

# INNOVACIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS EMPRENDEDORES EN ESPAÑA

**INMACULADA CARRASCO**  
**M<sup>a</sup> SOLEDAD CASTAÑO**

Universidad de Castilla-La Mancha

Desde hace algún tiempo, los decisores políticos vienen prestando mucha atención a la relación que existe entre innovación, crecimiento económico y actividad emprendedora. La literatura ha desvelado la existencia de una correlación positiva entre dichas variables (Larraza *et al.*, 2007; Audretsch, Keilbach y Lehman, 2006; Acs *et al.* 2002, Acs *et al.* 1994, Armignion y Acs, 2002; Wennekers y Thurik, 1999).

Los modelos de crecimiento endógeno señalan que la difusión de tecnología puede llevar a la convergencia real, cuando el crecimiento se explica por el proceso tecnológico endógeno (Escot y Galindo, 1997; Galindo y Escot, 1998a y 1998b). Por su parte, la Hipótesis del Crecimiento señala que dado un nivel de inversión en conocimiento y la severidad del filtro del conocimiento, niveles más altos de crecimiento económico resultarán de una mayor actividad emprendedora, ya que el *entrepreneurship* (o capital emprendedor) sirve de mecanismo facilitador de los *spillovers* y la comercialización del conocimiento (Audretsch, 2005; Audretsch *et al.* 2006 y Audretsch y Keilbach, 2004).

El punto de partida de muchas teorías de la innovación, es la empresa (Audretsch y Stephan, 1999: 98). Desde el enfoque microeconómico de la empresa, la evidencia muestra que la mayoría de las empresas, incluidas las multinacionales, operan en mercados regionales, más que globales. También resulta probado que la intensidad en I+D se correlaciona positivamente con las ventas, tanto dentro de los bloques regionales, como entre ellos (Cerrato, 2009).

En este artículo nos planteamos analizar las relaciones que existen entre innovación, internacionalización y actividad emprendedora. Para ello, en línea con González-Pernía y Peña-Legazcue (2007), utilizaremos datos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2009 para España.

El trabajo se organiza en cuatro apartados. Tras esta introducción, se destina un punto a resumir las principales aportaciones teóricas sobre el tema que abordamos. Después, se presenta un estudio empírico de la situación de los emprendedores españoles en comparación con los empresarios consolidados, desde la óptica de la internacionalización y la innovación. El artículo se cierra con un apartado de conclusiones.

## MARCO TEÓRICO

Hasta la década de los años 90, la literatura venía relacionando la capacidad de innovar de las empresas con factores internos como el gasto en innovación o el stock de conocimiento que existía en la economía

(por ejemplo, Griliches, 1990; Romer, 1990). Esta idea, sustentada por la función de producción de conocimiento (Griliches, 1979), se manifestaba también válida cuando se aplicaba a la economía en su conjunto o para distintos niveles de agregación, de modo que se ha demostrado que los países más innovadores son aquéllos con un nivel más alto de inversión en I+D y que los productos poco innovadores se ofrecen en los países menos desarrollados, caracterizados por baja producción de conocimiento (Audretsch y Stephan, 1999)

A mediados de los años 90, D. Teece (1996) puso en cuestión los enfoques tradicionales que marcaban la estructura empresarial como el factor determinante de la innovación, sugiriendo que las estructuras formales e informales de la empresa, así como la red de relaciones externas que ésta posea, tienen un importante papel en el tipo y la intensidad de la actividad innovadora llevada a cabo por ella. Dentro de los factores externos, Teece se refiere expresamente al mercado de capitales y el marco legal. Otros autores, aluden al papel de las redes de empresas en la transferencia de tecnología, a la importancia del establecimiento de alianzas y contratos de investigación y la repercusión de las relaciones con proveedores y clientes en el proceso de innovación (Pittiglio *et al.*, 2009)

Más recientemente, la literatura sobre la actividad innovadora de la empresa ha prestado atención a otros factores externos concernientes a las relaciones entre la empresa y agentes como la universidad y otros centros de investigación públicos o privados, de especial relevancia para las pymes, que pueden verse especialmente afectadas por restricciones financieras para innovar (véase, entre otros, Acs *et al.* Freel, 2000; Etzkowitz y Leydersdoff, 2000; Link y Scott, 2005; Markman, *et al.* 2005; Freel y Harrison, 2006).

