

Propuesta de aplicación de la teoría sociológica institucional como marco teórico para el análisis del emprendimiento corporativo

Samuel Gómez Haro

Dpto. de Organización de Empresas. Universidad de Granada. samugh@ugr.es

Javier Delgado Ceballos

Dpto. de Organización de Empresas. Universidad de Granada. jdc@ugr.es

María Dolores Vidal Salazar

Dpto. de Organización de Empresas. Universidad de Granada. vidal@ugr.es

RESUMEN DEL ARTÍCULO

Este artículo presenta los aspectos más relevantes de la teoría sociológica institucional como marco teórico para el análisis de los factores condicionantes del emprendimiento corporativo. El modelo teórico presentado incluye la influencia institucional en su análisis y pretende explicar las relaciones existentes entre las distintas dimensiones que componen el entorno institucional, regulador, normativo y cognitivo y el emprendimiento corporativo. El trabajo subraya que el fomento de una educación empresarial y la relevancia de la innovación como un pilar de la sociedad pueden cambiar los modelos de orientación estratégica que tengan las organizaciones hacia posiciones emprendedoras. Asimismo, la existencia de un marco regulador que facilite el emprendimiento ayudará a la puesta en práctica de actividades emprendedoras por parte de las organizaciones.

Palabras clave: teoría institucional, emprendimiento corporativo, orientación emprendedora, CIP, educación empresarial e innovación

ARTICLE SUMMARY

This article presents the most relevant aspects of institutional sociological theory as a theoretical framework for the analysis of the determinants of corporate entrepreneurship. Our theoretical model includes the institutional influence in its analysis and aims to explain the links between different dimensions that make up the institutional and corporate entrepreneurship. Our study stresses that the promotion of entrepreneurial education and the importance of innovation as a pillar of society can change in the patterns organization's strategic orientation to entrepreneurial positions. Likewise, the existence of a regulatory framework to facilitate the undertaking will help the implementation of entrepreneurial activities by organizations

Key words: Institutional theory, corporate entrepreneurship, entrepreneurial orientation, CIP, business education and innovation

1. INTRODUCCIÓN

Una prioridad de la actual estrategia de desarrollo de los países y de sus regiones es el incremento de la capacidad competitiva de las empresas estimulando la innovación, el emprendimiento y la flexibilidad del sistema productivo, con el fin de conseguir una ventaja competitiva que los posicione mejor frente a otros territorios (De la Vega y otros, 2008, 2009; Porter, 1991).

La sociedad y los distintos entes públicos necesitan modelos que favorezcan el crecimiento económico, la generación de empleo y la innovación empresarial. El emprendimiento se manifiesta como una de las opciones que incide en la solución de los tres problemas, convirtiéndose en un aspecto vital para el crecimiento, la rentabilidad y la supervivencia de las organizaciones (De la Vega y otros, 2008, 2009; Zahra, 1995). El emprendimiento *“abarca o engloba actos de innovación, renovación o creación organizacional que ocurren dentro o fuera de una organización existente”* (Sharma y Chrisman, 1999, p.17). Este emprendimiento resulta en la creación de una nueva empresa o en nuevas actividades dentro de las organizaciones ya existentes, denominado emprendimiento corporativo (Burgelman, 1983), siendo éste en el que nos centramos en este trabajo.

La teoría institucional proporciona un marco teórico adecuado para el enfoque de las acciones emprendedoras por parte de las organizaciones (Bruton y otros, 2010), ya que ayuda a entender y tratar las diferentes formas de interacción, formales e informales, en el marco general de unas reglas del juego establecidas que influyen en el desarrollo económico y en la actividad organizativa.



De las distintas perspectivas de la teoría institucional, la perspectiva sociológica ayuda a entender la influencia que ejercen las diferentes instituciones en el comportamiento de la organización y su postura hacia el emprendimiento. El importante papel atribuido al contexto cultural e histórico para entender el marco institucional ha justificado el uso de la perspectiva sociológica en numerosos trabajos de investigación en el ámbito de la organización (Busenitz y otros, 2000; Dacin y otros, 2008; Kostova y Roth, 2002; Manolova y otros, 2008).

