
Un análisis de la heterogeneidad empresarial en la Unión Europea. Implicaciones para la política europea de fomento empresarial

En este trabajo, en primer lugar, se plantea una panorámica de la evolución reciente y de la situación actual de la política europea de promoción del espíritu empresarial y de fomento de la pyme. A continuación, aplicando técnicas de análisis cluster a un conjunto de variables proxy, se identifican grupos homogéneos de países de la UE en función de su dinamismo emprendedor y de las características de su tejido empresarial. Finalmente, se reflexiona sobre las implicaciones que tiene la coexistencia de diversos modelos empresariales en la UE sobre el planteamiento de la política europea de fomento empresarial.

Lan honetan, lehenbizikoz, ETEaren enpresa eta sustapen espiritua bultzatzea helburu duen Europako politikaren oraintsuko bilakaeraren eta oraingo egoeraren ikuspegi bat azaltzen da. Ondoren, proxy aldagaien multzo bati kluster analisiaren teknikak aplikatuz, EBko herrialdeen talde homogeenak identifikatzen dira beraien dinamismo ekintzailearen eta beraien enpresa-egituraren ezaugarrien arabera. Azkenik, enpresak sustatzeko Europako politikaren azalpenari dagokionez EBan enpresa eredu ezberdinak batera egoteak dituen ondorioei buruz hausnarketa bat egiten da.

In this article, firstly, we review panoramically the recent evolution and the current situation of the European policy to promote entrepreneurship and support SMEs. Then, applying cluster analysis techniques to a group of proxy variables, several homogeneous groups of countries are identified regarding their enterprising dynamism and the characteristics of their enterprise system. Finally, we consider the implications that the coexistence of several entrepreneurial models in EU has for the design of the European entrepreneurship policy.

ÍNDICE

1. Introducción
2. La política europea de fomento empresarial (1996-2005)
3. La heterogeneidad empresarial de Europa. Modelos empresariales en la Unión Europea.
4. Conclusión. Implicaciones respecto al diseño de la política europea de fomento empresarial

Referencias bibliográficas

Palabras clave: política de fomento empresarial, emprendedores, pymes

Keywords: entrepreneurship policy, entrepreneurs, SMEs

N.º de clasificación JEL: L53, M13.

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años se viene constatando la importancia del dinamismo emprendedor como factor condicionante del crecimiento económico y la creación de empleo (Audretsch, 2002 y 2003; Audretsch y Thurik, 2002; Carree y Thurik, 2003; Reynolds *et al.*, 2002 y 2003; van Stel *et al.*, 2005). A este respecto, diversos indicadores coinciden en apuntar a la existencia de eficiencias significativas en el espíritu emprendedor en las economías de la Unión Europea (UE), (Romero y Fernández, 2005; Martí y García, 2006). Concretamente, en el marco del *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM)¹ se ha introducido como indicador del

dinamismo emprendedor el índice TEA («total entrepreneurial activity»), o índice de actividad emprendedora total. Este indicador se define como el número de empresarios nacientes que a lo largo del último año han desarrollado alguna actuación tendente a poner en marcha un nuevo negocio; junto a los propietarios y gerentes de empresas en funcionamiento con menos de 42 meses de actividad, expresado todo ello como porcentaje de la población en edad de trabajar (entre 18 y 64 años) (Autio, 2006). En este sentido, en 2005 la UE presentó un índice de actividad emprendedora total del 5,2%, por debajo de EE.UU. con un índice del 11,4%, y del resto de países de alto nivel de renta que aparecen en el informe del GEM, con la única excepción de Japón (2,2%) (de la Vega *et al.*, 2006).

* Una versión inicial de este trabajo fue presentada en la VIII Reunión de Economía Mundial organizada por la Universidad de Alicante y la Sociedad de Economía Mundial (20-22 de abril de 2006. Alicante).

Los autores agradecen las valiosas aportaciones efectuadas por los evaluadores anónimos en el proceso de revisión del artículo.

¹ GEM es un proyecto de investigación internacional iniciado en 1999 con el objetivo de describir y analizar

los procesos de creación de empresas sobre una muestra amplia de países –42 en el informe de 2006–. Para una presentación general de la metodología y el diseño de este proyecto véase Reynolds *et al.* (2005).

Esta deficiencia en el dinamismo emprendedor en Europa, junto a las altas tasas de desempleo que han caracterizado a las economías europeas en comparación con otros países desarrollados a lo largo de las últimas dos décadas, han impulsado a la UE a desarrollar un programa de acción enfocado a la promoción del espíritu empresarial y al fomento de la pyme². En especial, en los últimos años, se han multiplicado las actuaciones en esta dirección en función del exigente y estimulante reto definido en el Consejo Europeo de Lisboa de 2000 de convertir a la Unión «en la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos» (Consejo Europeo, 2000a).

No obstante, al efectuar el diseño de la política de fomento empresarial se debe tener en cuenta que el impacto del dinamismo emprendedor sobre el crecimiento y el desarrollo económico presenta una naturaleza compleja. Ciertamente, la relación entre la actividad emprendedora y el PIB per cápita parece ajustarse a una curva en U, de modo que altos niveles de dinamismo emprendedor son característicos tanto de economías de alto nivel de renta como de bajo nivel de ingreso (Acs *et al.*, 2005). Este comportamiento se explica por la ausencia en las economías de bajo ingreso de un número significativo de grandes empresas que ocupen a un volumen importante de población activa, mientras que, sin embargo, sí abundan los autoempleados y los propietarios de pequeños negocios y explotaciones agrarias orientados a la subsistencia. Conforme se avanza en el desarrollo económico, el tamaño empresarial medio

se eleva, van apareciendo grandes empresas que actúan como empleadores y, por todo ello, se reduce la necesidad de recurrir a la actividad empresarial como medio de vida. No obstante, a partir de un cierto nivel de ingreso, la mejora de las condiciones económicas, de las infraestructuras de todo tipo y del funcionamiento institucional reduce los obstáculos y los riesgos asociados a las iniciativas empresariales, estimulando la aparición de emprendedores impulsados por la percepción en el mercado de oportunidades de negocio que no han sido explotadas.

Igualmente, van Stel *et al.* (2005) han puesto de manifiesto que el impacto del dinamismo emprendedor sobre el crecimiento económico no tiene un carácter lineal. De este modo, la actividad emprendedora se correlacionaría positivamente con el crecimiento del PIB en los países de alto nivel de ingreso, pero negativamente en los países pobres. En esta misma dirección, Stam *et al.* (2006) señalan que la presencia de emprendedores con ambición por el crecimiento es un determinante más importante de las tasas de crecimiento económico nacionales que la tasa de actividad emprendedora total.

Asimismo, pese a que los estudios empíricos disponibles a escala internacional permiten mantener con cautela la hipótesis de que las pymes estimulan el crecimiento económico (Audretsch y Thurik, 2002; Beck, Demirgüç-Kunt y Levine, 2003), el papel de las pymes no parece ser el mismo en todo tipo de economías. En este sentido, Carree y Thurik (1999) muestran que la importancia relativa de las pymes en actividades industriales tiene un efecto positivo sobre el crecimiento en los países de renta más alta dentro de la UE, pero no en países europeos de menor renta, como España y Portugal.

² Un análisis más profundo de las justificaciones teóricas y empíricas de las políticas de fomento empresarial en la UE puede encontrarse en Romero y Fernández (2005).