Otra línea de aportaciones vincula la actividad innovadora de las empresas con su internacionalización. Por ejemplo, Morrison y Roth (1992) demuestran que las empresas con implantación global suelen estar caracterizadas por un mayor nivel de I+D. Grossman y Helpman (1991) y Hadjimanolis (2000) llegan a conclusiones similares; y Kafouros *et al.* (2008), de acuerdo con lo expuesto por Frohman (1982) y Kotabe *et al.* (2002), explican que no todas las empresas están listas para recoger los frutos de la innovación; para ello, deben tener un grado aceptable de internacionalización. Según estos autores, la internacionalización afecta a los retornos de la innovación, pues influyen en los factores que determinan el éxito de la innovación: la capacidad innovativa y su apropiabilidad.

En esta línea, la literatura (véase Kafouros *et al.* 2008 para una síntesis) explica que la internacionalización de la empresa incrementa la capacidad de innovación al tener acceso a más y mejores recursos, ideas y *know-how*; aumentar el aprendizaje de la organización (ya que la innovación es un proceso intensivo de información y conocimiento); facilitar el acce-

CUADRO 1  
GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN

Intensidad exportadora	Emprendedores	Consolidadas
75%-100%	4,09	3,26
25%-75%	8,74	5,94
1%-25%	15,35	12,49
No exporta	71,82	76,63
NS/NC		1,68
TOTAL	100,00	100,00

FUENTE: GEM (2009).

CUADRO 2  
INNOVACIÓN DE PRODUCTO

Innovación de producto	Emprendedores	Consolidadas
Todos	19,43	10,39
Algunos	17,23	10,02
Ninguno	63,33	79,59
TOTAL	100,00	100,00

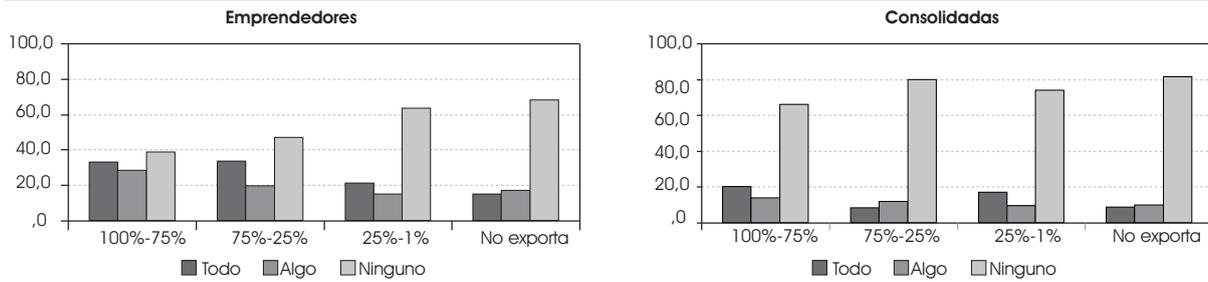
FUENTE: GEM (2009).

so a una mayor diversidad de científicos; permitir penetrar mejor en mercados locales, mediante el compromiso con científicos locales; reducir los costes de los inputs de la I+D; y beneficiarse de los *spillovers* de la I+D.

Por otra parte, la internacionalización también afecta a la explotación y apropiación de la innovación disminuyendo los riesgos (al reducir las fluctuaciones relacionadas con el ciclo de mercados locales o regionales), generando economías de escala, facilitando la reacción ante los deseos y demandas de los clientes extranjeros, explotando más mercados, cargando un premio a los precios de los productos y ofreciéndolos a un mayor número de clientes potenciales y obteniendo activos estratégicos complementarios (mediante alianzas internacionales).

La literatura, por tanto, apoya la idea de que la internacionalización de la actividad de las empresas favorece la innovación.

En otro orden de cosas Audretsch (2005) sugiere que la actividad emprendedora es «el eslabón perdido en el proceso de crecimiento económico, pues facilita el *spillover* del conocimiento desde las universidades y las empresas privadas, dando como resultado la comercialización de ideas que de otra forma permanecerían sin comercializar». Así, la Teoría del Spillover del Conocimiento (Audretsch, 1995) (o del *entrepreneurship* basado en la difusión del conocimiento), muestra el *entrepreneurship* como una respuesta endógena a las oportunidades generadas por la inversión en nuevo conocimiento, realizadas por las empresas o por otras organizaciones, cuando éstas no tienen la habilidad o la capacidad para comercializar dicho conocimiento. De hecho, las industrias y las regiones con una inversión más elevada en conocimiento, presentan una

**GRÁFICO 1**  
**INNOVACIÓN DE PRODUCTO SEGÚN EL GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN**


FUENTE: GEM (2009) y elaboración propia.

tasa más alta de actividad emprendedora (Audretsch *et al.*, 2006).