El análisis entre instituciones y emprendimiento ha sido generalmente realizado de forma fragmentada y descriptiva (Urbano, 2006; Urbano y otros, 2007). Ninguno de los modelos sobre comportamiento emprendedor corporativo más reconocidos en la literatura (Covin y Slevin, 1991; Guth y Ginsberg, 1990; Hornsby y otros, 1993; Ireland y otros, 2009; Zahra, 1993) ha incluido la influencia institucional en su análisis. De hecho, la relación entre instituciones y emprendimiento corporativo no están del todo claras en la literatura, por lo que los investigadores indican que es necesario seguir analizando las posibles combinaciones de instituciones y formas de emprendimiento para incrementar la comprensión global de fenómeno (Bruton y otros, 2010; Spencer y Gómez, 2004).

Por tanto, el objetivo principal de este artículo es analizar el emprendimiento corporativo a través de la perspectiva sociológica de la teoría institucional con el objetivo de establecer cómo las diferentes instituciones influyen en las distintas fases del proceso emprendedor y, a través de este análisis, mejorar la comprensión de la relación institución-emprendimiento corporativo.

La contribución del trabajo consiste en establecer un modelo que identifique las diferentes relaciones existentes entre las instituciones y las distintas fases del emprendimiento corporativo. Para ello, se exponen los principios más relevantes de la teoría institucional y del concepto de emprendimiento corporativo. Posteriormente, en base a la literatura existente se establece un modelo que relaciona las distintas instituciones y las diferentes dimensiones que componen el emprendimiento corporativo. En las conclusiones, se expone la aportación que supone el trabajo y las posibilidades de investigación que derivan del mismo.

2. EVOLUCIÓN DE LA TEORÍA INSTITUCIONAL

La teoría institucional se centra en los aspectos del contexto en el que están inmersas las organizaciones, haciendo hincapié en el conjunto de valores, normas o creencias que actúan como mitos racionales guiando el comportamiento de las organizaciones (Meyer y Rowan, 1977). Por tanto, la teoría institucional intenta aumentar el conocimiento sobre las relaciones sociales que establece la organización con otras organizaciones y con las instituciones con las que coexiste, señalando como factores de éxito la conformidad con las reglas y normas institucionales (DiMaggio y Powell, 1983; Meyer y Rowan, 1977; Tolbert y Zucker, 1996).

La literatura distingue dos corrientes que dividen el enfoque institucional en lo que se ha denominado viejo y nuevo institucionalismo, existiendo una serie de similitudes y divergencias que son fundamentales para comprender la evolución y la situación actual de la teoría institucional. Asimismo, distintas ramas de las ciencias como la economía, las ciencias políticas, la antropología, la psicología o la sociología se han interesado en analizar a las instituciones y sus efectos, no estando restringido su estudio exclusivamente a las organizaciones.

En la década de los 60 y 70 se sentaron las bases del neoinstitucionalismo. Se pasa de una concepción técnica y racional a entender la organización como una entidad con identidad social que es infundida de valor debido a la influencia de aspectos como su historia o las personas que trabajan en ella (Selznick, 1962). Además de los niveles técnicos (actividades de producción) y directivos (actividades administrativas), se destaca el nivel institucional para hacer referencia a la relación de la organización con su entorno y las normas que éste encierra (Parsons, 1960).

Para las instituciones, los individuos también son relevantes (Simon, 1957) ya que éstos aceptan una serie de premisas y valores convirtiéndose en individuos institucionalizados, enfatizando el papel de las estructuras cognitivas de los individuos a la hora de procesar la información que reciben y perciben de muy diferentes niveles.

Estas aportaciones definen las características fundamentales de la teoría institucional: su énfasis en el entorno, el análisis del contexto que envuelve a la organización, la influencia de los valores y premisas de la organización y la importancia de las estructuras cognitivas en el comportamiento de las organizaciones.

El nuevo institucionalismo surge como respuesta al llamado viejo institucionalismo. Ambos comparten su escepticismo hacia modelos racionales y comparten también la

visión de contemplar a la institución como un proceso dependiente que hace a las organizaciones menos racionales al limitar las opciones que éstas pueden elegir. Asimismo, enfatizan también la relación con el entorno y el papel que juega la cultura en la formación de la realidad organizativa (DiMaggio y Powell, 1991).

Sin embargo, existen diferencias significativas entre ambas líneas de pensamiento. El nuevo institucionalismo destaca el concepto de campo organizativo, entendido como el conjunto de organizaciones e instituciones que comparten vida institucional, mientras que el viejo institucionalismo se centra en la organización individual. Esta diferencia es básica, pues mientras que en el nuevo institucionalismo las organizaciones que se encuentren en un mismo campo organizativo presentan una mayor homogeneidad, en el viejo institucionalismo las dinámicas particulares de las organizaciones individuales provocan una mayor diversidad (DiMaggio y Powell, 1991).