En conjunto, estos resultados indican que el dinamismo emprendedor tiene características y resultados distintos, e incluso opuestos, en países con distintos niveles de desarrollo y con estructuras socioeconómicas diferentes. En consecuencia, si se quiere impulsar el dinamismo emprendedor como motor de crecimiento y desarrollo, resulta necesario profundizar previamente en el análisis cualitativo en torno al tipo de emprendedores y de pymes existentes en cada economía, considerando no sólo su «cantidad», sino también su «calidad» (Guzmán *et al.*, 2000; Guzmán y Santos, 2001; Romero y Santos, 2006 y 2007).

Estas consideraciones son directamente aplicables en el ámbito de la UE, dentro de la cual se aprecian diferencias significativas en las culturas y estructuras empresariales de los Estados miembros, que además se han acentuado tras las nuevas incorporaciones a la Unión. A este respecto, los datos del GEM para 2005 revelan diferencias importantes en el dinamismo emprendedor en los países de la UE, presentándose como casos extremos Hungría y Bélgica, con índices TEA del 1,9% y 3,9% respectivamente –los más bajos de la UE–, frente a tasas del 9,8% y 6,5% en Irlanda y Grecia –las más elevadas de la UE– (de la Vega *et al.*, 2006). Asimismo, el peso en el conjunto del tejido empresarial y las características de las pymes (dinamismo exportador e innovador, tamaño medio, etc.) en los distintos países de la UE son muy dispares. En el presente trabajo se defiende la tesis de que esta realidad plural debe ser tenida en consideración en el diseño de la política comunitaria de fomento empresarial a fin de elevar su eficacia y eficiencia, adaptándola a las características peculiares de la cultura y la estructura empresarial en las distintas regiones europeas.

Con este propósito, se presenta, en primer lugar, una panorámica de la situación actual y de las tendencias en el ámbito de la

política europea de fomento empresarial. A continuación, aplicando técnicas de análisis *cluster* a un conjunto de variables *proxy*, se identifican grupos homogéneos de países de la UE en función de su dinamismo emprendedor y de las características de su tejido empresarial. Finalmente, se reflexiona sobre las implicaciones que tiene la coexistencia de estos modelos empresariales diferenciados sobre el diseño de la política europea de fomento empresarial.

2. LA POLÍTICA EUROPEA DE FOMENTO EMPRESARIAL (1996-2005)

A continuación, se presenta una visión panorámica de la evolución reciente y la situación actual de la política de fomento empresarial comunitaria, considerando sus principales referentes y contenidos.

2.1. Principales hitos

La política europea de fomento empresarial en los ochenta y primeros noventa estaba representada por un conjunto disperso y heterogéneo de actuaciones en apoyo de la pyme. Este ámbito de acción comunitaria empezó a adquirir cierta coherencia con la aprobación del Programa Integrado en favor de las pyme y del Artesanado (Comisión Europea, 1996), que supuso un avance en la coordinación de la política empresarial con otras políticas y programas comunitarios con impacto sobre la pyme, así como con otras políticas de los Estados miembros.

Con posterioridad, la Comisión creó, por invitación del Consejo, un grupo operativo formado por empresarios, responsables de las administraciones públicas y expertos, con el objetivo de elaborar un informe independiente en el que se propusieran medidas concretas para eliminar los obstáculos innecesarios al desarrollo de las empresas,

especialmente de las pymes. El Informe del grupo operativo para la simplificación del entorno empresarial (BEST) planteó una serie de recomendaciones relativas a la mejora de la administración pública, a nuevos enfoques en materia de educación, formación y lugar de trabajo o al acceso a la financiación y la ayuda a la innovación (Comisión Europea, 1998). A partir de estas recomendaciones, se elaboraría el Plan de acción «Fomento del espíritu empresarial y la competitividad» aprobado por el Consejo de Industria en abril de 1999.

Un referente de especial carga simbólica en el ámbito de la política europea de fomento empresarial es la Carta Europea para las Pequeñas Empresas (Consejo Europeo, 2000b), adoptada en el Consejo de Asuntos Generales el 13 de junio de 2000 y refrendada en el Consejo de Feira de los días 19 y 20 de junio del mismo año. En ella se plantean recomendaciones para apoyar a las pequeñas empresas en relación a diez ámbitos principales: la educación y la formación del espíritu empresarial; la aceleración y el abaratamiento del acceso a Internet; un mejor aprovechamiento del mercado único; la fiscalidad y las cuestiones financieras; la promoción de la capacidad tecnológica, el uso de modelos de empresa electrónica; próspera; el apoyo de alto nivel a la empresa y el logro de una representación más fuerte y eficaz de los intereses de las pequeñas empresas a escala nacional y comunitaria.

No obstante, el principal instrumento de la Dirección General de Empresa e Industria de la Comisión Europea para la promoción del *entrepreneurship* y la dinamización de las pymes son los programas plurianuales en favor de la pyme. En la última década se han ejecutado dos: el tercero, aprobado por Decisión del Consejo de 9 de diciembre de 1996 y el cuarto o «Programa plurianual de la Empresa y el Espíritu Empresarial 2001-2005»³ (Consejo Europeo, 2000c).

El debate en torno a la necesidad de redoblar los esfuerzos para alcanzar una Europa más emprendedora se enriqueció significativamente con el Libro Verde «El espíritu empresarial en Europa» (2003). En él la Comisión Europea (2003) defendió un enfoque exhaustivo de la promoción del espíritu empresarial, desplegado a tres niveles: el individuo, promoviendo la aparición de vocaciones empresariales; la empresa, garantizando un entorno favorable para su creación y desarrollo; y la sociedad, estimulando una cultura empresarial que implique una alta valoración del empresario y una mejor asunción del fracaso, como eventualidad normal en la actividad empresarial, cuyas consecuencias no deberían imposibilitar el desarrollo de otras iniciativas emprendedoras con posterioridad. El Libro Verde suscitó un debate público en el que participaron tanto particulares como organizaciones públicas, universidades, organizaciones empresariales y otros agentes. Como resultado de todo el proceso, la Comisión presentó el Plan de Acción en favor del espíritu empresarial (Comisión Europea, 2004).

Por último, la Comisión Europea propuso en 2005 un nuevo programa marco para la competitividad y la innovación (Competitiveness e Innovation framework Programme –CIP–) (Comisión Europea, 2005a) con el objetivo primordial de estimular el crecimiento sostenible y el empleo de calidad en la UE. Con un respaldo presupuestario de 4.200 millones de euros para un período de siete años (2007-2013), este programa reúne iniciativas ya existentes junto a otras nuevas y está dirigido fundamentalmente a la pyme.

2.2. Principales medidas

³ En 2004 se decidió extender la aplicación de este programa, sin modificaciones, por un año más, hasta la entrada en vigor en 2007 del nuevo programa más amplio de impulso a la competitividad y la innovación propuesto por la Comisión Europea (2005a).