Es evidente, por tanto, la existencia de dos relaciones paralelas, ambas positivas y a su vez con efectos positivos en el crecimiento económico: una entre innovación e internacionalización y otra entre innovación y actividad emprendedora. Por ello nos planteamos indagar en la situación de los emprendedores en España desde la perspectiva del grado de innovación e internacionalización de su actividad, con el fin de extraer algunas recomendaciones de política económica.

### ANÁLISIS EMPÍRICO DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA ESPAÑOLA EN FUNCIÓN DEL GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN †

El objetivo de este apartado es estudiar empíricamente la relación entre la innovación y el grado de internacionalización de los emprendedores en España. Para ello se van a utilizar datos de 2009 para el caso de España del «Global Entrepreneurship Monitor» (GEM). El proyecto GEM (1) establece como medida de la actividad emprendedora el índice TEA (Total Entrepreneurial Activity o índice de actividad emprendedora total). Este indicador mide la actividad de emprendedores (2) o iniciativas emprendedoras en un año para cualquier país que participe en este proyecto. Los datos han sido tratados con métodos de estadística descriptiva básica con el *software* estadístico SPSS.

Como paso previo al estudio de las características de los emprendedores en función del grado de internacionalización, veamos cual es la situación de los emprendedores y las iniciativas consolidadas, respecto a la internacionalización (cuadro 1) y la innovación (cuadro 2) de su actividad.

En el cuadro 1 se observa que los emprendedores exportan más que las empresas consolidadas en todos los tramos. En principio, este es un buen dato ya que indica que las empresas que se crean intentan buscar nuevos mercados distintos a los nacionales. No obstante, los valores continúan siendo muy

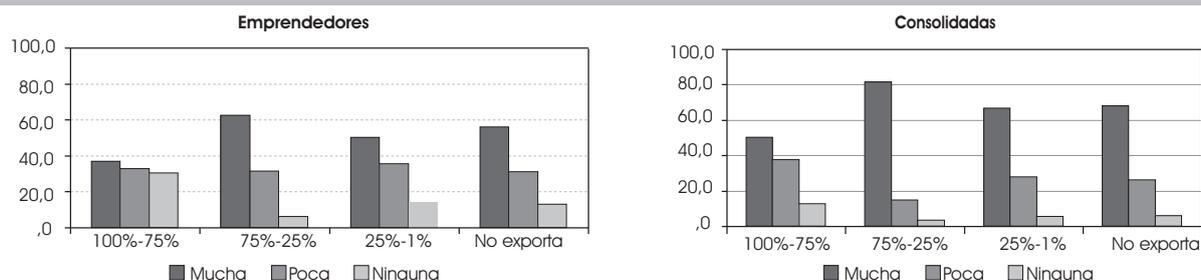
bajos, pues tan sólo el 4,09% de los emprendedores y el 3,26% de las empresas consolidadas están muy internacionalizadas y la mayor parte de los emprendedores y las iniciativas consolidadas no exportan (71,82% y 76,63% respectivamente).

Por su parte, el cuadro 2 recoge los resultados de la pregunta sobre la consideración de los consumidores hacia nuevos productos. Como se puede apreciar, los emprendedores son más innovadores que los empresarios consolidados, pues el 19,43% de los clientes de las iniciativas emprendedoras consideran que los productos que éstas ofrecen son nuevos, frente al 10,39% de las consolidadas. Este dato es positivo, pues la innovación de producto es necesaria para la búsqueda de nuevos huecos en los mercados, posibilitando un mayor crecimiento y empleo. A pesar de ello, todavía es necesario que los empresarios en general sean más innovadores, ya que, como también se puede observar en la mencionada tabla, los consumidores que consideran que el producto no es innovador pesan de manera muy notable.

A continuación, con el fin de estudiar la relación entre el grado de internacionalización y su capacidad innovadora, se analizan distintas preguntas de la encuesta GEM, estableciendo un filtro en función del grado de internacionalización tanto de los emprendedores como de las iniciativas consolidadas.