Estas diferencias no implican que sean dos corrientes opuestas, los investigadores intentan reconciliar viejo y nuevo institucionalismo construyendo enlaces donde se potencien los puntos fuertes de cada uno y así salvar sus debilidades (Hirsh y Lounsbury, 1997; Llamas, 2005; Selznick, 1996).

El desarrollo del nuevo enfoque institucional ha tenido relación con áreas como la economía, las ciencias políticas y la sociología. La rama económica se ha centrado en analizar los sistemas reguladores y de gobierno que dirigen los intercambios económicos (North, 1990; Williamson, 1981). Para los economistas, las estructuras de gobierno constituyen la matriz institucional, que debe ser analizada puesto que dentro de ella es donde se negocian y se ejecutan las transacciones (Groenewegen y otros, 1995; Williamson, 1981). Posteriormente el análisis económico ha reconocido la existencia de instituciones de carácter informal y el papel que juegan en las organizaciones (North, 1990, 1993; Rutherford, 1995). Por su parte, la rama de las ciencias políticas analiza el papel de las instituciones en la vida política, sus rasgos distintivos y sus efectos sobre el comportamiento de los individuos (Scott, 1995).

Por último, la rama de la sociología impulsa la llegada de la teoría institucional al análisis organizativo enfatizando la importancia de los procesos culturales y cómo las acciones de la organización son guiadas por la necesidad de obtener una legitimidad (Lounsbury, 1997). Se diferencia de las restantes áreas en diversos aspectos que van más allá del propio concepto de institución. Así, cabe destacar el importante papel atribuido al contexto cultural e histórico a la hora de entender el marco institucional. El institucionalismo sociológico cree que las instituciones son más maleables que en el resto de ramas y, aunque restrinjan el comportamiento individual, existen criterios donde los individuos descubren sus preferencias sobre las diferentes alternativas existentes (DiMaggio y Powell, 1991).

Respecto al concepto de institución, ésta se entiende como un procedimiento organizado y establecido que con frecuencia representa las reglas que componen la sociedad. Esta institución representa un orden social que ha alcanzado cierto estado (Jepperson, 1991). Son *“reglas compartidas y tipificaciones que identifican las categorías de actores sociales y sus actividades y relaciones apropiadas”* (Barley y Tolbert, 1997, p.96). Las instituciones son modelos o patrones de acción dados por supuesto dentro del campo organizativo (Boons y Strannegard, 2000).

Ahondando en las relaciones entre empresas e instituciones, para las organizaciones el conocimiento de las instituciones que las rodean es importante ya que pueden sufrir unos costes mayores por no adaptarse a los patrones institucionales. Al no entender o compartir estructuras cognitivas con el resto de las organizaciones, necesitarán más tiempo y esfuerzo, tanto económico como mental, para entender las exigencias

institucionales y adaptarse a ellas. Y el coste puede ser también de tipo social por la pérdida de apoyo a los diferentes grupos de interés al no atender a sus expectativas reflejadas en las exigencias institucionales (Phillips y otros, 2004).

La crítica principal de la teoría institucional ha sido su falta de atención al análisis de los procesos de cambio organizativo. Sin embargo, el cambio en las organizaciones puede proceder de modificaciones en la dinámica interna de la organización pero también del cambio externo. Los cambios provenientes del entorno institucional provocan nuevas exigencias institucionales que promueven e incitan cambios introduciendo en el campo organizativo nuevas prácticas, procesos y estrategias, forzando a las organizaciones a abandonar prácticas antiguas y adoptar unas nuevas (Galvin, 2002; Greenwood y otros, 2002; Hoffmann, 1999).

Las organizaciones pueden elaborar e interpretar su entorno para entender las respuestas dadas ante las presiones institucionales, recibiendo el nombre de emprendedores institucionales. Estos emprendedores institucionales son *“actores que crean normas, modelos, guiones y patrones de comportamiento consistentes con su identidad y sus intereses, y las establecen como estándar para legitimar otras”* (Dejean y otros, 2004, p.743). Son actores organizados que visualizan nuevas instituciones como fuente de intereses superiores que las lógicas existentes, experimentando y modificando las instituciones actuales (Lawrence y Phillips, 2004).