En ejecución de los planes presentados en el apartado anterior se han impulsado desde instancias comunitarias un variado conjunto de acciones. A continuación, se presentan, esquemáticamente, algunas de las principales medidas planteadas, clasificándolas en seis ámbitos materiales de actuación:

A. Promoción de la cultura empresarial y de la educación empresarial.

La política europea de fomento empresarial se propone promover el espíritu empresarial como capacitación social valiosa y productiva. Para ello la Comisión ha desarrollado, entre otras, las siguientes actuaciones:

- Realización de campañas de promoción del espíritu empresarial.
- Creación del premio para jóvenes empresarios europeos.
- Respaldo a la creación de una Red Europea de Educación Empresarial, formada por centros educativos directamente relacionados con la enseñanza de ciencias empresariales o con la formación de directivos.
- Identificación de las mejores prácticas en materia de educación empresarial ⁴.

B. Mejora de las condiciones de empleo y formación de los trabajadores.

La política europea de fomento empresarial ha prestado también atención a la incidencia que sobre el dinamismo empresarial tienen las condiciones de empleo y la dotación de capital humano de la empresa. A este respecto, se ha trabajado en la identificación de las mejores prácticas para la contratación del primer empleado o de la promoción de las habilidades y capacidades en

el manejo de las tecnologías de la información y de la comunicación –TIC– y se han desarrollado diversos programas e iniciativas comunitarias en materia de formación (Programa Leonardo da Vinci, programas cofinanciados por el Fondo Social Europeo, iniciativas comunitarias ADAPT y EMPLEO, etc.).

C. Mejora de la financiación y la fiscalidad de las pymes.

En los últimos años se han presentado diversas medidas en el ámbito comunitario orientadas a la mejora del entorno financiero de las pymes y de los emprendedores y a la adaptación de la fiscalidad a las características específicas de este tipo de empresas:

- Utilización de instrumentos de apoyo financiero en forma de préstamos, garantías o subvenciones a través del Banco Europeo de Inversiones, del Fondo Europeo de Inversiones o de los fondos estructurales.
- Diseño de programas de financiación específicos, como el Mecanismo Europeo para la Tecnología (MET), el Mecanismo de Garantía PYME y el Programa *Joint European Venture* (JEV).
- Fomento de la actividad de los inversores informales (*business angels*) y contribuir a la identificación de mejores prácticas y a la creación de EBAN (*European Business Angel Network*).
- Identificación de las mejores prácticas en materia de sistemas de garantías y garantía recíproca.
- Cambios en la regulación del IVA, a fin de facilitar a las pymes la gestión del impuesto y fomentar sus operaciones intracomunitarias.

D. Estimulo a la investigación, desarrollo tecnológico e innovación (I+D+I).

La política europea de fomento empresarial trata de propiciar un clima favorable a la

⁴ Para un análisis comparativo de la evolución de la educación empresarial en EE.UU. y Europa véase Guzmán y Liñán (2005).

creación y al crecimiento de empresas innovadoras. En esta dirección las acciones más destacadas han sido las siguientes:

- Creación de la iniciativa *eEurope*, orientada a la difusión del uso de las tecnologías de la información en la Unión, que contempla en su plan de acción medidas con una especial repercusión sobre la pyme.
- Participación de las pymes en diversas iniciativas de los programas marco europeos de innovación y desarrollo tecnológico.
- Mantenimiento de los centros de enlace a la innovación y de los centros europeos de empresa e innovación (CEEI), como redes de asesoramiento y apoyo a las empresas en materia de tecnología e innovación, a fin de facilitar los procesos de transferencia tecnológica y la creación de empresas innovadoras.

E. Mejora del marco regulador.

Un aspecto fundamental para facilitar la aparición y el desarrollo de pymes es la creación de un entorno administrativo y normativo que facilite la actividad empresarial. Con este propósito la Unión Europea ha planteado las siguientes medidas:

- Elaboración de una nueva directiva europea sobre morosidad en las empresas que pretende mejorar la situación de tesorería de las pymes (Directiva 2000 /35/CE de 29 de junio).
- Introducción del sistema de evaluación de impacto de las propuestas legislativas en las empresas, en virtud del cual, cuando una propuesta legislativa puede repercutir significativamente sobre las empresas, procede la elaboración de un informe al respecto por la Dirección General responsable de la propuesta.

— Creación de la figura del representante de las pymes en la Comisión Europea, que actúa como intermediario entre las instituciones europeas y la comunidad empresarial con el objetivo de garantizar que se tengan en cuenta los intereses de las pymes en los trabajos de todos los servicios de la Comisión.

— Introducción de un procedimiento de consulta a un panel de empresas europeas sobre el impacto de las propuestas legislativas en lo que se refiere a los costes de adaptación a la legislación comunitaria y a las repercusiones administrativas.

— Adopción de diversas iniciativas de simplificación de la legislación comunitaria (por ejemplo, la iniciativa SLIM de simplificación de la legislación en el mercado interior desarrollada entre 1996 y 2000), así como de facilitación del acceso de las pymes a las licitaciones públicas.

— Aplicación en el proceso de elaboración y desarrollo normativo a nivel comunitario del principio «pensar primero a pequeña escala» (*«think small first»*), dado que el impacto de la regulación suele ser más acusado en las pymes que en las grandes empresas.

— Identificación de mejores prácticas en materia de regulación de la suspensión de pagos, de la transferencia de empresas y otros ámbitos normativos que afectan a las pymes.

F. Desarrollo y perfeccionamiento de los servicios de apoyo a las empresas.

Los servicios de apoyo a las pymes y los emprendedores constituyen un instrumento de utilidad para favorecer la aparición de nuevas empresas y su desarrollo ulterior. A fin de incrementar la eficacia y mejorar el acceso a estos servicios se han planteado,

desde instancias comunitarias, las siguientes actuaciones:

- Mantenimiento de redes de asesoramiento y apoyo a las pymes, como los *Euro Info Centres* o los centros de enlace de la innovación.
- Creación de una base de datos de medidas de apoyo (*Support Measures Database*) con más de 700 medidas relacionadas con la creación de empresas en los Estados miembros.
- Identificación de mejores prácticas en materia de servicios de apoyo a las empresas, especialmente en su fase de creación.

3. LA HETEROGENEIDAD EMPRESARIAL DE EUROPA. MODELOS EMPRESARIALES EN LA UNIÓN EUROPEA

A fin de juzgar la pertinencia y eficacia de estas actuaciones de fomento empresarial hay que tener en cuenta que existen diferencias nacionales muy notables dentro de la UE en lo que atañe a la cultura emprendedora y a las características de la estructura empresarial. Esta heterogeneidad se traduce en la presencia de modelos empresariales diferenciados que requieren un tratamiento particular de la política de fomento empresarial en función de sus fortalezas y debilidades específicas.

3.1. Modelos de cultura emprendedora en la UE ampliada: Las cuatro «Europas» empresariales

En primer lugar, nos centraremos en la diferente predisposición de las poblaciones de los Estados miembros respecto al desarrollo de la actividad emprendedora, lo que nos aproxima a la identificación de diferentes culturas empresariales dentro de la UE.