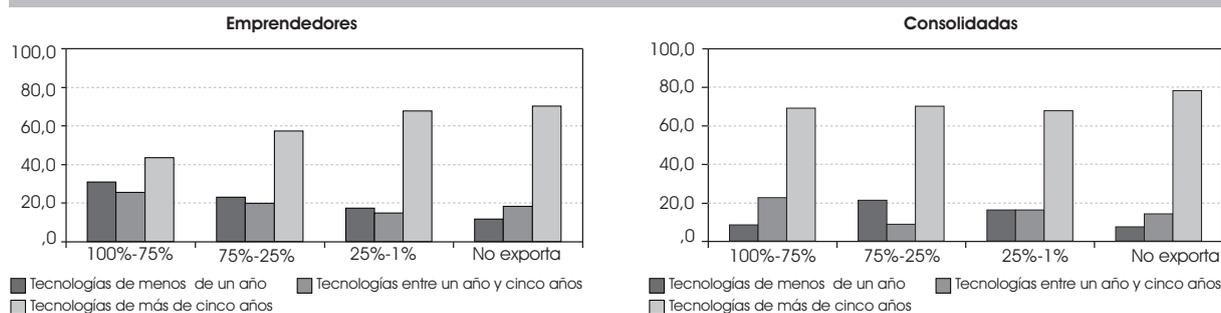
El gráfico 1 recoge los resultados de la pregunta que mide la innovación de producto. Se observa que, en general, los emprendedores son más innovadores que los empresarios consolidados como ya se ha indicado antes. También se observa que las empresas más internacionalizadas son las que más innovan, de acuerdo con la tesis de Kafouros *et al.* (2008). En el caso de los emprendedores que exportan entre el 100% y el 75% de sus productos, son completamente innovadores un 32,8%, mientras que en el caso de los consolidados, tan sólo el 20,1%. Así pues se observa, que cuando los emprendedores y las iniciativas consolidadas están más internacionalizados, son más innovadoras, pues, como se verá seguidamente, la innovación es una condición necesaria para ganar competitividad en los mercados internacionales.

**GRÁFICO 2**  
**GRADO DE COMPETENCIA SEGÚN LA INTERNACIONALIZACIÓN**



FUENTE: GEM (2009) y elaboración propia.

**GRÁFICO 3**  
**ANTIGÜEDAD DE LA TECNOLOGÍA SEGÚN EL GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN**



FUENTE: GEM (2009) y elaboración propia.

Asimismo, se aprecia que dado el mismo grado de internacionalización, los emprendedores son más innovadores que las iniciativas consolidadas, es decir, los nuevos empresarios son conscientes de la necesidad de innovar y buscar nuevos mercados en el exterior, y ambas variables, necesarias para garantizar la supervivencia de estas nuevas empresas, lo que permitirá un mayor crecimiento y empleo. Esto viene a confirmar las aportaciones teóricas antes analizadas (Morrison y Roth, 1992; Grossman y Helpman, 1991 y Hadjimanolis, 2000).

Actualmente, asistimos aún proceso elevado de cierre de negocios, motivado por la bajada del consumo, pero también debido que las empresas en España son poco competitivas, moviéndose en entornos de intensa competencia. El gráfico 2, nos muestra que los emprendedores más internacionalizados son los que se enfrentan a una menor competencia.

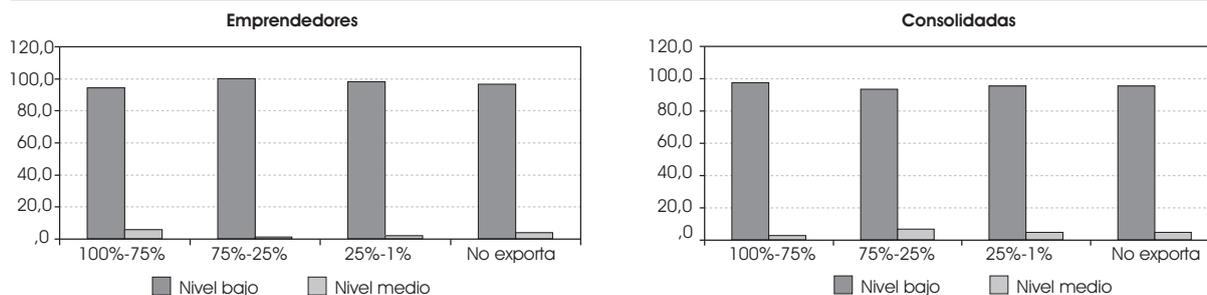
Otra variable a considerar a la hora de estudiar la innovación es la adopción de nuevas tecnologías para el desarrollo de los procesos productivos y de servicios. Tal vez sea en este apartado en el que mayor esfuerzo de inversión y actualización ha hecho nuestro tejido empresarial en los últimos años. Aún así, se puede observar que, en general, las tecnologías que usan tanto los emprendedores como las iniciativas consolidadas son en su mayor parte tecnologías de más de cinco

años, aunque como dato positivo hay que señalar que, de nuevo, son los emprendedores más internacionalizados los que usan en mayor medida tecnologías de menos de un año, un 31% y entre 1 y 5 años, un 25,6% (gráfico 3).