3. EL EMPRENDIMIENTO CORPORATIVO

La literatura sobre el emprendimiento y los emprendedores ha surgido a partir de conceptos como la innovación o la incertidumbre en la toma de decisiones, y se ha desarrollado hasta constituir una línea de investigación propia en el ámbito de la economía y la empresa. Dentro de esta línea de investigación es posible diferenciar tres corrientes principales preocupadas por el análisis de la actividad emprendedora de las organizaciones: la corriente económica, la corriente socio-psicológica y la corriente comportamental.

La corriente económica define emprendimiento como el proceso de obtener nuevas combinaciones en productos o procesos, rompiendo el equilibrio existente en el mercado y con un retorno incierto (Cantillon, 1734; Schumpeter, 1934). El emprendedor es el agente que trata de descubrir nuevas oportunidades a través de la innovación y la creatividad (Schumpeter, 1934).

La corriente socio-psicológica se centra en las características personales de los emprendedores y las diferencias existentes entre ellos, considerando aspectos como la creatividad, la capacidad de asumir riesgos, la agresividad, el deseo de independencia, el control o la necesidad de logro (McClelland, 1961). Desde la perspectiva socio-psicológica el factor clave es el individuo, presentando al emprendedor como el individuo que es capaz de tener una idea innovadora y transformarla para llevarla a cabo.

Por último, la corriente comportamental analiza el comportamiento del emprendedor al considerar que son las acciones, y no las características de los individuos, las que explican las actividades emprendedoras. Lo importante es *“qué hacen”* en vez de *“cómo son”* (Covin y Slevin, 1991). Desde esta perspectiva, se analizan aspectos relacionados con la creación y la dirección de nuevas empresas, la formulación de estrategias emprendedoras (Covin y Slevin, 1991) o los factores que facilitan el éxito de la actividad emprendedora (Antoncic y Hisrich, 2001; Zahra, 1993). La corriente comportamental ha tenido un gran desarrollo en los últimos años, pues ayuda a

comprender y mejorar la gestión empresarial y el funcionamiento de los procesos emprendedores.

Independientemente de las corrientes, el concepto de emprendimiento “*abarca o engloba actos de innovación, renovación o creación organizacional que ocurren dentro o fuera de una organización existente*” (Sharma y Chrisman, 1999, p.17). La literatura diferencia además la actividad emprendedora en dos ámbitos: el emprendedor independiente que crea una nueva empresa y el emprendimiento que surge en el interior de las empresas ya existentes (Collins y Moore, 1970; Schumpeter, 1934; Sharma y Chrisman, 1999). En este trabajo se entiende el emprendimiento corporativo como el que surge en el seno de organizaciones ya existentes (Burgelman, 1983).

¿Qué características tiene la organización emprendedora? El concepto de orientación emprendedora reúne todos los procesos, prácticas y actividades relacionados con la toma de decisiones que posibilitan el emprendimiento, medido en términos de innovación, riesgo, proactividad, agresividad competitiva y autonomía (Dess y Lumpkin, 2005; Lumpkin y Dess, 1996; Miller, 1983). Dicha orientación resulta en dos tipos de actividades emprendedoras corporativas posibles: creación de nuevos negocios corporativos y renovación estratégica (Guth y Ginsberg, 1990; Sharma y Chrisman, 1999; Zahra, 1993).

Los investigadores recogen en diversos modelos las principales variables que participan en el proceso emprendedor (Antoncic y Hisrich, 2001; Covin y Slevin, 1991; Guth y Ginsberg, 1990; Ireland y otros, 2009). Reconociendo los recursos como vitales y necesarios (Bhide, 2000), es cada vez más claro que la cultura, el marco legal en el que operan las empresas, la tradición y la historia, los esquemas normativos y cognitivos y los incentivos pueden tener impacto en el nivel de emprendimiento y su éxito (Baumol y otros, 2009).

4. LA INFLUENCIA DE LAS INSTITUCIONES EN EL PROCESO EMPRENDEDOR CORPORATIVO

La teoría institucional ha demostrado ser un modelo teórico válido en la exploración de una amplia variedad de temas que van desde el institucionalismo económico y políticas sociales a la teoría de la organización (DiMaggio y Powell, 1991). El entorno institucional es cada vez más dinámico y cambiante, ejerciendo una presión sobre las organizaciones para que se adapten a las nuevas situaciones (Hoffmann, 1999; Kraatz y Moore, 2002), lo que demuestra su utilidad a la hora de investigar temas relacionados con el emprendimiento (Bruton y otros, 2010).