3.1.1. Datos y variables

En este primer ejercicio se han empleado datos del Eurobarómetro *Entrepreneurship* de la UE (Eos Gallup Europe, 2004), encuesta realizada por encargo de la Comisión Europea con el objetivo de analizar el espíritu empresarial en la UE y su comparación con otros países, especialmente Estados Unidos⁵. Concretamente, entre las cuestiones que se plantean en dicha encuesta se seleccionaron las siguientes nueve variables (cuadro n.º 1):

- a) Porcentaje de individuos que muestran preferencia por el trabajo por cuenta ajena (frente a la preferencia por el trabajo por cuenta propia). Según Guzmán y Santos (2001), la preferencia por el trabajo por cuenta propia representa una condición necesaria para la existencia de un empresario de calidad, en tanto refleja un deseo de independencia que juzgan consustancial a la figura del empresario. Por el contrario, la preferencia por el trabajo por cuenta ajena implica una predisposición negativa frente a la actividad empresarial y, cuando se presenta en individuos que de hecho son autoempleados, permite prever un escaso pulso emprendedor en la actividad profesional o empresarial desarrollada.
- b) Porcentaje de autoempleados por motivo necesidad (frente a motivo oportunidad). La motivación que impulsa a los emprendedores es un elemento esencial en la calidad del empresario y un factor explicativo del dinamismo posterior de la empresa. A este respecto, se pueden distinguir

⁵ En concreto, el estudio para el año 2004 recogía un total de 21.051 entrevistas realizadas por teléfono a ciudadanos de 29 países. Para otros detalles técnicos de la encuesta puede consultarse la nota técnica del informe (Eos Gallup Europe, 2004).

dos tipos de emprendedores (Acs et al., 2005):

- Los emprendedores que ponen en marcha un proyecto empresarial a fin de explotar oportunidades de negocio percibidas en el mercado (*opportunity entrepreneurship*).
- Los emprendedores que deciden abordar una actividad empresarial como solución ante la inexistencia de alternativas de empleo satisfactorias (*necessity entrepreneurship*).

Por lo general, cabe esperar que aquellas iniciativas emprendedoras impulsadas por la apreciación de una oportunidad de negocio atractiva tengan una proyección de futuro y una repercusión final más positiva que aquellos otros forzados por situaciones de necesidad.

- c) Motivos que inducen a preferir el trabajo por cuenta ajena. Una de las preguntas del Eurobarómetro se ocupa de las razones que explican la preferencia por el trabajo por cuenta ajena. En este análisis se incorporan como variables diferenciadas los porcentajes de respuesta afirmativa a los siguientes motivos esgrimidos:

- Falta de una idea empresarial
- Falta de interés por el autoempleo
- Falta de financiación
- Falta de habilidades para el autoempleo
- Falta de conocimiento / familiaridad con el autoempleo
- No es tan arriesgado
- El «papeleo» y las barreras administrativas

Esta cuestión del Eurobarómetro nos proporciona información sobre el interés y la

predisposición de la población respecto a la actividad empresarial, así como sobre los obstáculos que apartan a los europeos del desarrollo de la misma. No obstante, estas variables no constituyen indicadores objetivos que midan las barreras a la actividad emprendedora, sino que captan percepciones subjetivas de los ciudadanos que pueden obedecer a razones reales, pero también a prejuicios y preconcepciones. En este sentido, las variables aquí consideradas proporcionan una aproximación a las características de la cultura empresarial imperante en la sociedad.

3.1.2. Método

El objetivo de este ejercicio es la obtención de grupos homogéneos de países para lo que se han empleado técnicas de análisis de conglomerados o análisis *cluster* a fin de clasificar la muestra de países en un número más pequeño de grupos mutuamente excluyentes, en función de las similitudes observadas en su cultura empresarial.

Previamente a la obtención de los grupos, se efectuó un análisis factorial con un doble propósito: condensar la información contenida de las variables originales en un conjunto más pequeño y eliminar la interdependencia existente entre las mismas que pudiera perjudicar la obtención de los *clusters*. El estadístico Kaiser-Meyer-Olkin (0.817) indicó que los datos eran adecuados para la aplicación del modelo factorial y el contraste de esfericidad de Barlett mostró que no era significativa la hipótesis nula de variables iniciales incorreladas. Así pues, se realizó un análisis factorial adoptando el método de componentes principales como criterio de extracción. Como resultado, se obtuvieron dos factores principales que explican el 76,45 % de la varianza total del modelo. La matriz de componentes –o matriz de carga factorial– que recoge la ponderación de cada una de las variables en cada factor, se presenta en el cuadro n.º 2.

Cuadro n.º 1

Algunos rasgos de la cultura empresarial en la UE-25
(% sobre el total de encuestados)

Países	Pref. trabajo cuenta ajena	Motivo necesidad	Falta de idea empresarial	Falta de interés	Falta de recursos financieros	Falta de habilidades	Falta de conocimiento	No es tan arriesgado	Papeleo/barreras adm.
Alemania	56	38	7	9	17	8	7	47	7
Austria	56	28	4	4	2	2	1	7	2
Chipre	32	40	0	4	4	1	1	12	1
Bélgica	58	28	3	4	5	2	1	10	4
Dinamarca	55	14	1	9	1	2	1	6	8
Eslovaquia	56	41	7	18	28	7	12	23	11
Eslovenia	60	30	2	4	3	3	3	7	1
España	34	36	3	2	4	4	2	12	1
Estonia	48	32	10	11	11	15	13	13	3
Finlandia	68	26	3	16	1	6	4	18	2
Francia	55	35	4	5	3	5	0	21	7
Grecia	46	42	1	1	1	1	1	15	1
Hungría	45	23	15	8	13	12	7	8	1
Irlanda	39	30	2	16	2	6	6	6	6
Italia	42	37	7	6	2	2	1	9	2
Letonia	53	29	9	12	19	13	9	22	3
Lituania	39	38	10	7	26	14	7	15	4
Luxemburgo	49	15	1	2	4	2	1	11	1
Malta	49	31	1	9	8	5	0	10	1
Países Bajos	66	14	4	6	1	6	4	11	3
Polonia	44	36	1	5	10	9	6	20	6
Portugal	32	42	7	8	9	4	2	23	6
Reino Unido	55	25	2	9	3	5	3	6	6
Rep. Checa	55	31	28	46	43	18	26	38	17
Suecia	61	12	1	3	1	1	2	6	4

Fuente: Eurobarómetro «Entrepreneurship» de la UE (Eos Gallup Europe, 2004)

En ella se puede observar que la primera componente está asociada a la preferencia por el trabajo por cuenta ajena y al motivo necesidad para el autoempleo, apreciándose una relación negativa entre ambas variables. Ello implica que en los países en los que un mayor porcentaje de la población prefiere el trabajo por cuenta propia, predomina a su vez el motivo necesidad para el

autoempleo. Por consiguiente, la predisposición favorable hacia el autoempleo parece encontrarse en gran medida forzada por la dificultad de encontrar un empleo satisfactorio y no tanto por un auténtico interés por el desarrollo de una actividad empresarial. La segunda componente agrupa las variables referidas a los motivos para preferir el trabajo por cuenta ajena –que se encuen-

Cuadro n.º 2
Matriz de componentes

	Componente	
	1	2
Preferencia por el trabajo por cuenta ajena	0,859	0,058
Motivo necesidad para el autoempleo	-0,873	0,251
Falta de una idea empresarial	0,026	0,893
Falta de interés por convertirse en autoempleado	0,212	0,886
Falta de recursos financieros	-0,121	0,932
Falta de habilidades	-0,011	0,835
Falta de conocimiento sobre el autoempleo	0,104	0,950
Porque no es tan arriesgado / por condiciones económicas desfavorables	-0,207	0,717
Papeleo / barreras administrativas	0,165	0,780

Nota: Las ponderaciones factoriales más altas para cada componente aparecen en negrita.
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Eos Gallup Europe (2004)

tran positivamente correlacionadas entre sí-.

