

Cuantificación de un índice global de calidad empresarial

Quantification of entrepreneurial quality global index

Ignacio Javier Cruz Rodríguez¹

Resumen

El objetivo de este artículo es cuantificar un Índice Global de Calidad Empresarial (IGCE) para 56 países que busca jerarquizar la calidad del desempeño del sector empresarial al interior de cada nación. Se utiliza el razonamiento de Joseph Schumpeter para caracterizar las variables incluidas en el análisis. Mediante el uso de componentes principales se estima un índice que jerarquiza de mayor a menor la calidad del desempeño. Los resultados indican que el país con mayor calidad empresarial es Estados Unidos mientras que el de menor es República Dominicana. Se discute la posibilidad de usar el índice como herramienta de política pública.

Palabras clave: Joseph Schumpeter, calidad empresarial, índice global.

JEL: M00, H32

Abstract

The main objective of this paper is to quantify a Quality Entrepreneurial Global Index (QEGI) that quantifies the quality of entrepreneur in each of 56 countries involved. I use Schumpeterian approach to characterize the included variables. I use principal components to construct the index. The results show that United States entrepreneurs have the highest quality while entrepreneurs of Republica Dominicana have the lowest. I discuss the possible use of QEGI.

Key words: Joseph Schumpeter, Entrepreneurial Quality, global index.

JEL: M00, H32

Introducción

La influencia de Schumpeter es muy basta en la literatura que versa sobre liderazgo, emprendedurismo y comportamiento empresarial. De hecho, en opinión de autores como Croitoru (2012: 137), de todas las teorías que abordan

¹ Doctor en Economía por Fes Acatlán-UNAM. Catedrático CONACYT – Centro de Investigaciones Socioeconómicas. Universidad Autónoma de Coahuila. Profesor de posgrado.

la cuestión empresarial, la de Schumpeter es la más completa. Otras teorías que resaltan tanto la importancia como las características de los empresarios y su impacto en la economía se encuentran la escuela alemana que, en palabras de Audretsch (2003), incluye a von Thunen y al mismo Schumpeter; la escuela de Chicago que engloba a autores como Frank Knight y Shultz; y la escuela de Austria que contiene a von Mises y Kirzner o incluso la llamada escuela Neo-Schumpeteriana que, según Hanusch y Pyka (2006: 276), resalta el papel del conocimiento, la innovación y el emprendedurismo a nivel microeconómico².

Existe una diferencia entre empresa y empresario, según Schumpeter (1997: 84), la primera es la realización de nuevas combinaciones entre factores productivos y la segunda, son los individuos encargados de dirigir tal realización. Las características fundamentales de todo empresario que desembocan en la creación de nuevas combinaciones representan iniciativa, autoridad o previsión de un empresario. Aunque en otra parte de su razonamiento, Schumpeter menciona que el empresario típico también posee voluntad de conquista, de lucha, de manifestarse como superior a los demás, de tener éxito por el éxito mismo y no necesariamente por sus frutos (1997: 102).

Algunos autores, entre los que se encuentran Audretsch (2002), Santos-Cumplido y Liñan (2007) consideran que la actividad empresarial debe ser analizada desde un punto de vista multidimensional dado que no hay un concepto generalmente aceptado que incluya aspectos sociológicos, institucionales, económicos y políticos. Es decir, no todo el análisis del rol del empresario debe ser económico. Tampoco debe perderse de vista que los empresarios enfrentan situaciones particulares en cada nación que pueden contribuir a mejorar o a dañar la calidad empresarial tales como excesiva burocracia, corrupción, mercado interno deprimido, entre otras.

En casi todos los países del mundo existen empresarios que tienen cierto desempeño. La calidad de ese desempeño es lo que se busca medir con la cuantificación del Índice Global de Calidad Empresarial (en adelante IGCE). La palabra calidad toma un rol especial pues se refiere al comparativo entre empresarios y por tanto a la jerarquización (superioridad o inferioridad) de un conjunto de características que los hace ajustarse a la visión de empresario Schumpeteriano.