El gráfico 4 recoge el nivel tecnológico del sector al que pertenecen los emprendedores y las iniciativas consolidadas, este dato es muy negativo, ya que en todos los casos la opción «bajo» supera el 90%. Esto es indicativo de uno de los problemas más importantes de la economía española: la especialización en sectores poco productivos, poco innovadores, expuestos a mucha competencia y con bajo nivel tecnológico, que hace que su capacidad de generar empleo y crecimiento en esta situación de crisis sea limitada.

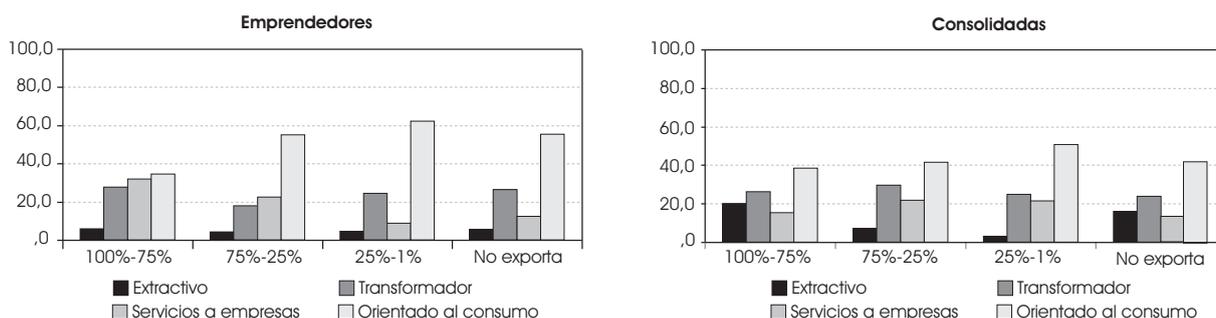
Por su parte, el sector al que pertenecen los emprendedores más internacionalizados se muestra en el gráfico 5, en el que se puede apreciar que los emprendedores más internacionalizados centran su actividad en el sector transformador (manufacturas), y el sector servicios a empresas. Este último dato es positivo debido a los procesos de tercerización que se están produciendo fundamentalmente en las economías desarrolladas y es indicativo de que los nuevos empresarios son capaces de exportar sus servicios fuera de los mercados locales.

**GRÁFICO 4**  
NIVEL TECNOLÓGICO DEL SECTOR SEGÚN EL GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN



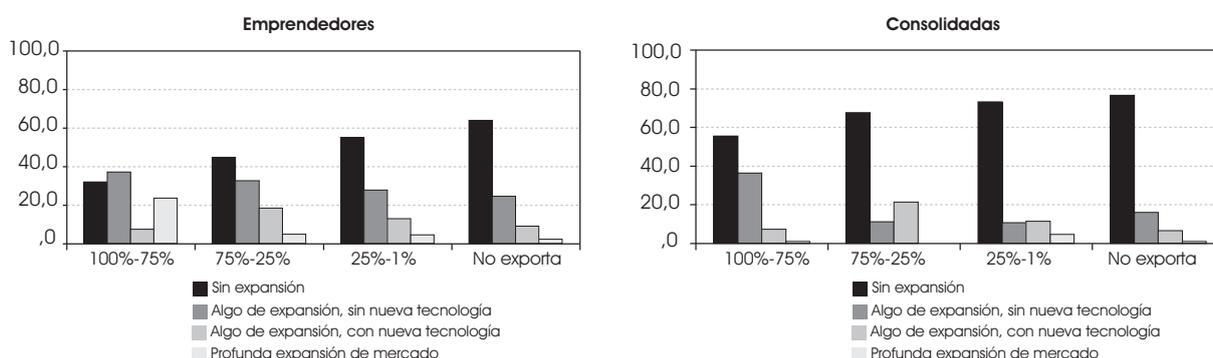
FUENTE: GEM (2009) y elaboración propia.

**GRÁFICO 5**  
SECTOR AL QUE PERTENECEN LAS INICIATIVAS SEGÚN EL GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN



FUENTE: GEM (2009) y elaboración propia.

