industrial Era*, Ohio University Press.
- HÄGERSTRAND, T. (1985), «Time-geography: Focus on the Corporeality of Man, Society, and Environment», *The Science and Praxis of Complexity*, The United Nations University.
- HÄGERSTRAND, T. (1991), «What About People in Regional Science?», en T. Hägerstrand, G. Carlestam y B. Sollbe (eds.), *Om tidens vidd och tingens ordning: Texter av Torsten Hägerstrand*, Byggeforskningsrådet.

- HAYEK, F. A. (1948), *Individualism and Economic Order*, The University of Chicago Press.
- HEDLUND, G. (1986), «The Hypermodern MNC - A Heterarchy?», *Human Resource Management*, 25, 1, 9-35.
- HÖGLUND, L. y PERSSON, O. (1987), «Communication within a National R&D System – A Study of Iron and Steel in Sweden», *Research Policy*, 16, 29-37.
- JOHANNISSON, B. (1987), «Anarchists and Organizers: Entrepreneurs in a Network Perspective», *International Studies of Management and Organization*, 17, 1, 49-63.
- (1988), «Personal Networks in Emerging Knowledge-Based Firms: Spatial and Functional Patterns», *Entrepreneurship & Regional Development*, 10, 297-312.
- JOHANSON, J y VAHLNE, J. E. (2003), «Business Relationship Learning and Commitment in the Internationalisation Process», *Journal of International Entrepreneurship*, 4.
- JONES-EVANS, D. y KIRBY, D. A. (1995), «Small Technical Consultancies and Their Client Customers: An Analysis in North East England», *Entrepreneurship and Regional Development*, 7, 21-40.
- KAISH, S. y GILAD, B. (1991), «Characteristics of Opportunities Search of Entrepreneurs versus Executives: Sources, Interests, General Alertness», *Journal of Business Venturing*, 5, 45-61.
- KIM, M.-S. y HUNTER, J. E. (1993), «Relationships Among Attitudes, Behavioral Intentions, and Behavior – A Meta-Analysis of Past Research, Part 2», *Communication Research*, 20 (3), 331-364.
- KIRZNER, I. M. (1979), *Perception, Opportunity, and Profit - Studies in the Theory of Entrepreneurship*, Chicago y Londres, The University of Chicago Press.
- (1985), *Discovery and the Capitalist Process*, Chicago y Londres, The University of Chicago Press.
- KOGUT, B. (1991), «Country Capabilities and the Permeability of Borders», *Strategic Management Journal*, 12, 33-47.
- KRANTZ, L.-G. (1999), «Rörlighetens mångfald och förändring – Befolkningens dagliga resande i Sverige 1978 och 1996. Meddelanden från Göteborgs Universitets geografiska institutioner, Serie B, nr. 95», Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet.
- KRUEGER, N. F. Jr. (2000), «The Cognitive Infrastructure of Opportunity Emergence», *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24, 3, 5-23.
- KRUEGER, N. F. y BRAZEAL, D. V. (1994), «Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs» *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, 3, 91-104.
- LENNTORP, B. (1976), *Paths in Space-Time Environments: A Time-Geographic Study of Movement Possibilities of Individuals*, Lund Studies in Geography, Ser. B. Human Geography No. 44, The Royal University of Lund, Department of Geography, CWK Gleerup.
- LUNDEVALL, B.-Å. y MASKELL, P. (2000), «Nation States and Economic Development: From National Systems of Production to National Systems of Knowledge Creation and Learning», en G. L. Clark, M. P. Feldman, y M. S. Gertler (eds.), *The Oxford Handbook of Economic Geography*, Oxford University Press.
- MALSEN, T. K. y SERVAIS, P. (1997), «The internationalization of Born Globals: An evolutionary process», *International Business Review*, 6.6.
- MALMBERG, A.; SÖLVELL, Ö. y ZANDER, I. (1996), «Spatial Clustering, Local Accumulation of Knowledge and Firm Competitiveness», *Geografiska Annaler*, 78 (B), 85-97.
- MASKELL, P. (2001), «Towards a Knowledge-Based Theory of the Geographical Cluster», *Industrial and Corporate Change*, 10, 4, 921-943.
- MASKELL, P. y MALMBERG, A. (1999), «Localised Learning and Industrial Competitiveness», *Cambridge Journal of Economics*, 23, 167-185.
- MATHEWS, J. A. (2002a), «Competitive Advantages of the Latecomer Firm: A Resource-Based Account of Industrial Catch-up Strategies», *Asia Pacific Journal of Management*, 19, 467-488.