En la literatura revisada ya existen índices de calidad empresarial como el de Santos-Cumplido y Liñan (2006), quienes basados en un modelo de calidad empresarial construido por ellos mismos, incluyen conceptos como ambición, innovación, colaboración y proactividad y fue aplicado para la región española de Sevilla. Los autores utilizaron mínimos cuadrados parciales para cuantificar su índice. Dicho índice no se aplicó a nivel internacional y su base es solo conceptual y no teórica.

Para cuantificar el IGCE este manuscrito se divide en cuatro secciones. En la segunda se remarcan los aspectos teóricos que soportan la construcción del

2 Incluso se puede apreciar su influencia en otras teorías como la evolucionista. A este respecto véase Sledzik (2015).

índice. En la tercera se expone la técnica de cuantificación del mismo y en la última sección se presentan las conclusiones.

Aspectos teóricos

El pensamiento de Schumpeter además de ser profundo y variado³, de acuerdo con Girón (2000:1079), incluye temas como el ciclo económico y la crisis, el análisis institucional, el Estado, las empresas y el empresario emprendedor. Según Mungaray y Palacio (2000: 1085), en la visión de Schumpeter se incluyeron aspectos de competencia, monopolio y crecimiento que lo sitúa en un papel relevante en el pensamiento económico. Otra perspectiva que puede resultar interesante es la relación que Schumpeter propone entre hacer negocios y tener relaciones políticas, de acuerdo con Paster (2016), las relaciones entre empresarios e instituciones políticas son adaptativas y entre las dos generan cambios económicos aunque a pesar de todas sus bondades no está libre de críticas⁴.

Para algunos autores como Hammond (1984), antes de apreciar la relevancia de Schumpeter es necesario identificar problemas económicos para entender sus contribuciones. En este mismo sentido Hazel (2015:35), indica que sus aportaciones se centran en la manera en que observa el funcionamiento de las economías a partir del consumo de nuevos productos, nuevos métodos de producción y transportación, nuevos mercados creados por los empresarios y emprendedores y, en general, las nuevas formas de organización industrial.

En la visión de Schumpeter las empresas son entendidas como la realización de nuevas combinaciones y los empresarios como individuos encargados de dirigir la realización de las combinaciones que resultan ser la base del desenvolvimiento económico. De acuerdo con Kirzner (1999: 7), el empresario Schumpeteriano es disruptivo pues destruye el equilibrio preexistente. Las acciones de dicho empresario tienden a desequilibrar el mercado. Según Montoya (2004:209), Schumpeter creía que los procesos económicos surgen desde dentro del sistema y no desde fuera. El mismo autor afirma que Schumpeter tomó de Walras la noción de empresario pero en lugar de su figura pasiva del sistema de equilibrio general la sustituyó por un agente activo del progreso económico.

En lo que resta de esta sección se agruparán el razonamiento, las opiniones y conclusiones a que llega tanto Schumpeter como los autores a los que se hará referencia. No se profundizará mucho pues no es el objetivo del artículo, más bien se busca remarcar aspectos importantes de cada variable de las que serán utilizadas en la siguiente sección.

3 Portugal et al (2017:27) realizaron un análisis bibliométrico y determinaron que Schumpeter es uno de los autores que más influencia tiene en publicaciones tanto gerenciales como de emprendedurismo y empresariedad en el mundo.

4 Véase para un resumen de las críticas existentes a Valencia y Patlán (2011).

Una de las primeras variables que llama la atención en Schumpeter es la innovación. Esta es un proceso de mutación industrial que necesariamente revoluciona la estructura económica desde dentro de la misma que destruye las estructuras anteriores creando constantemente nuevas estructuras. Un empresario debe fomentar cinco formas diferentes de innovación en el mercado. Estas innovaciones se pueden resumir en la introducción de un nuevo bien que tenga cierta calidad y con el que los consumidores no se hayan familiarizado. La segunda es la introducción de un nuevo método de producción que no haya sido probado antes que puede consistir en una nueva forma de manejar comercialmente una mercancía. La tercera innovación es la apertura de un nuevo mercado en el que no haya entrado la rama especial de la manufactura. El cuarto es la conquista de una nueva fuente de aprovisionamiento de materias primas que no hayan existido anteriormente. Por último, la última innovación se refiere a la creación de una nueva organización de cualquier industria, como la de una posición de monopolio (Schumpeter, 1997:77). Estos cinco tipos de innovación son lo que impulsan los cambios estructurales que bajo la óptica de Schumpeter impulsan el desarrollo que es visto por él como un proceso histórico de cambios estructurales.

