

El desarrollo regional mediante la red de contactos empresariales.

En este artículo aplicaremos la iniciativa empresarial, concebida como una red de contactos (*networking*), una forma creativa organizativa, a un sistema espacial; a una localidad. Crearemos un vocabulario y unos conceptos que reconozca la importancia de la red de contactos como concepto socioeconómico y al territorio como un «contexto organizativo». La «sociedad empresarial» frente a la «constituida» se presentan como ideales contrapuestos, respecto al posible alcance del desarrollo económico local. Aplicaremos las redes locales como instrumento organizativo genérico a tres pequeños escenarios empresariales suecos. La corriente empírica sugerirá que las imágenes tradicionales de control, asociadas con la regulación del marco de actuación, las acciones o el resultado de la actividad organizada, sean reemplazadas por el «control relacional», el cual pretende fomentar y revitalizar la autoorganización. Todo esto será posible mediante un diálogo plural, que involucre tanto a empresas locales como a otros miembros interesados de la localidad.

Artikulu honetan, harreman sarea (networking), antolaketarako modu sortzaile bat bezalako ulertuta, enpresa ekimena aplikatuko diogu, espazio sistema bati; herri bati. Lehenbizi sortuko dugu kontzeptu sozioekonomiko den heinean gisa harreman sareari garrantzia eman diezaion hiztegi bat eta horrez gain, lurraldea «antolaketarako testuingurua» bezalakoak aurkeztuko duten kontzeptu batzuk proposatuko ditugu. «Enpresa sozietatea» «gorpuztua» delakoaren aurrean kontrajarritako idealak bezalakoak sartuko dira bertako garapen ekonomikoa nolako izan litekeenari dagokionez. Antolatzeko tresna oroko gisa mugaturiko sareak Suediako hiru enpresa egoeratan aplikatuko ditugu. Enpiriko joerak adieraziko du, nolabait, kontrolerako usadioak emandako irudiak autoantolaketa bultzatu eta biziberritu nahi duen «harreman kontrolarekin» ordezkatu izan daitezkeen. Irudi horiek, hain zuzen, dira bai premisa, bai ekintzak edo antolatutiko jardueraren emaitza arautzearekin loturikoak. Hori guztia gerta dadin elkarriketa plurala eta eguneratua bideratu beharko da, bertako enpresak nahiz beste interesdun batzuk ere bere baitan har ditzana, hain zuzen.

Entrepreneurship as creative organising, networking, is in this paper applied to a spatial system, a locality. A vocabulary is created that pays due respect to networking as a socio-economic construct. Proposed concepts present the territory as an 'organising context'. The 'incorporated' vs. the 'entrepreneurial society' are introduced as contrasting ideals with respect to potential scope for local economic development. Localised networks as a generic organising device are operationalised and applied to three Swedish small-firm settings. The empirical lessons suggest that traditional images of control as associated with regulating the premises, the actions and or the outcome of organised activity has to be replaced with 'relational control' that aims at instigating and energising self-organising. This is accomplished through an ongoing 'polylogue', involving local firms as well as other stakeholders in the locality.

ÍNDICE

1. Introducción: la creación del escenario
 2. Sistemas económicos localizados como contextos organizativos
 3. Discursos contrastados sobre el desarrollo económico local
 4. El arraigo y la operatividad de las redes personales
 5. Conclusión: la práctica del enfoque relacional
- Referencias bibliográficas

Palabras clave: iniciativa empresarial, red de contactos local (*networking local*), contexto organizativo, autoorganización.

N.º de clasificación JEL: A13, O18, Z13

1. INTRODUCCIÓN: LA CREACIÓN DEL ESCENARIO

Durante las últimas décadas, la red de contactos se ha convertido en una metáfora popular no solamente entre los académicos sino también entre las llamadas «comunidades de práctica». La actividad empresarial individual ya no está asociada únicamente a los recursos propios de la empresa, sino a su posición dentro de unas redes estratégicas delimitadas virtual, territorial y funcionalmente.

Las redes entre organizaciones son denominadas, tanto entre los investigadores como entre los profesionales, *clusters* o «sistemas de innovación». Para evitar caer en tópicos a la hora de hablar de la red de contactos, cualquier uso del vocabulario de la red en un contexto científico debe ir acompañado de una profunda reflexión y claridad analítica, respecto a su aplicación en un estudio empírico. Lo que pretendemos es analizar con mayor detalle hasta

qué punto la red de contactos, concebida como principio fundamental de organización de la actividad económica, puede servir tanto para dirigir a agentes individuales o colectivos como para difundir una renovación social y económica en el escenario local/regional.