- MATHEWS, J. A. (2002b), *Dragon Multinational: A New Model for Global Growth*, Oxford University Press.
- MATHEWS, J. A. y CHO, D.-S. (1999), «Combinative Capabilities and Organizational Learning in Latecomer Firms: The Case of the Korean Semiconductor Industry», *Journal of World Business*, 34, 2, 139-156.
- MUELLER, E. y MORGAN, J. N. (1962), «Location Decisions of Manufacturers», *The American Economic Review*, 52, 2, 204-217.
- OECD (1999), *Boosting Innovation: The Cluster Approach*, OECD Proceedings, París, OECD.
- (2002), *International Mobility of the Highly Skilled*, Proceedings, París, OECD.
- PAVITT, K. (1988), «International Patterns of Technological Accumulation», en N. Hood y J.-E. Vahlne (eds.), *Strategies in Global Competition*, Londres, Croom Helm.
- PORTER, M. E. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, The Free Press (2<sup>nd</sup> edition 1998, MacMillan Business).
- ROBINSON, J. P.; CONVERSE, P. E. y SZALAI, A. (1972), «Everyday Life in Twelve Countries», en A. Szalai (ed.), *The Use of Time – Daily Activities of Urban and Suburban Populations in Twelve Countries*, The Hague, Mouton.
- ROMANELLI, E. y SCHOONHOVEN, C. B. (2001), «The Local Origins of New Firms», en C.B. Schoonhoven y E. Romanelli (eds.), *The Entrepreneurship Dynamic – Origins of Entrepreneurship and the Evolution of Industries*, Stanford, CA: Stanford University Press.
- RUSSO, M. (1985), «Technical Change and the Industrial District: The Role of Inter-firm Relations in the Growth and Transformation of Ceramic Tile Production in Italy», *Research Policy*, 14, 329-343.
- SAXENIAN, A. (1991), «The Origin and Dynamics of Production Networks in Silicon Valley», *Research Policy*, 20, 423-437.
- (1994), *Regional Advantage: Culture and competition in Silicon Valley and Route 128*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- SAXENIAN, A. y HSU, J.-Y. (2001), «The Silicon Valley-Hsinchu Connection: Technical Communities and Industrial Upgrading», *Industrial and Corporate Change*, 10, 4, 893-920.
- SCHOONHOVEN, C. B. y ROMANELLI, E. (eds.) (2001), *The Entrepreneurship Dynamic – Origins of Entrepreneurship and the Evolution of Industries*, Stanford, CA: Stanford University Press.
- SCOTT, A. J. (1995), «The Geographic Foundations of Industrial Performance», *Competition and Change*, 1, 51-66.
- SEXTON, D. L. y BOWMAN, N. (1985), «The Entrepreneur: A Capable Executive and More», *Journal of Business Venturing*, 1, 129-140.
- SHACKLE, G. L. S. (1979), *Imagination and the Nature of Choice*, Edinburgh University Press.
- SHANE, S. y VENKATARAMAN, S. (2000), «The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research», *Academy of Management Review*, 25, 1, 217-226.
- SHAPERO, A. (1975), «The Displaced, Uncomfortable Entrepreneur», *Psychology Today*, noviembre, 83-133.
- SHAPERO, A. y SOKOL, L. (1982), «The Social Dimensions of Entrepreneurship», en C. A. Kent, D. L. Sexton y K. H. Vesper (eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall.
- SÖLVELL, Ö. y ZANDER, I. (1998), «International Difusion of Knowledge: Isolating mechanisms and the Role of the MNE», en A. D. Chandler, P. Hagström y Ö. Solvell (eds.), *The Dynamic of the Firm. The Role of Technology, Strategy, Organization and Regions*, Oxford University Press.

- SÖLVELL, Ö.; ZANDER, I. y PORTER, M. E. (1991), *Advantage Sweden*, Estocolmo, Norstedts.
- SÖLVELL, Ö.; LINDQVIST, G. y KETELS, C. (2003), *The Cluster Initiative Greenbook*, Estocolmo, Ivory Tower AB.
- SORENSEN, O. y AUDIA, P. G. (2000), «The Social Structure of Entrepreneurial Activity: Geographic Concentration of Footwear Production in the United States, 1940-1989», *American Journal of Sociology*, 106, 2, 424-462.
- SOU (1974:2), *Ortsbundna levnadsvillkor*, Estocolmo.
- SPILLING, O. R. (1991), «Entrepreneurship in a Cultural Perspective», *Entrepreneurship & Regional Development*, 3, 33-48.
- STEWART, W. H. Jr.; WATSON, W. E.; CARLAND, J. C. y CARLAND, J. W. (1998), «A Propensity for Entrepreneurship: A Comparison of Entrepreneurs, Small Business Owners, and Corporate Managers», *Journal of Business Venturing*, 14, 189-214.
- STORPER, M. (2000), «Globalization, Localization, and Trade», en G. L. Clark, M. P. Feldman, y M. S. Gertler (eds.), *The Oxford Handbook of Economic Geography*, Oxford University Press.
- TIMMONS, J. A. (1994), *New Venture Creation – Entrepreneurship for the 21<sup>st</sup> Century* (4<sup>th</sup> Edition), Irwin.
- TÖRNQVIST, G. (1970), «Personkontakter och lokalisering – En kartläggning av kontaktmönster och regionala utvecklingstendenser inom svenskt näringsliv», en *SOU 1970:14*, Estocolmo.
- UZZI, B. (1997), «Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness», *Administrative Science Quarterly*, 42, 35-67.
- VERNON, R. (1966), «International Investment and International Trade in the Product Cycle», *The Quarterly Journal of Economics*, 80, 2, 190-207.
- YLI-RENKO, H.; AUTIO, E. y SAPIENZA, H. J. (2001), «Social Capital, Knowledge Acquisition, and Knowledge Exploitation in Young Technology-Based Firms», *Strategic Management Journal*, 22, 587-613.
- ZANDER, I. (2001), «Why Does the Firm Come into Existence? Towards an Entrepreneurial Perspective on the Nature of the Firm», Paper presented at the Academy of Management Meeting, Washington, DC, August 3-8.
- (2004), «The Micro-Foundations of Cluster Stickiness – Walking In the Shoes of the Entrepreneur», *Journal of International Management*, 10 (2) (forthcoming).
- ZANDER, U. (2002), «When Muhammed Goes to the Mountain: Globalization, Cathedrals of Modernity, and a New World Order», en V. Havila, M. Forsgren y H. Håkansson (eds.), *Critical Perspectives on Internationalisation*, Pergamon.