El proceso de innovación está dividido en cuatro dimensiones que son: invención, innovación, difusión e imitación. La invención tiene poco impacto mientras que la difusión y la imitación tienen mucho mayor impacto en el estado de la economía y la innovación es identificada como destrucción creativa. Este concepto es fundamental pues es el hecho básico del capitalismo y tiene como agente del cambio al empresario innovador. La destrucción creativa implica la introducción de nuevos bienes y servicios, nuevas industrias y nuevos competidores que hacen frente a los ya existentes, por lo que los productores tienen que sobrevivir mediante la racionalización de la producción con nuevas y mejores herramientas que hacen que los trabajadores sean más productivos y sus productos más competitivos (De la corte, 2015: 7). Es también un proceso en el que las nuevas firmas con espíritu empresarial reemplazan a las incumbentes que son menos innovadoras llevando a un mayor grado de crecimiento económico.

De acuerdo con Mungaray y Palacio (2010: 1085), “La competencia real, que es capaz de generar crecimiento y desarrollo económico, pero solo puede ocurrir entre empresas innovadoras que producen bienes diferenciados mediante distintos métodos. En consecuencia, la competencia se da entre productos o tecnologías nuevas contra viejas, pues sólo en industrias que exhiben fuertes elementos monopolistas es posible que grandes empresas empleen técnicas superiores a las de las rivales”. Es por esto que el grado de innovación en que se ostenten las empresas al interior de una nación, es un determinante de la calidad con la que operan los empresarios y las empresas en cada nación.

Si se le adiciona el ingrediente de qué tipo de empresa es la que cuenta con capacidad de innovación, se debe decir que son las grandes empresas las que

tienen esa característica Schmalensee (2000). Esto se debe en buena medida a que desarrollar productos o servicios que se consideren innovadores requieren de presupuestos de magnitud considerable que no suelen estar presentes en las empresas pequeñas.

Dentro de la fase de imitación se encuentra la idea que la innovación no consiste simplemente en encontrar o crear la nueva cosa sino en impresionar lo suficiente al grupo social con ello para arrastrarlo a su estela (Schumpeter, 1934:88). En este sentido, Schumpeter se refiere a la imitación que todo líder busca en el resto de sus homólogos.

El proceso de introducción de innovaciones, por parte de los empresarios y emprendedores, no está exento de resistencias en el entorno, pero de acuerdo a Carrasco y Castaño (2008: 122), el empresario deberá enfrentar y vencer el comportamiento hostil que enfrentan los comportamientos novedosos ya que toda desviación del comportamiento de un miembro de la comunidad será desaprobada por los miembros restantes.

La segunda variable que tiene un peso importante en el análisis es el liderazgo. De acuerdo con Schumpeter, el liderazgo es una clase especial de función, no es solo una mera diferencia de rango. La sensación de liderazgo, propia de los empresarios, es una de las recompensas que éstos buscan al llevar a cabo sus acciones. Por lo que esta característica representa uno de los principales motores que impulsan la actividad empresarial.

El mismo Schumpeter menciona algunos puntos a destacar. Indica que cualquier acción que sobrepase los límites de la rutina tiene problemas pues el individuo carece, en muchas ocasiones, de los datos para tomar decisiones por lo que el éxito de nuevos planes dependen en buena medida de la intuición. En el siguiente punto analiza la reacción que puede tener el medio social con los ciudadanos que buscan llevar a cabo nuevas combinaciones. La reacción puede tomar la forma de problemas de tipo legal o político para lo cual se necesita astucia –propia de los empresarios- y una clase especial de conducta Schumpeter (1997:63). Además, un aspecto importante es diferenciar entre liderazgo económico de invención: Schumpeter afirma (1997: 98) que la invención no tiene importancia sobre la economía si no es puesta en práctica por lo que se debe buscar la aplicación de cualquier mejora.