A continuación, con una finalidad exploratoria, se aplicó a los datos un análisis de conglomerados jerárquicos que puso de manifiesto la existencia de cuatro grandes grupos de países, más un quinto conformado exclusivamente por la República Checa. El método de conglomerado elegido fue la vinculación intragrupos y la medida de intervalo, el cuadrado de la distancia euclídea. Para estudiar con mayor detalle los grupos existentes se procedió a realizar un análisis de conglomerados según el método de las *k* medias, forzando la existencia de los cinco grupos de países detectados en el análisis jerárquico. Los grupos de países identificados, así como la distancia de cada país respecto al centro de su respectivo grupo se presentan en EL cuadro n.º 3.

3.1.3. Resultados

El análisis permite identificar cinco modelos empresariales básicos en la UE, desde la perspectiva de la cultura empresarial que caracteriza a sus integrantes:

- *Grupo 1.* Modelo «troncal» europeo. Denominamos de este modo al más nutrido de los grupos, conformado por ocho países, entre ellos Francia y el Reino Unido. Se encuadran en él los Estados miembros que se ajustan en mayor medida al promedio europeo para las variables consideradas y que, por lo tanto, reflejan, en términos generales, las deficiencias de la cultura empresarial en la UE.
- *Grupo 2.* Modelo escandinavo de cultura emprendedora minoritaria «de calidad». El grupo segundo se encuentra conformado por los países escandinavos, que se caracterizan por tener los niveles de preferencia por el trabajo por cuenta ajena más altos de la Unión (y *sensu* contrario, por los

Cuadro n.º 3
Pertenencia y distancia al centro de los conglomerados

Conglomerado	Países	Distancia
1 Tronco central	Austria	0,246
	Bélgica	0,235
	Eslovenia	0,270
	Francia	0,499
	Irlanda	0,670
	Luxemburgo	0,539
	Malta	0,474
	Reino Unido	0,470
2 Países escandinavos	Dinamarca	0,129
	Finlandia	0,466
	Países Bajos	0,277
3 Países de Europa central y del este	Suecia	0,376
	Alemania	0,280
	Eslovaquia	0,589
	Estonia	0,229
	Hungría	0,616
	Letonia	0,474
	Lituania	0,827
	Polonia	0,689
4 Países mediterráneos	Chipre	0,409
	España	0,086
	Grecia	0,347
	Italia	0,499
	Portugal	0,724
5 Mdelo 3 singularizado	República Checa	0,000

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Eos Gallup Europe (2004)

niveles de preferencia frente al trabajo por cuenta propia más bajos). Se trata de economías prósperas, con amplias alternativas de empleo para la población activa, donde los individuos que se decantan por la actividad empresarial se encuentran motivados por la detección de oportunidades de negocio interesantes y no tanto por situaciones de necesidad. Por otra parte, la población no detecta la existencia de barreras importantes para la actividad empresarial. Por lo tanto, en estos países resulta más fácil que surjan

emprendedores altamente motivados que detecten oportunidades atractivas en actividades de alto nivel tecnológico e intensivas en conocimiento y pongan en marcha negocios con un alto potencial, es decir, empresas «de calidad» con capacidad real de promover el crecimiento económico en las economías avanzadas.

— *Grupo 3.* Modelo centrooriental europeo de rigidez estructural. En este grupo se encuentran la mayor parte de los nuevos países comunitarios del

Cuadro n.º 4
Medias para cada variable y grupo

	1 Tronco central	1 Tronco central	3 Europa central y del este	4 Países medite- rráneos	5 Rep. Checa	Total
Preferencia por el trabajo por cuenta ajena	52,63	62,50	48,71	37,20	55,00	50,12
Motivo necesidad para el autoempleo	27,75	16,50	33,86	39,40	31,00	30,12
Falta de una idea empresarial	2,38	2,25	8,43	3,60	28,00	5,32
Falta de interés por el autoempleo	6,63	8,50	10,00	4,20	46,00	8,96
Falta de recursos financieros	3,75	1,00	17,71	4,00	43,00	8,84
Falta de habilidades	3,75	3,75	11,14	2,40	18,00	6,12
Falta de conocimientos sobre autoempleo	1,87	2,75	8,71	1,40	26,00	4,80
No es tan arriesgado/por condiciones económicas desfavorables	9,75	10,25	21,14	14,20	38,00	15,04
Papeleo / barreras administrativas	3,50	4,25	5,00	2,20	17,00	4,32

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Eos Gallup Europe (2004)

centro y este europeo junto a Alemania. Se trata de economías que, como resultado de su trayectoria histórica, muestran estructuras socioeconómicas poco favorecedoras de las iniciativas emprendedoras y de la actividad de las pymes. Al menos, ésta es la sensación generalizada en la población, que detecta substanciales obstáculos al desarrollo de los proyectos empresariales. En cualquier caso, esta percepción acusada de las barreras a la actividad emprendedora podría también tener un importante componente psicosocial e indicar la presencia de una débil cultura empresarial en estos países. Ciertamente, los porcentajes de individuos que rechazan el autoempleo debido a la falta de una idea empresarial, a la falta de interés y al riesgo asociado a esta opción son los más elevados entre todos los países de la UE. Las dificultades para

encontrar un puesto de trabajo condicionan, no obstante, una predisposición hacia el autoempleo superior a la media europea, pero explicada por situaciones de necesidad.

—*Grupo 4.* Modelo mediterráneo de cultura emprendedora de «subsistencia». El cuarto grupo se encuentra integrado por los países mediterráneos. Frente a la percepción más extendida, es en estos países donde la población muestra una predisposición mayor hacia el trabajo por cuenta propia, pero esa tradición o cultura del autoempleo se encuentra forzada por situaciones de necesidad derivadas de las altas tasas de desempleo. La población en estos países no se caracteriza por descartar el autoempleo debido a la existencia de obstáculos importantes a la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales, aun-

Figura nº 1

Modelos empresariales en la UE-25



Fuente: Elaboración propia

que sí tiende a considerar que no se dan las condiciones económicas idóneas. Por lo tanto, encontramos aquí, frente a lo que se suele pensar, una cultura empresarial sólida, pero con un carácter de subsistencia y una pobre calidad de las empresas de nueva creación. Más adelante se profundizará sobre este particular.

— Por su parte, la República Checa se ajusta con carácter general al modelo de Europa central y del este, pero se singulariza porque en ella la población percibe mayoritariamente obstáculos

muy graves a la actividad empresarial. En cualquier caso, por la semejanza de sus datos y por la proximidad geográfica, a efectos de consideraciones posteriores se incluirá a la República Checa en el tercero de los grupos.

3.2. Estructura empresarial en la UE-15

A continuación, como un segundo análisis, se han considerado las características del tejido empresarial de las economías europeas a fin de identificar también grupos homogéneos de países.