FIGURA 1.—*Los micro procesos del emprendedor y la formación de nuevos negocios*

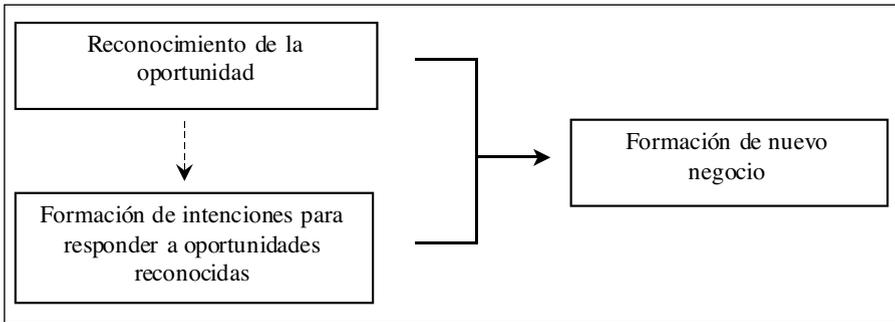


FIGURA 2.—*Un modelo de formación de nuevo negocio basado en intenciones (adaptado de Krueger, 2000)*

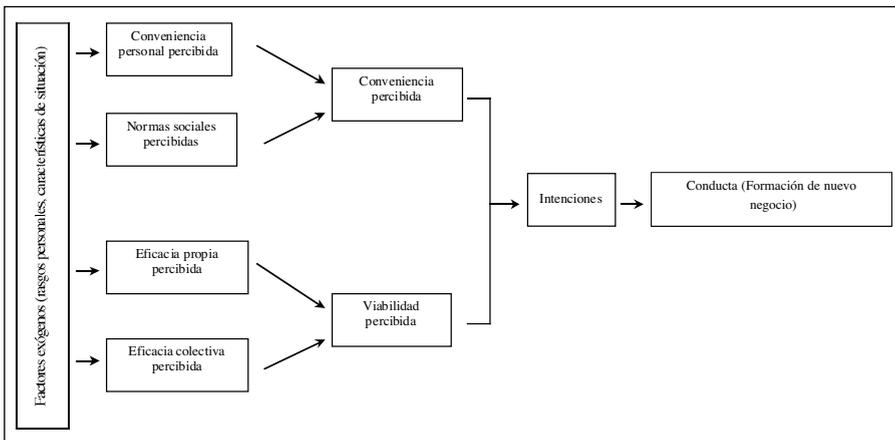


FIGURA 3a.—*Movimientos geográficos limitados y el descubrimiento de oportunidades en lugares extranjeros*

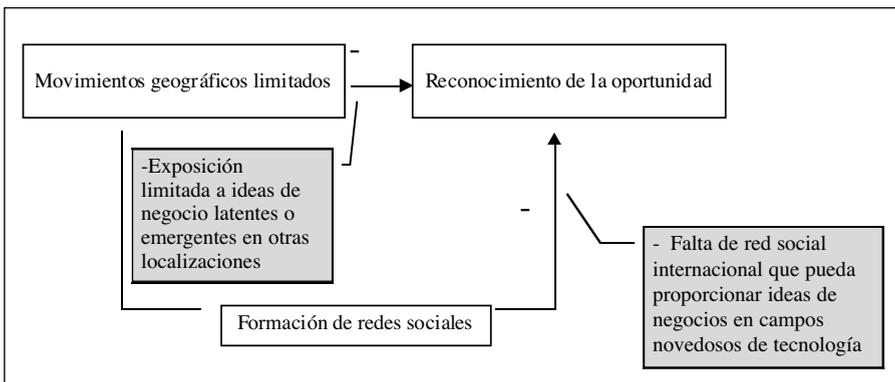


FIGURA 3b.—*Movimientos geográficos limitados e intenciones de responder a ideas latentes o emergentes en localizaciones extranjeras*