Según Valencia y Patlán (2011: 26), para Schumpeter la dificultad que afronta el empresario en el ejercicio de su capacidad de liderazgo no radica en el descubrimiento de las oportunidades para llevar a cabo nuevas combinaciones generadoras de beneficio, sino en el desarrollo de esas nuevas combinaciones. En el sentido Schumpeteriano los líderes son personas con facultades excepcionales que aprovechan oportunidades que otros no perciben o que crean oportunidades gracias a su propio arrojo e imaginación Oser y Blanchfield (1980: 491). Un aspecto que cabe resaltar es el contexto institucional en el que el líder se desarrolla, según Ebner (2003:118), el liderazgo Schumpeteriano de los empresarios resalta durante el proceso de innovación llevado a cabo en escenarios institucionales específicos.

La siguiente variable a analizar es el crédito. En la lógica de Schumpeter, el crédito está fuertemente relacionado con la innovación pues los empresarios no necesariamente poseen el capital para llevar a cabo las nuevas combinaciones por lo que para iniciarlas requerirán de la adquisición de medios de producción que pueden provenir del crédito (1997:79). El autor, en palabras de Girón (2000: 1182), reconoce el enorme papel del crédito como dinamizador de la inversión. En este sentido, existe un puente entre el crédito y la variable inversión que es se retoma más adelante.

Schumpeter también se refiere al crédito como la creación de poder de compra con el propósito de transferirlo al empresario. Esta creación caracteriza el método por el cual se realiza el desenvolvimiento en un sistema de propiedad privada y división del trabajo (1997:115). Por lo que el empresario Schumpeteriano toma la forma de deudor en la sociedad capitalista (Croitoru, 2012: 144) pues no es posible, en principio, el desenvolvimiento económico sin el crédito dispuesto directamente a los líderes de los medios de producción ya que la función esencial del crédito consiste en permitir al empresario la retirada de los bienes de producción que precise de sus empleos anteriores, dirigiendo una demanda sobre ellos y forzando al sistema económico por nuevos canales (Schumpeter,1997:112).

La inversión tiene un rol muy importante en el raciocinio de Schumpeter pues de ésta derivan las acciones de los empresarios así como las nuevas combinaciones. Es decir, es difícil convertirse en empresario sin antes invertir. El rol más importante de la inversión se presenta en su hipótesis de los ciclos de negocios en la que se hace énfasis en que las oleadas de innovación de nuevos productos y nuevas empresas generan tales ciclos y tanto los nuevos productos como las nuevas empresas requieren inversión. De acuerdo a Brouwer (2001), no se puede entender el papel de los empresarios en el pensamiento de Schumpeter sin analizar el rol que tiene la inversión.

Para autores que han profundizado en el pensamiento Schumpeteriano como Berumen (2007:17), la tasa de inversión es la variable que determina el crecimiento económico y la distribución del ingreso. Schumpeter afirma (1997:82), que las sumas necesarias para la compra de los medios que se utilizarán en las nuevas combinaciones provienen del crecimiento anual de los ahorros sociales que son fondos que son el resultado de innovaciones anteriores hechas con éxito. Al mostrar la actualidad del pensamiento de Schumpeter, Alonso y Fracchia (2011: 19), indican que los procesos de toma de decisiones de inversión pueden verse afectadas por la incertidumbre inherente al entorno del empresario. Esta incertidumbre se encuentra constantemente afectando tales procesos y proviene tanto de las propias economías en las que operan los empresarios como del exterior hablando de economías globalizadas.

De la misma forma, se considera necesario apuntar que una vez terminado el proceso de inversión vendrán los beneficios que serán un reflejo de la calidad del emprendedor: el mejor emprendedor obtendrá más ingresos, mientras

que el emprendedor marginal sólo obtendrá para pagar los intereses Carrasco y Castaño (2008: 122). Esta afirmación se puede relacionar con los ingresos o riqueza que hayan acumulado los empresarios ya que implica que los mejores empresarios tendrán más riqueza que los peores. Esta aseveración será tomada en cuenta para la construcción del índice.

Existen varios conceptos dentro del pensamiento Schumpeteriano que difícilmente pudieron tomarse en cuenta para la construcción del índice pues resultó complicado encontrar una variable que pudiera representar a tales conceptos en los años que abarcó el estudio, como ejemplos pueden ser la adaptación creativa y la adaptación pasiva. Otras variables, como la estructura de mercado que resultan importantes bajo el raciocinio Schumpeteriano resultaron difíciles de calcular u obtener por ser indicadores muy específicos en cada país. De la misma forma la relación entre gobierno y empresarios en la visión de Schumpeter puede entenderse de varias formas. Una que podría estar relacionada con la construcción del IGCE es la referente a política industrial, esta relación está bien explorada⁵ en Ebner (2009).