3.2.1. Datos y variables

En este segundo ejercicio se han utilizado datos procedentes del Observatorio de las pymes europeas (2002 y 2004, a y b)⁶. Estos datos sólo están disponibles para la UE de los Quince, por lo que en este análisis no se han podido incluir los nuevos países comunitarios procedentes de la última ampliación. Concretamente, se han seleccionado seis variables que se aproximan a las características estructurales del tejido empresarial de las economías europeas y al dinamismo del sector de la pyme (cuadro n.º 5):

- Empleo en las pymes (excluidas microempresas) respecto al total (en porcentaje) (2003).
- Empleo en las grandes empresas respecto al total (en porcentaje) (2003).
- Número de empresas por cada 1000 habitantes (2003)⁷.
- Pymes que desarrollaron alguna actividad de exportación (en porcentaje respecto al total de pymes) (2001).
- Pymes que consideran que el principal objetivo de su política de empresa es la innovación (en porcentaje respecto al total de pymes) (2001).
- Tasa de crecimiento promedio en el período 1998-2000 del valor añadido de las pymes en sectores de manufacturas de alta tecnología.

⁶ El Observatorio de las pymes europeas fue establecido por la Comisión Europea en diciembre de 1992 con el objetivo de mejorar y aportar información homogénea sobre la evolución y el papel de la pymes en la UE. Para ello, se diseñó la ENSR Enterprise Surveys, una encuesta realizada a más de 8000 pymes europeas, que recoge una serie de aspectos relacionados con su internacionalización, la política de empresa, el crecimiento empresarial, etc. Información adicional puede encontrarse en la nota técnica de esta encuesta que se encuentra disponible en:

⁷ http://www.eim.nl/Observatory_7_and_8/en/ensr/2001/files/Technical_note_ENSR_2001_2002.PDF.

3.2.2. Resultados

Utilizando estos datos, se comenzó por verificar la conveniencia de efectuar un análisis factorial previo aplicando los test de Kaiser-Meyer-Olkin y el contraste de Barlett, constatándose que no tenía sentido realizarlo. Así pues, se procedió a aplicar directamente un análisis cluster jerárquico que permitió apreciar la existencia de dos grupos de países: un conglomerado, que se forma muy rápidamente, conformado por España, Grecia, Italia y Portugal, y un segundo grupo heterogéneo, en el que se incluirían los 11 países restantes. A continuación, como en el primer ejercicio, se realizó un análisis de k-medias forzando la formación de dos grupos con los resultados que se presentan a continuación.

Como puede apreciarse en la cuadro n.º 5, los países mediterráneos se caracterizan en el contexto europeo por una contribución muy inferior de las grandes empresas al empleo total y por una presencia mucho mayor de microempresas (de ahí que la densidad empresarial –expresada en número de empresas por cada 1000 habitantes– sea muy superior a la del resto de la UE-15). Así pues, el tamaño empresarial medio en los países mediterráneos se sitúa en los 4,25 trabajadores, indicador que se eleva a los 9,27 en el resto de países de la UE-15. Esta atomización del tejido empresarial, unida a la reducida presencia de grandes empresas, constituye un síntoma de debilidad de las economías del sur europeo. Esta estructura dimensional desfavorable se ve acompañada por la presencia de un sector de pymes menos dinámico: de este modo, el porcentaje de empresas que declara desarrollar actividades de exportación es claramente inferior en las economías mediterráneas, del mismo modo que es menor el número de empresas que consideran la innovación como el objetivo fundamental de su estrategia empresarial. Finalmente, la tasa de crecimiento del valor añadido por

Cuadro n.º 5
Características del tejido empresarial de la UE-15

Países	Empleo pymes (%)	Empleo grandes empresas (%)	Empresas / 1000 hab	Export. (%)	Innov. (%)	Crecimiento manufacturas alta tecnología (%)
Alemania	31	35	36,6	21	9	3,4
Austria	35	28	33,3	38	12	2,0
Bélgica	29	31	42,4	20	8	3,9
Dinamarca	37	27	38,3	28	5	3,5
España	31	18	65,4	15	5	0,3
Finlandia	30	35	42,7	13	7	4,8
Francia	30	33	42,0	13	7	1,3
Grecia	30	13	72,5	14	3	2,8
Irlanda	45	30	24,7	25	3	14,8
Italia	27	16	77,8	18	6	0,8
Luxemburgo	49	27	54,1	26	10	4,8
Países Bajos	34	35	35,4	13	4	4,3
Portugal	41	21	68,2	11	8	4,1
Reino Unido	27	41	37,7	20	7	2,6
Suecia	30	32	54,5	25	4	1,4

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Observatorio de las pymes europeas (2002 y 2004, a y b)

Cuadro n.º 6
Pertenencia y distancia al centro de los conglomerados

Conglomerado 1	Distancia	Conglomerado 2	Distancia
Alemania	6,121	España	6,075
Austria	18,764	Grecia	5,528
Bélgica	6,283	Italia	9,436
Dinamarca	8,823	Portugal	11,104
Finlandia	10,675		
Francia	10,593		
Irlanda	22,203		
Luxemburgo	21,508		
Países Bajos	10,948		
Suecia	15,759		
Reino Unido	11,974		

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Observatorio de las pymes europeas (2002 y 2004, a y b)

Cuadro n.º 7
Medias para cada variable y grupo

Grupo	Empleo pymes (%)	Empleo grandes empresas (%)	Empresas / 1000 hab	Export. (%)	Innov. (%)	Crecimiento manufacturas alta tecnología (%)
Resto Países mediterráneos	34,27	32,18	40,16	22,00	6,91	4,25
Total	32,25	17,00	70,99	14,50	5,50	2,00
	33,73	28,13	48,38	20,00	6,53	3,65

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Observatorio de las pymes europeas (2002 y 2004, a y b)

las pymes en industrias de alta tecnología se sitúa por debajo de la mitad de la alcanzada en el resto de la UE.

4. CONCLUSIÓN. IMPLICACIONES RESPECTO AL DISEÑO DE LA POLÍTICA EUROPEA DE FOMENTO EMPRESARIAL

Como se señaló al inicio de este trabajo, recientes estudios empíricos coinciden en destacar el impacto positivo que la actividad emprendedora y el sector de la pyme tienen en las economías desarrolladas (Audretsch, 2002 y 2003; Audretsch y Thurik, 2002; Carree y Thurik, 2003; Reynolds *et al.*, 2002 y 2003; van Stel *et al.*, 2005; Stem *et al.*, 2007). A este respecto, en trabajos precedentes (Romero y Fernández, 2005) hemos defendido cómo, a la luz de los datos disponibles, la UE se caracteriza por un dinamismo emprendedor menor al de EE.UU. y otras economías avanzadas. Desde esta perspectiva, se justifica la introducción de medidas de fomento emprendedor desde instancias comunitarias, a fin de incentivar vocaciones empresariales y mejorar el entorno general en el que los emprendedores y las pymes desarrollan su activi-

dad. Este tipo de acciones resultan una línea de actuación recomendable a fin de impulsar la competitividad de las economías de la Unión y reducir sus tasas de desempleo.

No obstante, el impacto del dinamismo emprendedor y las pymes sobre el crecimiento económico no es homogéneo en economías con diferentes niveles de desarrollo y distintas características estructurales. Es por ello que la política comunitaria de fomento empresarial debe tener siempre presente la existencia de situaciones muy dispares entre los Estados miembros, tanto respecto a la incidencia del espíritu empresarial, como a la importancia y a las características de las pymes. Esta heterogeneidad se ha acentuado especialmente tras la reciente ampliación de la UE hacia el centro y el este de Europa, que ha supuesto la incorporación de países con una estructura económica y unas tradiciones productivas muy particulares, necesariamente condicionadas por el mantenimiento durante décadas del sistema socialista.