**GRÁFICO 6**  
EXPANSIÓN DE MERCADO SEGÚN EL GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN



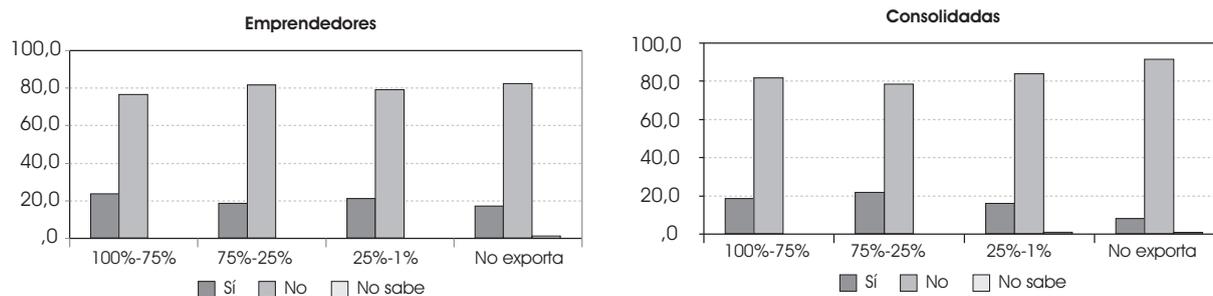
FUENTE: GEM (2009) y elaboración propia.

Por otro lado, vemos que los emprendedores de niveles medios y bajos de exportación se dedican, en gran medida, al sector orientado al consumo, también se puede interpretar como algo positivo, pues supone un avance en la explotación de canales de distribución ya que este ítem, incluye el comercio al por mayor y el comercio minorista. A su vez, los emprendedores que no exportan se dedican en gran medida al sector orientado al consumo, esto se debe en parte al gran peso del sector turismo en España.

Respecto a las iniciativas consolidadas vemos que se dedican sobre todo al sector extractivo y transformador, lo cual puede venir motivado por la especialización productiva de la economía española en el sector de la construcción o en industrias muy intensivas de mano de obra.

Otra variable a considerar son las posibilidades de expansión de los mercados en los que operan los emprendedores y las iniciativas consolidadas (gráfico. 6).

**GRÁFICO 7**  
**TRANSFERENCIA DE I+D DE LA UNIVERSIDAD A LA EMPRESA, SEGÚN EL GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN**



FUENTE: GEM (2009) y elaboración propia.

**CUADRO 3**  
**CONSUMO DE PRODUCTOS INNOVADORES SEGÚN EL GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN**

Intensidad exportadora	75%-100		25%-75%		1%-25%		No exporta	
	Emp.	Cons	Emp.	Cons	Emp.	Cons	Emp.	Cons
Productos o servicios que sean nuevos	91,00	46,17	48,24	35,16	40,05	22,08	53,40	54,50
Productos o servicios basados en nuevas tecnologías	91,00	22,85	44,12	52,49	50,30	31,36	48,92	42,34
Mercados nuevos de productos y servicios que mejoren su vida laboral o profesional	85,42	42,69	43,71	34,88	39,23	15,91	51,64	56,47

FUENTE: GEM (2009) y elaboración propia.

En línea con los resultados anteriores, son los emprendedores más internacionalizados y más innovadores los que manifiestan tener más posibilidades de expansión de mercado: un 23% manifiesta que los mercados en los que trabajan esperan una profunda expansión. En los demás tramos y en el caso de las iniciativas consolidadas, predomina la opción «sin expansión» y «algo de expansión, sin nueva tecnología», estos datos muestran, como ya se ha comentado antes, la falta de innovación y la especialización en sectores de bajo contenido tecnológico del tejido empresarial español.

A continuación se analiza relación entre los emprendedores y la universidad (gráfico 7). En general, se puede observar que es una tarea pendiente de la economía española la mejora de las relaciones universidad-empresa, que como se muestra en el gráfico, es escasa, lo que dificulta que se materialicen los efectos positivos de los *spillover* del conocimiento (Audrestsch *et al.* 2005, Acs *et al.* Freel, 2000; Etzkowitz y Leydersdoff, 2000; Link y Scott, 2005; Markman, *et al.* 2005; Freel y Harrison, 2006). No obstante, de nuevo se ve un aspecto positivo, ya que los emprendedores más internacionalizados son también los que tienen una mayor relación con la universidad, lo que facilitara, en cierta medida, que la transferencia de conocimientos a las empresas se traduzca en una mayor innovación de éstas.

Por último, el cuadro 3 recoge la evolución de la percepción de la población adulta que trabaja en iniciativas emprendedoras o consolidadas sobre consumo de

productos innovadores en el mercado. Como se puede apreciar, las personas que trabajan en empresas nuevas internacionalizadas tienen la pretensión de adquirir productos nuevos, basados en nuevas tecnologías y buscar nuevos mercados de productos que mejoren la vida laboral o profesional, mientras que las empresas consolidadas y los emprendedores menos internacionalizados muestran una tendencia a la austeridad en el gasto en este tipo de productos o servicios.