Si se toman en cuenta globalmente las variables que se han discutido, se pueden caracterizar bajo el atributo de calidad. La calidad será entendida como el conjunto de propiedades inherentes a la actividad empresarial de cada país. Este atributo permitirá valorar a los empresarios en cada nación y establecer con base en un puntaje la jerarquización de la calidad de su actividad. Las diferencias entre los niveles del puntaje obtenido podrán arrojar luz sobre la superioridad o inferioridad de sus acciones como empresarios.

Construcción del índice global de calidad empresarial

La técnica de componentes principales ha sido ampliamente utilizada en diversos análisis en ciencias sociales. De acuerdo con De la Fuente (2005: 3), este método tiene por objetivo transformar un conjunto de variables, a las que se denomina originales, en un nuevo conjunto de variables. Estas últimas se caracterizan por estar incorrelacionadas entre sí y, además, pueden ordenarse de acuerdo con la información que llevan incorporada.

La disponibilidad de información permitió usar variables entre el periodo 2006-2016 para 56 países. El índice utiliza un total de seis variables. Todas están ordenadas en valores descendentes. Es decir, para cada una un mayor valor denota una mejor posición y un menor valor respecto del resto de países indica una peor posición.

Para representar el grado de innovación se utilizó el índice global de innovación. No debe perderse de vista que este índice no solo toma en cuenta innovaciones provenientes del sector privado sino que también se incluye innovación generada en el sector público⁶.

5 No se incluyó por falta de información tanto en un periodo suficiente como para un número suficiente de países.

6 Este índice engloba variables como gasto en investigación y desarrollo así como patentes obtenidas,

Para representar al liderazgo se utilizó como variable *proxy* la suma del valor que tienen las empresas del ranking de las 100 más valiosas del mundo correspondiente a cada país. Esta variable se incluyó bajo el razonamiento de que pertenecer a ese listado requiere de cierto nivel de liderazgo es su país de origen.

Se consideró que aparecer en lista Forbes de las personas con mayores niveles de riqueza en el mundo es una variable *proxy* del liderazgo. No necesariamente se relaciona con la lista de las empresas cuyas marcas tienen mayor valor en el mercado pues puede haber empresarios cuya(s) empresa(s) no aparezcan en la lista. El tratamiento de la variable se ha llevado a cabo como una suma de las cantidades de dinero a que ascienden las fortunas de cada persona respecto de su país de origen. Se debe reconocer que las fortunas mencionadas pueden provenir de inversiones o empresas que tengan esos empresarios en otro(s) países. Es decir, su fortuna se puede deber a negocios que no necesariamente se llevan a cabo en su país de origen.

Para representar al emprendimiento se tomó la variable intención para emprender reportada por el Global Entrepreneurship Monitor que está definida como el porcentaje de individuos de una población que ha intentado emprender un negocio.

El crédito se midió como el porcentaje del total de crédito otorgado al sector privado sobre el PIB de cada nación. Cabe mencionar que no todo el crédito otorgado al sector privado puede ser considerado inversión pues una parte de ese monto puede ser destinado al consumo privado. Este último no entraría en la visión Schumpeteriana por lo cual, la variable utilizada queda como *proxy* al crédito utilizado para inversión. Los datos de obtuvieron del Banco Mundial.

La inversión será representada como el cociente que se obtiene de dividir la formación bruta de capital fijo y el PIB de cada país representado. Los datos se tomaron del Banco Mundial.

Para saber si la correlación entre las variables de interés es lo suficientemente grande como para soportar la aplicación del análisis de componentes principales, se realizan las pruebas de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) y Bartlett (1950). Dichas pruebas parten de la matriz de correlaciones. El test de Bartlett prueba la hipótesis nula de que la matriz de correlación no es significativamente distinta de la matriz de identidad y el índice de KMO compara los valores de las correlaciones entre las variables y sus correlaciones parciales. Los resultados obtenidos en la tabla 1 indican que el análisis se puede aplicar, ya que el índice KMO está próximo a la unidad y la prueba de esfericidad de Bartlett presenta significancia estadística.