Aunque se considera que el análisis entre instituciones y emprendimiento ha sido de forma fragmentada y descriptiva (Urbano, 2006, Urbano y otros, 2007), en la literatura se pueden encontrar diferentes líneas de trabajo empleadas por los investigadores en el análisis del entorno institucional y el emprendimiento.

La primera, cuyo origen se sitúa en los trabajos de Busenitz y otros (2000), analiza en diferentes países los perfiles institucionales de diferentes países de cara al emprendimiento. Este análisis, realizado a través de la diferenciación entre instituciones reguladoras, normativas y cognitivas de Scott (1995), clasifica los diferentes perfiles a través de una análisis sobre la existencia de programas de apoyo, de esquemas cognitivos compartidos y de una cultura innovadora en la sociedad (Gray y Cuevas, 2005; Manolova y otros, 2008). Su principal limitación se basa en centrarse únicamente en analizar el perfil del país sin detenerse en el posterior desarrollo emprendedor.

Una segunda línea de investigación utiliza el institucionalismo económico de North (1990) como factor condicionante de la creación de empresas. Esta línea ha resaltado la importancia del enfoque institucional como factor condicionante para el deseo y la intención de crear una nueva empresa (Stephen y otros, 2005; Urbano y otros, 2007; Veciana, 1999).

El tercer enfoque se basa en el empleo de la teoría institucional para analizar los factores que condicionan las distintas estrategias de internacionalización de las empresas, analizando cómo la existencia de diferentes entornos institucionales influyen en las posibles estrategias de entrada en nuevos mercados y países o en la creación de nuevas empresas (Capelleras y otros, 2008; Child y Tsai, 2005; Yiu y Makino, 2002). Sin embargo, este análisis ha sido realizado teniendo en cuenta casi de forma exclusiva el entorno formal o regulador, a través de las reglas y las normativas existentes en cada país, y no otras dimensiones de interés en el marco de la teoría institucional.

Partiendo de las conclusiones de los trabajos más recientes en el campo del emprendimiento, resulta muy interesante el análisis institucional desde un punto de vista sociológico, a través de sus instituciones reguladoras, normativas y cognitivas y su influencia en el emprendimiento corporativo.

Pese a que la literatura reconoce la importancia de la teoría institucional en el análisis emprendedor, no existen modelos que definan las posibles relaciones entre las instituciones y el emprendimiento corporativo, siendo necesario seguir profundizando en el análisis para una mejor comprensión del fenómeno emprendedor en sí mismo (Bruton y otros, 2010; Spencer y Gómez, 2004).

Ahondando en el análisis del entorno institucional, Scott (1995) señala que las instituciones *“están formadas por estructuras cognitivas, normativas y reguladoras que proporcionan estabilidad y significado al comportamiento social”* (Scott, 1995, p.33). Estos tres elementos y su significado quedan ampliamente recogidos en la literatura institucional (Busenitz, y otros, 2000; Kostova, 1999, Kostova y Roth, 2002).

Posteriormente Busenitz y otros (2000) interpretan las dimensiones institucionales de Scott y plantean a través del concepto *“Country Institutional Profile”* (CIP) la relación de las instituciones con la gestión organizativa y el emprendimiento. Para los autores, las **instituciones reguladoras** incluyen las políticas gubernamentales que proveen apoyo a los nuevos negocios y facilitan los esfuerzos de los emprendedores. En segundo lugar, las **instituciones cognitivas** se refieren al conocimiento y a las habilidades que poseen los habitantes de un país determinado respecto a temas relacionados con la gestión empresarial. Por último, las **instituciones normativas** se refieren al grado en el que los habitantes de un país determinado valoran tanto la actividad emprendedora como la mentalidad creativa e innovadora de las personas (Busenitz y otros, 2000).

Los autores matizan la importancia de cada una de las instituciones y de qué manera influyen sobre el comportamiento emprendedor, diferenciando entre programas legales en las diferentes administraciones, el grado de conocimiento y la cultura innovadora de la sociedad (tabla 1), siendo un enfoque ampliado en posteriores investigaciones (Gray y Cuevas, 2005; Manolova y otros, 2008; Spencer y Gómez, 2004).

Así, de manera global el emprendimiento corporativo se entiende como la orientación de la organización hacia el emprendimiento, y en base a esa orientación se realizan actividades emprendedoras como la creación de un nuevo negocio corporativo o actividades de renovación estratégica (Antoncic y Hisrich, 2001, 2003). Desde una

perspectiva institucional planteamos cómo las diferentes instituciones existentes (reguladoras, normativas y cognitivas) pueden mejorar la orientación que tenga la organización hacia el emprendimiento y favorecer la puesta en práctica de actividades emprendedoras corporativas.