En la actualidad, la mayor parte de las competencias en materia de fomento empresarial en la UE recaen en los gobier-

nos nacionales y regionales, de modo que no existe un riesgo grave de que se aplique un tratamiento homogéneo diseñado en Bruselas. Por el contrario, la política europea de fomento empresarial marca simplemente unas orientaciones estratégicas y unas recomendaciones generales que los Estados miembros se encargan de interpretar y aplicar. No obstante, para asegurar un diseño eficaz y eficiente de la política europea de fomento empresarial, no deja de ser necesario tener presente, en las acciones planteadas a escala comunitaria, la existencia de diferentes modelos empresariales en el seno de la UE. A este respecto, en el presente trabajo se ha pretendido profundizar en la heterogeneidad empresarial de la UE identificando cuatro grandes grupos de países con problemáticas muy diferentes que requieren de medidas particulares diseñadas en función de sus circunstancias concretas o, al menos, de una alteración *ad hoc* del énfasis en un tipo de acciones u otro en función de las prioridades en cada caso.

a) El «modelo troncal europeo» y las acciones comunes de fomento emprendedor. Como se señaló con anterioridad, el déficit emprendedor que se aprecia con carácter general en la UE justifica la introducción de acciones horizontales aplicables a todos los estados. En el apartado segundo hemos agrupado los contenidos de la política de fomento empresarial en seis ámbitos de actuación, todos ellos pertinentes en consideración de las debilidades existentes en el dinamismo emprendedor en la UE. Esta valoración general es de aplicación igualmente al grupo de países formado por Francia, Reino Unido, Bélgica, Luxemburgo, Irlanda, Austria, Malta y Eslovenia, que hemos calificado como «modelo troncal europeo», por representar el comportamiento promedio comunitario en cuanto a las variables

consideradas. En cualquier caso, la estrategia idónea de fomento empresarial debería inspirarse en el objetivo de mejorar las condiciones generales del entorno empresarial (*business environment*), en lugar de concentrarse en medidas de apoyo directo en forma de incentivos duros de carácter fiscal o financiero, que frecuentemente han mostrado una dudosa eficiencia⁸.

b) La promoción del espíritu empresarial en el «modelo escandinavo de cultura emprendedora minoritaria de calidad». En segundo lugar, se ha identificado un modelo escandinavo de cultura emprendedora característico de Dinamarca, Países Bajos, Finlandia y Suecia, que vendría definido por bajos niveles de preferencia por el trabajo por cuenta propia en el conjunto de la población, pero también por la presencia de un colectivo de emprendedores de calidad impulsados por la detección en el mercado de oportunidades de negocio. En el caso de estos países, en los que la población no detecta obstáculos especialmente graves en el entorno para el desarrollo de la actividad empresarial (financieros, administrativos, normativos, etc.), la política de fomento emprendedor debería orientarse especialmente a la promoción de la cultura empresarial en el conjunto de la población y al desarrollo de programas de educación empresarial (es decir, al ámbito de actuación A recogido en el apartado segundo). En este sentido, resulta particularmente interesante el estímulo de las actitudes emprendedoras a nivel universitario, específicamente en las titulaciones de carácter científico-técnico, a fin de facilitar la captación y explotación de

⁸ Para un análisis más profundo de la justificación y las ventajas de la estrategia de fomento empresarial orientada al entorno véase Romero, 2006.

oportunidades de negocio en sectores de nivel tecnológico alto e intensivos en conocimiento con gran potencial de crecimiento. En este sentido, iniciativas como la introducción de asignaturas o seminarios específicos sobre creación de empresas, campañas de sensibilización y promoción del espíritu empresarial o incluso la creación de servicios de apoyo y asesoramiento a los emprendedores a nivel universitario, especialmente en las titulaciones de más contenido técnico, podrían tener efectos positivos. Igualmente, convendría incrementar la visibilidad social de los emprendedores que han tenido éxito a fin de que sirvan como modelos a imitar y atraigan a jóvenes dinámicos con vocación emprendedora a la actividad empresarial. A modo de ejemplo, en los Países Bajos en el marco de los programas *Growth Plus* y *Fast Growth*, cada año se identifica a los mejores ejecutivos y se elabora un ranking de las 500 empresas europeas con mayores crecimientos, organizándose, asimismo, actividades para propiciar la conexión entre jóvenes emprendedores y empresarios/ejecutivos experimentados (Stam *et al*, 2006).

- c) Las políticas de reforma en el «modelo centro-oriental europeo de rigidez estructural». Los países del centro y este de Europa adheridos a la UE en 2004 se ajustan, junto a Alemania, a un tercer modelo caracterizado por la percepción por la población de substanciales barreras al desarrollo de las iniciativas emprendedoras. En estos casos, parece requerirse un esfuerzo adicional para la mejora del entorno general (económico, financiero, administrativo, regulador, etc.) en el que los emprendedores y las empresas se desenvuelven (ámbitos de actuación C, E y F). Para ello se debería profun-

dizar en las políticas estructurales que favorezcan el correcto funcionamiento de los mercados, actuando a la par sobre los fallos del mercado y sobre los fallos institucionales que eventualmente se derivan de una excesiva o de una deficiente regulación, obstaculizadora de la actividad emprendedora. A este respecto, entre las líneas de actuación relevantes podría señalarse el desarrollo de los mercados financieros, medidas de apertura exterior y de liberalización interna, creación y fortalecimiento de redes de apoyo a las pymes, así como cambios en regulaciones especialmente sensibles para la actividad empresarial (legislación sobre suspensión de pagos y quiebra, impuestos, transmisión de empresas, etc.). Asimismo, en estos países resulta igualmente importante promover una mayor cultura empresarial a través de acciones publicitarias y formativas (ámbito de actuación A). No en balde se trata, en este caso, de economías donde la iniciativa privada se vio cercenada durante décadas por la lógica de la planificación central socialista (con la excepción de la Alemania occidental). Es por ello que resulta pertinente el desarrollo de campañas de promoción del espíritu empresarial orientadas a la mayor parte de la población y que, en el ámbito educativo, se desplieguen tanto en la educación primaria, como en la secundaria y la universitaria. A título de ejemplo, entre el tipo de iniciativas innovadoras que pueden servir para promover las actitudes empresariales, especialmente en el caso de la educación secundaria, cabe señalar la creación de miniempresas por estudiantes. Este tipo de actividades, que ya se están desarrollando con éxito en muchos lugares de Europa (Comisión Europea, 2005b), consiste en la creación de

empresas a muy pequeña escala que operan produciendo productos y servicios reales en ambientes protegidos.