El siguiente paso fue verificar que la extracción de las variables tuviera valores que oscilaran entre .500 y la unidad para que se pudiera considerar como un nivel de correlación suficiente. Como puede observarse en la Tabla 2 todas

entre otras, que podrían tomarse en cuenta explícitamente en el IGCE pero, de hacerlo, se estarían contabilizando doblemente.

cumplieron este requisito. No debe perderse de vista que la comunalidad de una variable representa la proporción de la varianza que se puede explicar. En la tabla 2 se presentan las comunalidades calculadas.

Tabla 1
 KMO y prueba de Bartlett

Adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin		0.683
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	1024.05
	gl	28
	Sig.	0.0001

Fuente: elaboración propia

Tabla 2
 Comunalidades

	Inicial	Extracción
Innovación	1	0.687
Emprendimiento	1	0.810
Valuación marcas	1	0.709
Forbes	1	0.788
Inversión	1	0.804
Crédito	1	0.699

Fuente: elaboración propia

Después de realizada la extracción se llevó a cabo el cálculo de la varianza total explicada. Como puede verse en la tabla 3 los primeros dos factores explicaron el 85 por ciento de su variación. Por lo que quedó como último paso asignar las variables en algunos de los componentes encontrados.

Tabla 3
 Varianza explicada

Factor	Autovalores Iniciales			Suma de las saturaciones al cuadrado de extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	3.055	54.671	55.671	3.055	54.671	55.671	2.844	53.936	53.936
2	1.721	32.834	85.505	1.721	32.834	85.505	1.903	31.569	85.505
3	0.588	6.111	91.616						
4	0.267	4.298	95.914						
5	0.191	2.089	98.003						
6	0.088	1.997	100						

Método de extracción: Análisis de componentes principales. La rotación se llevó a cabo con tres iteraciones

Por último, la matriz de componentes rotados permitió concentrar las seis variables y agruparlas en dos componentes.

Tabla 4
Componentes rotados

	Matriz de componentes rotados	
	1	2
Innovación	0.701	-0.057
Emprendimiento	0.698	0.161
Valoración marcas	0.574	0.088
Forbes	0.727	-0.295
Inversión	-0.109	0.852
Crédito	0.401	0.711

Método de extracción: Análisis de componentes principales
Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser

Al componente número uno que se puede observar en la Tabla 4 le fue asignada la etiqueta variables de empresa y el componente dos fue etiquetado como variables macroeconómicas. Las variables englobadas en el primero son: Innovación, Emprendimiento, Valoración de marca y lista Forbes estas variables se asocian con la operación y resultados de los empresarios y las empresas mientras que en el segundo se agrupa la inversión y el crédito a nivel agregado.

La elaboración de un índice sintético derivado de la aplicación de la técnica de componentes principales arroja el ranking que se puede apreciar en la tabla 5. Los resultados arrojan que los empresarios que presentan mayor calidad son los Estados Unidos seguidos de China y Alemania mientras que los peor posicionados son los de República Dominicana. En América Latina resalta que México ocupa el lugar número 15 al tiempo que los empresarios Chilenos resultaron ser los mejor posicionado. Los resultados se dividieron en tres categorías: alta calidad, media calidad y baja calidad.

Las variables utilizadas para la construcción del índice pueden ser incentivadas mediante políticas públicas para mejorar la posición de los empresarios en el IGCE. Tales variables ofrecen una amplia gama de posibilidades para generar políticas tendientes a mejorar la calidad de los mismos en cada país. Un ejemplo puede ser el emprendedurismo, el cual es una variable que puede resultar fácil de incentivar si las políticas focalizan correctamente a la población interesada en emprender. Otro ejemplo puede ser el crédito, ya que si existe estabilidad macroeconómica las tasas de interés pueden resultar atractivas para motivar el crecimiento del mismo. Por último, es posible mejorar la posición de la innovación si se procura la creación de políticas que den seguimiento a la misma desde la generación de una idea hasta su materialización en un producto o servicio.