Tabla 1: Las dimensiones institucionales de Scott y Busenitz y otros (2000)

	Scott (1995)	CIP (Busenitz y otros, 2000)
REGULADOR	Reglas y leyes que regulan las actividades de las organizaciones, mostrando un modelo de comportamiento en la conformidad y las sanciones.	Leyes, regulaciones y políticas gubernamentales que proveen apoyo a los nuevos negocios, reduciendo el riesgo, y facilitando los esfuerzos para adquirir recursos
NORMATIVO	Reglas que introducen una dimensión prescriptiva, evaluadora y de obligación dentro de la vida social. Incluyen valores y normas, definen metas y objetivos además de cuál es la manera más apropiada de conseguirlo.	El grado en el que los habitantes de un país determinado valoran tanto la actividad emprendedora como la mentalidad creativa e innovadora de las personas
COGNITIVO	Reglas que constituyen la naturaleza de la realidad y las fórmulas a través de las cuales se elabora el significado. Son modelos de comportamiento individual basados en la construcción subjetiva de reglas y significados	Grado de conocimiento y habilidades que poseen los habitantes de un país determinado respecto aspectos relacionados con la gestión empresarial.

Fuente: *Elaboración propia*

Para un mayor desarrollo del emprendimiento en la sociedad, sus organizaciones, y las personas que la componen, se debe ir más allá de las investigaciones que se centran de forma exclusiva en los aspectos formales y legales (Capelleras y otros, 2008; Child y Tsai, 2005) en la búsqueda de oportunidades emprendedoras.

El mayor desarrollo del emprendimiento en una sociedad, territorio o campo organizativo pasa porque las instituciones mejoren posibles elementos estructurales desfavorables, como por ejemplo el miedo o la poca capacidad para asumir riesgos. Fomentar una buena educación empresarial en todos los niveles (secundaria y universidad) creará unos esquemas cognitivos en la sociedad con una menor aversión a los temas relacionados con la empresa, la gestión de la incertidumbre y el riesgo.

Además, la innovación tiene que ser en un pilar de la cultura. La sociedad debe valorar positivamente la creatividad y la puesta en práctica de ideas en actividades empresariales. La menor aversión al riesgo junto con una mentalidad innovadora en la sociedad ayudará a cambiar los modelos de orientación estratégica que tengan las organizaciones hacia posiciones emprendedoras. Las instituciones, por tanto, pueden potenciar el perfil emprendedor a través de los valores, la cultura y el grado de conocimiento de la sociedad (Ahlstrom y Bruton, 2002; Kshetri, 2009).

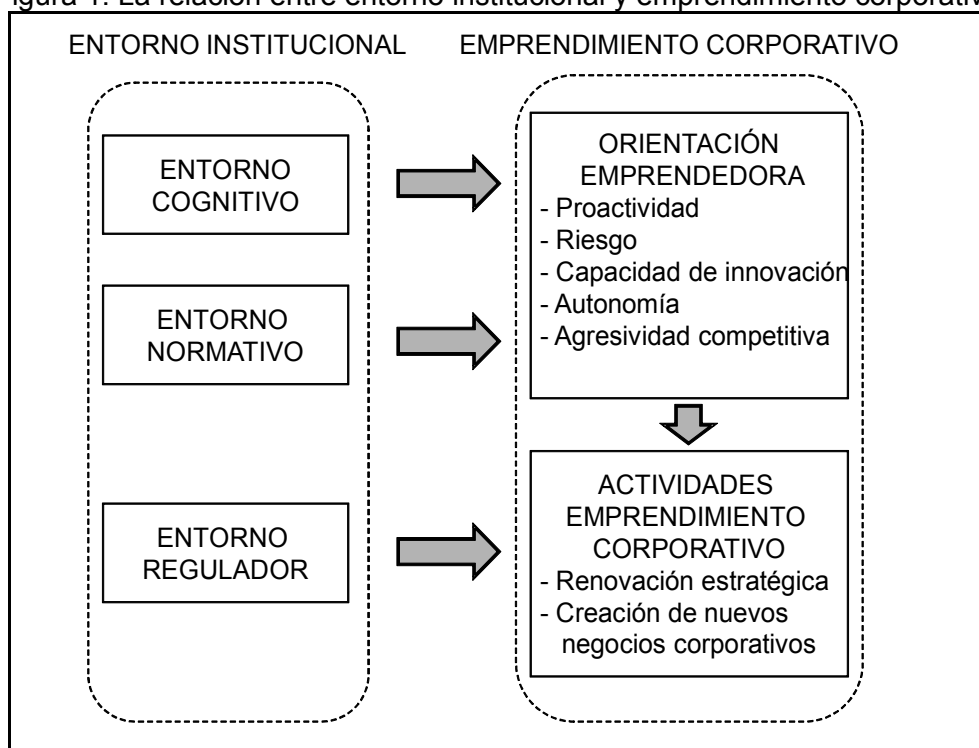
Posteriormente, se necesita un adecuado sistema de incentivos y programas de apoyo empresarial para la traslación de ideas y habilidades emprendedoras a actividades generadoras de valor, procurando fortalecer la capacidad de emprendimiento y mejorar así el crecimiento y el empleo.