## CONCLUSIONES ↓

La economía española necesita un cambio en su sistema productivo que genere crecimiento económico y cree empleo. La literatura especializada señala que la actividad emprendedora podría contribuir a este objetivo, siempre y cuando los emprendedores sean innovadores y orienten gran parte de su actividad a los mercados internacionales, pues no todas las empresas están listas para recoger los frutos de la innovación, siendo necesario para ello un grado aceptable de internacionalización.

Este artículo muestra que los emprendedores españoles exportan e innovan más que los empresarios consolidados, usan tecnologías más nuevas, se enfrentan a entornos de menor competencia y con más posibilidades de expansión de mercado. No obstante manifiestan, en gran medida, situarse en sectores de bajo contenido tecnológico, pesando todavía demasiado

los empresarios que no realizan ninguna actividad con el exterior.

Por otra parte, hemos podido constatar la débil relación universidad-empresa. En general, es una tarea pendiente de la economía española la mejora de la misma, para conseguir materializar los efectos positivos de los *spillovers* del conocimiento. Aunque se observa que los emprendedores más internacionalizados son también los que tienen una mayor relación con la universidad.

Los resultados tienen importantes implicaciones de política económica: en general, parece que el camino está bien trazado, pues las nuevas empresas dedican mayores esfuerzos a la innovación. No obstante, debe considerarse que cualquier política que pretenda promover y mejorar la innovación no tiene sólo que contemplar las cuestiones de I+D+i, pues conviene acompañarlas con medidas tendentes a mejorar la internacionalización de las empresas. Debe también hacerse un esfuerzo considerable por mejorar las relaciones universidad-empresa, así como en el incremento de la comercialización del conocimiento. En este punto, parece probado que los emprendedores tienen ventajas, por lo que no hay que descuidar el fomento de la actividad emprendedora.

#### NOTAS †

- [1] GEM es un proyecto de investigación internacional iniciado en 1999 con el objetivo de estudiar y medir la actividad emprendedora en una muestra amplia de países, en el año 2009 formaban parte de este proyecto un total de cuarenta y dos países. En cada uno de ellos se realizan un mínimo de 2000 encuestas a adultos. El cuestionario consta de 330 preguntas.
- [2] GEM entiende por emprendedor cualquier adulto (entre 18 y 64 años) que esté inmerso en el proceso de puesta en marcha de un negocio o empresa, del cual vaya a poseer parte o todo y/o que, actualmente, sea propietario-gerente de todo o parte de un negocio o empresa joven (hasta 42 meses de actividad). Esta definición incluye, por tanto, el auto empleo (Bosma, *et al.*, 2008). Más allá de los 42 meses de actividad, se considera que las iniciativas ya son consolidadas.

#### BIBLIOGRAFÍA †

ACS, Z.; AUDRETSCH, D. y FELDMAN, M. (1994): «R&D spillovers and recipient firm size». *The Review of Economics and Statistics*, nº 76, pp. 336-340.

ACS, Z. J.; ANSELIN, L. y VARGA, A. (2002): «Patents and innovations counts as measures of regional production of new knowledge». *Research Policy*, nº 31, pp. 1069-1085.

ARMIGNON, C. y ACS, Z. J. (2002): «The determinants of regional variation in new firms formation». *Regional Studies*, nº 36, pp. 33-45.

AUDRETSCH, D. (1995): *Innovation and industry evolution*. Cambridge: MIT Press.

AUDRETSCH, D. (2005): «The Emergence of Entrepreneurial Economics» en Vinig, R.C.W. Van Der Voorf (eds), *Research on Technological Innovation, Management and Policy*, vol 9, pp. 37-

54. Artículo recogido posteriormente en Audretsch (ed.), 2006, *Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth*. Northampton, MA: Edward Elgar.

AUDRETSCH, D. y STEPHAN, P.E. (1999): «Knowledge spillovers in biotechnology: sources and incentives». *Journal of Evolutionary Economy*, nº 9, pp. 97-107.

AUDRETSCH, D.; KEILBACH, M. y LEHMAN, E. (2006): *Entrepreneurship and Economic Growth*. Oxford: Oxford University Press.

BOSMA, N. ACS, Z.J. AUTIO, E. CODURAS, A y LEVIE, J. (2008): *Global Entrepreneurship Monitor: 2008 Executive Report*, London, London Business School.