Tabla 5
 Índice Global de Calidad Empresarial

1	Estados Unidos de América	29	<i>Sudáfrica</i>
2	China	30	<i>Italia</i>
3	Alemania	31	<i>Portugal</i>
4	Francia	32	<i>Holanda</i>
5	Rusia	33	<i>Turquía</i>
6	Japón	34	<i>Malasia</i>
7	Reino Unido	35	<i>Mongolia</i>
8	India	36	<i>Israel</i>
9	España	37	<i>Republica Checa</i>
10	Canadá	38	Croacia
11	Chile	39	Grecia
12	Australia	40	Ucrania
13	Suecia	41	Emiratos Árabes Unidos
14	Corea	42	Uruguay
15	México	43	Eslovenia
16	Perú	44	Jamaica
17	Bolivia	45	Argentina
18	Islandia	46	Suiza
19	Dinamarca	47	Indonesia
20	<i>Singapur</i>	48	Eslovaquia
21	<i>Colombia</i>	49	Hungría
22	<i>Brasil</i>	50	Polonia
23	<i>Tailandia</i>	51	Bélgica
24	<i>Ecuador</i>	52	Rumania
25	<i>Noruega</i>	53	Serbia
26	<i>Finlandia</i>	54	Costa Rica
27	<i>Irlanda</i>	55	Bulgaria
28	<i>Austria</i>	56	República Dominicana

Fuente: elaboración propia. En negritas grupo de alta calidad, en cursivas el de mediana calidad.

Cabe mencionar que algunas de las variables incluidas en el IGCE resultan difíciles de incentivar con el uso de políticas públicas como por ejemplo la presencia de empresarios en las listas de los más exitosos del mundo pues puede tomar un lapso de tiempo considerable obtener los ingresos suficientes para aparecer en tal lista, en este mismo sentido otro ejemplo puede ser el posicionamiento de una marca a nivel global.

La cuantificación del índice propuesto puede ser utilizado por tomadores de decisiones tanto en el sector público como en el privado para comparar la calidad de los empresarios en diversos países con el fin de conocer el estado de la misma de los empresarios así como buscar políticas para incrementar su calidad pues como lo menciona Santos-Cumplido y Liñán (2007: 89), la promoción de una cultura empresarial debe convertirse en un objetivo importante de políticas.

Conclusiones

El principal objetivo de este artículo fue cuantificar un índice global de calidad empresarial (IGCE). Se utilizó como soporte teórico la visión de Joseph Schumpeter para delimitar las variables que se usaron para construir el IGCE. En conjunto, tales variables representaron el atributo o característica de calidad empresarial.

Para cuantificar IGCE se utilizó la técnica de componentes principales. Los resultados indicaron que los empresarios que mostraron más calidad fueron los de los Estados Unidos mientras que los de menor fueron los de República Dominicana. En América Latina, los empresarios mejor evaluados fueron los chilenos.

Los resultados del índice pueden llevar a obtener un mejor diagnóstico de la calidad que tienen los empresarios y con ello establecer políticas encaminadas a la mejora de su actividad empresarial entendida como calidad empresarial.

Bibliografía

- Alonso, Cristian y Fracchia, Eduardo (2011). El emprendedor Schumpeteriano. Aportes a la teoría Económica Moderna. *Revista de Administración, Finanzas y Economía*, vol. 5, num. 1, pp. 1-22.
- Audretsch, David. (2003). Entrepreneurship a Survey of the literature. Enterprise Papers No. 14. European Commission.
- Berumen, Sergio. (2007). El legado de Schumpeter al estudio de la administración de empresas. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*. Vol. 12, núm 22, pp. 9-22.
- Brouwer, Maria (2001). Schumpeter and Keynes on Investment and Entrepreneurship. En *Economic Theory in the Light of Schumpeter Heritage*, Editors: Vittorangelo Orati and Shri Bhagwan ayilha, pp. 591-603.
- Carrasco, Inmaculada y Castaño, Soledad. (2008). El emprendedor Schumpeteriano y el contexto social. *ICE*, No. 845, Noviembre-Diciembre pp. 121- 134.
- Croitoru, Alin. (2012). Schumpeter, J.A., 1934 (2008), *The Theory of Economic Development: an Inquiry into Profits, Capital, Credit, Credit, In-*