- d) La mejora de la calidad de las iniciativas emprendedoras en el «modelo mediterráneo de cultura emprendedora de subsistencia». Finalmente, en el modelo mediterráneo característico de España, Chipre, Grecia, Italia y Portugal, pese a la opinión más extendida, el problema real hoy por hoy no es tanto la insuficiencia de una cultura emprendedora, sino la baja calidad y dinamismo de los empresarios y de las pymes. De este modo, el énfasis se debe poner en incrementar la dotación de capital humano y tecnológico a fin de obtener una mejora cualitativa en el tipo de empresas de nueva creación. En estos países el objetivo real debería ser incrementar el número de iniciativas en sectores de alto nivel tecnológico, acometidas por técnicos y profesionales especializados y no simplemente alcanzar mayores cifras de creación de empresas o unas mayores tasas de autoempleo. Por lo tanto, se requiere una mayor atención respecto a la formación de profesionales en las titulaciones de contenido más técnico (ámbito de actuación B), así como una intensificación de los esfuerzos en

materia de investigación, desarrollo tecnológico e innovación (I+D+I), tanto en el ámbito público como en el privado (ámbito de actuación D). A este respecto, resulta conveniente mejorar la conexión entre el sistema universitario y la investigación básica con el mundo empresarial, facilitando el desarrollo de procesos de spin off y la explotación comercial de los resultados de la investigación. Asimismo, sería conveniente actuar sobre los fallos del mercado financiero que dificultan el acceso a la financiación a las pymes de alto potencial de crecimiento en sectores de nivel tecnológico alto, fomentando el desarrollo de mecanismos específicos de financiación que se ajusten a las características de este tipo de iniciativas, por ejemplo, desarrollando los sistemas de capital riesgo o la actuación de inversores informales (business angels) (ámbito de actuación C). Se trata de este modo de completar a los mercados financieros y no de sustituirlos por medidas de apoyo directo que pueden tener el efecto perverso de contribuir a la formación de una «cultura de la subvención» completamente contraria a los valores de la auténtica cultura emprendedora. De este modo, se trata de que

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

en estos países las medidas de apoyo a la creación de empresas y al desarrollo de las pymes se diseñen e implementen con un enfoque más selectivo, enfocándose a los proyectos empresariales de mayor proyección en actividades de alto nivel tecnológico e intensivas en conocimiento.

- ACS, Z.; ARENIUS, P.; HAY, M. y MINNITI, M. (2005): *Global Entrepreneurship Monitor. Executive Report 2004*, Babson College and London Business School.
- AUDRETSCH, D. B. (2002): *Entrepreneurship: A Survey of the Literature*, paper prepared for the European Commission, Enterprise Directorate General.
- (2003): *SMEs in the Age of Globalization*, Edward Elgar, Cheltenham, UK; Northampton, MA.
- AUDRETSCH, D. B. y THURIK, R. (2002): *Linking Entrepreneurship to Growth*, OECD STI Working Paper 2081/2.
- AUTIO, E. (2006): *Global Entrepreneurship Monitor 2005 Report on High-Expectation Entrepreneurship*. London Business School, Mazars y Babson.
- BECK, T.; DEMIRGUC-KUNT, A. y LEVINE, R. (2003): «SMEs, Growth and Poverty: Cross-Country Evidence», *Policy Research*, working paper, 3178, World Bank, Washington D.C.
- CARREE, M. A. y THURIK, R. (1999): «Industrial Structure and Economic Growth» en AUDRETSCH, D. B. y THURIK, A. R. (eds.), *Innovation, Industry Evolution and Employment*, Cambridge University Press, Cambridge, 86-110.
- (2003): «The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth», en ACS, Z. J. y AUDRETSCH, D. B. (eds.): *Handbook of Entrepreneurship Research*, Kluwer Academic Publishers, Boston, 437-471.
- COMISIÓN EUROPEA (1996): «Programa integrado en favor de las pequeñas y medianas empresas (PYME) y del artesanado», Comunicación de la Comisión al Consejo, COM (1996) 0329 final.
- (1998): «Informe del Grupo Operativo para la simplificación del entorno empresarial –BEST–», Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, Luxemburgo.
- (2003): *Libro Verde del Espíritu Empresarial en Europa*, COM (2003) 27 final.
- (2004): *Plan de acción: El Programa Europeo en favor del Espíritu Empresarial*, COM (2004) 70 final.
- (2005a): *Programa marco para la competitividad e innovación*, Propuesta de decisión del Parlamento y del Consejo, COM (2005) 121 final.
- (2005b): *Proyecto de procedimiento BEST: «Miniempresas en educación secundaria»*. Informe final del grupo de expertos, Dirección General de Empresa e Industria.
- CONSEJO EUROPEO (2000a): «Conclusiones de la Presidencia», Consejo Europeo de Lisboa, 23-24 de Marzo.
- (2000b): «Carta Europea de la Pequeña Empresa», Consejo de Feria 13/06/2000.
- (2000c): «Decisión del Consejo de 20 de diciembre de 2000 relativa al Programa plurianual en favor de la empresa y el espíritu empresarial, en particular para las pequeñas y medianas empresas (PYME) (2001-2005)», DOCE 29/12/2000, (2000/819/CE).
- DE LA VEGA, I.; CODURAS, A.; CRUZ, C. y JUS-TO, R. (2006): *Global Entrepreneurship Monitor 2005. Informe Ejecutivo GEM España*, Instituto de Empresa, Banesto, INCIDE.
- EOS GALLUP EUROPE (2004): *Flash Eurobarometer 160 «Entrepreneurship»*, Comisión Europea.
- GUZMÁN, J. y LIÑÁN, F. (2005): «Evolución de la educación empresarial en Estados Unidos y Europa: su papel como instrumento de desarrollo», *Revista de Economía Mundial*, 12, 149-171.
- GUZMÁN, J. y SANTOS, F. J. (2001): «The booster function and the entrepreneurial quality: an application to the province of Seville», *Entrepreneurship and Regional Development*, 13, 211-228.
- GUZMÁN, J.; SANTOS, F. J.; ROMERO, I. y LIÑÁN, F. (2000): «Las PYMES y la calidad del tejido productivo andaluz», *Boletín Económico de Andalucía*, Consejería de Economía y Hacienda, Junta de Andalucía, 28-29, 43-56.
- MARTÍ, F. P. y GARCÍA, A. (1996): «Dimensión y características de la actividad emprendedora en España». *Ekonomiaz*, 62, 264-289.
- OBSERVATORY OF EUROPEAN SMES (2002): *ENSR Survey*. Comisión Europea.
- (2004a): *SMEs in Europe 2003*, Nº 7, Comisión Europea.
- (2004b): *Highlights from the 2003 Observatory*, Nº 8, Comisión Europea.
- REYNOLDS, P. D.; BYGRAVE, W. D. y AUTIO, E. (2003): *Global Entrepreneurship Monitor 2003 Executive Report*, GEM.
- REYNOLDS, P. D.; BYGRAVE, W. D.; AUTIO, E.; COX, L. W. y HAY, M. (2002): *Global Entrepreneurship Monitor 2002 Executive Report*, GEM.

- REYNOLDS, P. D., BOSMA, N., AUTIO, E., HUNT, S., DE BONO, N., SERVAIS, I., LÓPEZ-GARCÍA, P. Y CHIN, N. (2005): «Global entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation», *Small Business Economics*, 24, 205-231.
- ROMERO, I. (2006): «Las PYME en la economía global. Hacia una estrategia de fomento empresarial», *Problemas del desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*, UNAM-IIIEC, Vol. 37, 146, 31-50, México.
- ROMERO, I. y FERNÁNDEZ, J. (2005): «La política europea de fomento empresarial. Un análisis crítico». *Revista de Economía Mundial*, 13, 137-161.
- ROMERO, I. y SANTOS, F. J. (2006): «Dimensión empresarial, encadenamientos productivos y calidad del tejido empresarial. Un análisis de la industria en Andalucía». *Revista de Estudios Regionales*, 76, 107-134.
- (2007): «Firm Size and Regional Linkages. A Typology of Manufacturing Establishments in Southern Spain». *Regional Studies* 41 (5) (en prensa).