CERRATO, D. (2009): «Does innovation lead to global orientation? Empirical evidence from a sample of Italian firms». *European Management Journal*, nº 27, pp. 305-315.

ESCOT, L. y GALINDO, M.A. (1997): «Difusión tecnológica y modelos de crecimiento». Documento de Trabajo 9705. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad Complutense de Madrid.

ETZKOWITZ, H. y LEYDESDORFF, L. (2000): «The dynamics of innovation: from national Systems and "Mode 2" to a triple helix of university-industry-government relations». *Research Policy*, vol. 29, nº 2, pp. 313-303.

FREEL, M. (2000): «External linkages and product innovation in small manufacturing firms». *Entrepreneurship and Regional Development*, nº 12, pp. 245-266.

FREEL, M.S. y HARRISON, R.T. (2006): «Innovation and cooperation in the small firm sector: evidence from northern Britain». *Regional Studies*, vol. 40, nº 4, pp. 289-305.

FROHMAN, A. L. (1983): «Technology as a competitive weapon». *Harvard Business Review*, vol. 60, nº 1, pp. 97-104.

GALINDO, M. A. y ESCOT, L. (1998a): «The Technological catch-up effects on the convergence hypothesis of the growth models». Research Studies Series, University of York, Research Study, nº. 116.

GALINDO, M. A. y ESCOT, L. (1998b): «La transmisión internacional de tecnología: ventajas y problemas». *ICADE*, nº 44, mayo-agosto, pp. 113-129.

GRILICHES, Z. (1979): «Issues in Assessing the Contribution of Research and Development to Productivity Growth». *Bell Journal of Economics*, vol. 10, nº 10, pp. 92-116.

GRILICHES, Z. (1990): «Patent statistics as economic indicators: a survey». *Journal of Economic Literature*, vol. 28, nº 4, pp. 92-116.

GONZÁLEZ-PERNÍA y PEÑA-LEGAZCUE (2007): «Determinantes de la capacidad de innovación de los negocios emprendedores en España». *Economía Industrial*, nº 363, pp.129-147.

GEM (2009): Base de datos GEM: España, <http://www.ie.edu/gem/>

GROSSMAN, G.M. y HELPMAN, E. (1991): «Trade, knowledge spillovers and growth». *European Economic Review*, nº 35 pp. 517-526.

HADJIMANOLIS, A (2000): «A resource-based view of innovativeness in small firms». *Technology Analysis & Strategic Management*, vol. 12, nº 2, pp. 263-281.

KAFOUROS M.I., BUCKLEY P.J., SHARP J.A., y WANG, C. (2008): «The role of internationalization in explaining innovation performance». *Technovation*, vol. 28, nº 1-2, pp. 63-74.

KOTABE, M.; SRINIVASAN, S.S; y AULAKH, P.S. (2002): «Multinationality and firm performance: the moderating role of R&D and marketing capabilities». *Journal of International Business Studies*, vol. 33, nº 1, pp. 79-97.

LARRAZA, M.; CONTÍN, I. y BAYONA, C. (2007): «Actividad emprendedora, innovación y desarrollo económico». *Economía Industrial*, nº 363, pp. 119-128.

LINK, A.N. y SCOTT, J.T. (2005): «Opening the Ivory Tower's door: an analysis of the determinants of the formation of U.S. university spin-off companies». *Research Policy*, vol. 34, nº 7, pp. 1106-1112.

MORRISON, A.J., & ROTH, K. (1992): «A taxonomy of business-level strategies in global industries». *Strategic Management Journal*, nº 13, pp. 399-418.

MARKMAN, G.D.; GIANIODIS, P.T.; PHAN, P.H. y BALKIN, D. B. (2005): «Innovation speed: Transferring university technology to market». *Research Policy*, nº 34, pp. 1058-1075.

PITTIGLIO, R; SICA, E. y VILLA, S. (2009): «Innovation and internationalization: the case of Italy». *Journal of technology Transfer*, nº 34, pp. 588-602.

ROMER, P.M. (1990): «Endogenous technological change». *The Journal of Political Economy*, vol. 98, nº 5, pp. 71-102.

TEECE, D.J. (1996): «firm organisation, industrial structure and technological innovation». *Journal of Economic Behaviour & Organisation*, nº 31, pp. 193-224.

WENNEKERS, S. y THURIK, R. (1999): «Linking entrepreneurship and economic growth». *Small Business Economics*, vol. 13, nº 1, pp. 27-55.