- terest and the Business Cycle. *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology*. Vol. 3, num. 2, pp. 137- 148.
- De la corte, Jacobo. (2015). Schumpeter y la destrucción de instituciones por los innovadores. Tesis. Facultad de ciencias Económicas y empresariales. Universidad Pontificia Comillas Madrid.
- De la Fuente, Laura. (2005). Componentes principales. Análisis de componentes principales . Working Paper.
- Ebner, Alexander. (2003). The institutional analysis of entrepreneurship: Historic Aspects of Schumpeter´s Development Theory. In Backhaus J. (eds) Joseph alios Schumpeter. The European Heritage in Economics and the social Science, vol. 1. Springer, Boston, MA.
- _____ (2009). Entrepreneurial State: The Schumpeterian theory of industrial policy and the East Asian “Miracle”. En: Cantner U., Gaffard JI., (eds) Schumpeterian Perspectives on Innovation, Competition and Growth. Springer, Berlin.
- Hanusch, Horst y Pyka, Andreas. (2006). Principles of Neo-Schumpeterian Economics, *Cambridge Journal of Economics*, vol. 31, No. 2. pp. 275-289.
- Hammond, Peter. (1984). Schumpeter and the economic problems of today, en *Lectures on Schumpeterian Economics*. Seidl, Christian (editor). Springer-Verlag
- Hazel, Perihan. (2015). Joseph A. Schumpeter´s perspective on Innovation. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, Vol. III, No. 8, pp.25-37
Doi: 10.2139/ssrn.2257783
- Girón, Alicia. (2000). Schumpeter: aportaciones al pensamiento económico. *Revista de Comercio Exterior*, Vol. 50, núm. 12. pp. 1077-1084.
- Knight, Frank. (1921). *Risk, Uncertainty and Profit*. New York, Harper.
- Kirzner, Israel (1999). Creativity and/or Alertness: A Reconsideration of the Schumpeterian Entrepreneur. *Review of Austrian Economics*, 11, pp. 5-17.
- Montoya, Omar. (2004). Schumpeter, innovación y determinismo tecnológico. *Scientia et Technica*, año X, núm. 25, pp. 209-213. Doi: <http://dx.doi.org/10.22517/23447214.7255>
- Mungaray, Alejandro y Palacio, Juan. (2010). Schumpeter, la innovación y la política industrial, *Revista de comercio Exterior*, Vol. 50, núm. 12. pp.1085-1089.
- Oser, Jacob y Blanchfield, William (1980). Historia del pensamiento económico. Primera edición, editorial Aguilar. Madrid.
- Paster, Thomas. (2016). Adaptation and influence: The Schumpeterian Perspective on Business-Politics Relations. Working Paper no. 444, Carlos Alberto Notebooks.

- Portugal, Manuel., Nuno, Rosa y Frias Claudia. (2017). Schumpeter's (1934) influence on entrepreneurship and management research. *Revista de Empreendedorismo e Gestao de Pequenas Empresas*. Vol. 6, núm. 1. pp. 4-39. Doi: 10.14211/regepe.v6i1.483
- Santos-Cumplido, Francisco y Liñán, Francisco (2007). Measuring entrepreneurial quality in Southern Europe. *International Entrepreneurship and Management Journal*, vol. 3, núm. 7, pp. 87-107.
- Schumpeter, Joseph. (1934). *The theory of economic development*, Cambridge, MA, Harvard University Press.
- _____, (1997). *Teoría del desenvolvimiento económico*. FCE. México.
- Schumpeter, Joseph. (1972). The explanation of the business cycle, *Economica*, Diciembre, pp. 290-299.
- Schmalensee, R. (2000). Antitrust issues in Schumpeterian industries, *American Economic Review*, vol. 90, núm. 2. Mayo, pp.192-196.
- Sledzik, Karol. (2015). Schumpeter's Theory of Economic Development: an Evolutionary Perspective. Young Scientist Reveu, (ed.) Stefan Hittmar, Faculty of Management Science and Informatics, University of Zilina.
- Valencia, Pilar y Patlán, Juana (2011). El empresario innovador y su relación con el desarrollo económico. *Tec empresarial*. Noviembre, vol. 5, núm. 3, pp. 21-27.