Las instituciones relacionadas con los aspectos sociales y culturales de la sociedad, (entorno cognitivo y normativo) influyen sobre el perfil emprendedor de la organización (orientación emprendedora). La existencia de una cultura innovadora en la sociedad presiona a las organizaciones de un mismo campo a adoptar una orientación emprendedora más fuerte. Además, el desarrollo de habilidades empresariales en la sociedad influirá en la capacidad de las organizaciones para asumir iniciativas y posturas competitivas en el mercado.

Además de una adecuada orientación emprendedora, la existencia de programas de apoyo a las empresas, de subvenciones a la actividad empresarial y la eliminación de barreras legales para poner en marcha actividades empresariales ayudará a iniciar nuevas actividades emprendedoras corporativas, bien de creación de nuevos negocios, bien de actividades de renovación (Child y Tsai, 2005).

Todo este análisis nos lleva a plantear un modelo que establece las posibles relaciones entre instituciones y emprendimiento corporativo (Figura 1).

Figura 1: La relación entre entorno institucional y emprendimiento corporativo.



Fuente: Elaboración propia.

5. CONCLUSIONES

Este trabajo se presenta con el objetivo de establecer la aplicabilidad de la teoría institucional para explicar el desarrollo del emprendimiento corporativo. Por ello, se plantea un modelo que relacione las diferentes dimensiones del entorno institucional con el emprendimiento corporativo, definido éste como aquel que surge el interior de las organizaciones ya existentes (Burgelman, 1983).

El emprendimiento corporativo es un aspecto estratégico clave para obtener una ventaja competitiva sostenible en el tiempo para las organizaciones (Antoncic y Hisrich, 2004; Covin y Miles, 2008; Dess y Lumpkin, 2005), siendo una de las vías de éxito con las que las empresas se pueden comprometer. Igualmente, desde el punto de vista social, el emprendimiento corporativo es fundamental por su contribución al desarrollo a través de la generación empleo, del crecimiento económico y la innovación (de la Vega y otros, 2008, 2009; Drucker, 1985; Schumpeter, 1934).

La aplicabilidad de la teoría institucional se establece al determinar que el desarrollo de instituciones que favorezcan la iniciativa emprendedora constituye una de las vías posibles para desarrollar el emprendimiento corporativo, ya que ejercen diferentes tipos de presión sobre las organizaciones, afectando a su nivel de emprendimiento (Bruton y otros, 2010; Spencer y Gómez, 2004).

Las investigaciones en este campo no han sido capaces de validar un modelo explicativo aceptado mayoritariamente, pero los investigadores siguen analizando diferentes formas de relación entre las instituciones y emprendimiento para obtener unas conclusiones que sean válidas para la comunidad científica. Este trabajo presenta un modelo donde se analiza la influencia institucional a través de sus factores reguladores, normativos y cognitivos y el emprendimiento corporativo a través de la orientación hacia el emprendimiento de la organización y las posibles actividades emprendedoras que puede llevar a cabo.

El trabajo pretende resaltar también que el emprendimiento corporativo se ve afectado por el entorno institucional en el que se encuentre. Pero este entorno no sólo viene referido a la existencia de un marco legal que permita la entrada en determinados sectores o a la facilidad para adquirir recursos, sino que el entorno socio-cultural ejerce también una influencia sobre la orientación que tengan las organizaciones hacia el emprendimiento.

Desde una perspectiva institucional, se debe fomentar el espíritu emprendedor en un sentido muy amplio: el de las actitudes, las preferencias y capacidades de la persona, lo que exige potenciar los valores que definen ese espíritu. Además, se debe crear un adecuado sistema de incentivos para la traslación de ideas y habilidades emprendedoras a actividades generadoras de valor, que son las que contribuyen a generar valor y desarrollo.

Este modelo establece que las instituciones relacionadas con el grado de conocimiento, los valores y la cultura de la sociedad (cognitivos y normativos) influyen en el nivel de orientación emprendedora de la organización. Por ello, fomentar una mejor educación empresarial y convertir la innovación en un pilar de la cultura es clave para mejorar la orientación de la organización hacia el emprendimiento, debido a la presión que ejercen las instituciones sobre las organizaciones de un mismo campo.

La actitud de la organización hacia el emprendimiento se debe transformar en nuevas iniciativas empresariales. Para ello, la existencia de leyes, reglamentos y programas de apoyo (entorno regulador) dirigidos a la puesta en práctica de iniciativas empresariales influye positivamente en nuevas acciones de emprendimiento corporativo.

Este trabajo pretende ser el punto de partida de posteriores investigaciones empíricas que sirvan para verificar las relaciones planteadas en el modelo desarrollado que explica las relaciones existentes entre las diferentes instituciones existentes en el entorno y el emprendimiento corporativo.

BIBLIOGRAFÍA

- Ahlstrom, D. y Bruton, G.D. (2002) 'An institutional perspective on the role of culture in shaping strategic actions by technology-focused entrepreneurial forms in China', *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 26, no. 4, pp. 53-69.
- Antoncic, B. y Hisrich, R.D. (2001) 'Intrapreneurship: construct refinement and cross-cultural validation', *Journal of Business Venturing*, vol. 16, pp. 495-527.
- Antoncic, B. y Hisrich, R.D. (2003) 'Clarifying the intrapreneurship concept', *Journal of Small Business and Enterprise Development*, vol. 10, no. 1, pp. 7-24.
- Antoncic, B. y Hisrich, R.D. (2004). 'Corporate entrepreneurship contingencies and organizational wealth creation', *Journal of Small Business and Enterprise Development*, vol. 23, no. 6, pp. 518-550.
- Barley, S.R. y Tolbert, P.S. (1997) 'Institutionalization and structuration: studying the links between action and institution', *Organization Studies*, vol. 18, no. 1, pp. 93-117.
- Baumol, W.J., Litan, R.E. y Schramm, C.J. (2009) *Good capitalism, bad capitalism, and the economics of growth and prosperity*, New Haven, CT: Yale University Press.
- Bhide, A. (2000) *The origin and evolution of new businesses*, New York: Oxford University Press.
- Boons, F. y Stranegard, L. (2000) 'Organizations coping with their natural environment. A laboratory for institutionalization?' *International Studies of Management and Organizations*, vol. 30, no. 3, pp. 7-17.
- Bruton, G.D., Ahlstrom, D. y Li, H-L. (2010) 'Institutional theory and entrepreneurship: Where are we now and where do we need to move in the future?' *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 34, no. 3, pp. 421-440.
- Burgelman, R.A. (1983) 'Corporate entrepreneurship and strategic management: insights from a process study', *Management Science*, vol. 29, pp. 1349-1363.
- Busenitz, L.W., Gómez, C. y Spencer, J.W. (2000) 'Country institutional profiles: Interlocking entrepreneurial phenomena', *Academy of Management Journal*, vol. 43, no. 5, pp. 994-1003.
- Cantillon, R. (1734) *Essai sur la nature du commerce en general*. London: MacMillan.
- Capelleras, J., Mole, K.F., Greene, F.J. y Storey, D. (2008) 'Do more heavily regulated economies have poorer performing new ventures? Evidence from Britain and Spain', *Journal of International Business Studies*, vol. 39, pp. 688-704.
- Child, J., y Tsai, T. (2005) 'The dynamic between firms' environmental strategies and institutional constraints in emerging economies: Evidence from China and Taiwan', *Journal of Management Studies*, vol. 42, no. 1, pp. 95-125.
- Collins, O. y Moore, D.G. (1970) *The organization makers*. New York: Appleton
- Comisión de las Comunidades Europeas, (2003) *Libro Verde, El Espíritu Empresarial en Europa*, Bruselas: Comisión
- Covin, J.G. y Miles, M.P. (2008) 'Strategic use of corporate venturing', *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 31, no. 2, pp. 183-207.
- Covin, J.G. y Slevin, D.P. (1991) 'A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior', *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 16, no. 1, pp. 7-25.