Recordemos algunos de los motivos por los cuales se aplica el concepto de red a la estructura territorial de la actividad socioeconómica. Primero, la acepción *networking* (red de contactos) como forma de organización está estrechamente asociada a la creciente toma de conciencia de la importancia de los compromisos sociales mutuos entre los actores económicos, como se demostró en el trabajo fundacional de Granovetter (1985). Esta identidad social es evidente en escenarios físicos cercanos, donde el espacio mental, social y territorial coinciden en la vida diaria (Hernes, 2003).

En segundo lugar, la preocupación sobre el papel de la confianza calculada estratégicamente en las relaciones interorganizacio-

les, incluidas las alianzas estratégicas entre las pequeñas empresas (véase el caso de Klein Woolthuis 1999), exige una investigación paralela de las características únicas de las pequeñas redes empresariales locales.

Un tercer motivo explica cómo, abarcando las dos acciones (la individual y la colectiva), la localidad ofrece un escenario genérico para la organización en la que participe el sector público, el privado y los organismos sin ánimo de lucro. Los directivos y propietarios de pequeñas empresas no se mueven únicamente por motivos económicos, sino también por razones existenciales. Y están tan preocupados por lograr un reconocimiento social como por conseguir un beneficio económico.

En cuarto lugar, una demarcación espacial de la red facilita el estudio empírico de los fenómenos socioeconómicos complejos mediante el uso de herramientas gráficas y analíticas. Y da la casualidad de que, durante decenios, nuestros estudios empíricos se han centrado en las zonas industriales y en otros fenómenos territoriales socioeconómicos.

Finalmente, observamos que el reconocimiento de la iniciativa emprendedora como fenómeno relacional y colectivo se hace más patente en un escenario territorial (Johannisson 2003), donde las redes suponen el medio y el fin para alcanzar el desarrollo. Las condiciones de vida de las empresas y comunidades se negocian siempre entre las distintas partes afectadas, quedando fuera del control del agente individual.

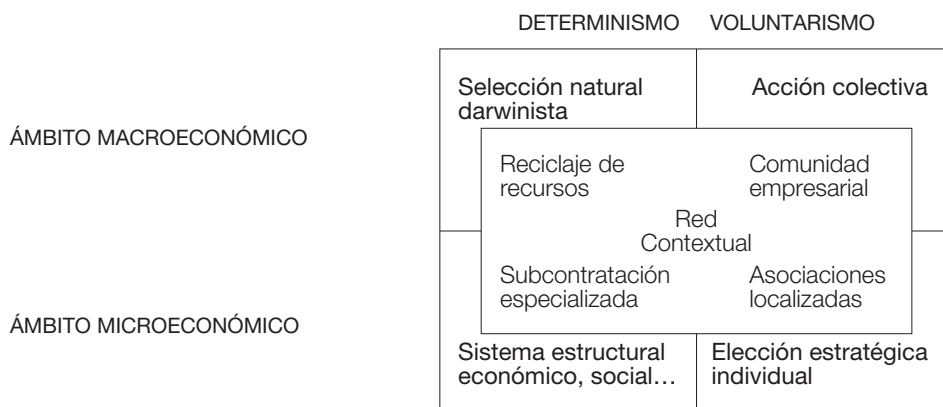
Incluso en el mercado, la supervivencia está asociada a la legitimidad así como al rendimiento económico, véase por ejemplo DiMaggio y Powell, 1983. La legitimidad está definida por el entorno institucional donde las normas reguladoras y las pautas culturales y cognitivas determinan el esce-

nario (North, 1990, Scott 2001). Esto significa que cualquier actividad organizada colectivamente, bien sea propiciada estratégicamente por una corporación formal bien sea resultado espontáneo en una comunidad de negocios local, necesita integrar sus operaciones internas en las relaciones exteriores. Semejante reto exige un potente equipo de organización, control y renovación. Nosotros aquí defendemos que la red local o contextual es precisamente dicho instrumento.

Como señalaron inicialmente entre otros, Johansson y Mattsson (1987), el nuevo enfoque de red aporta una forma de gobernanza que complementa la dicotomía mercado frente a corporación de Coase y Williamson. Nuestra preocupación aquí se centra en cómo la metáfora de red puede ayudarnos a entender el modo en que deben ser creados los espacios en los procesos empresariales. El gráfico n.º 1 muestra la manera en que las redes sociales, como instrumento de organización más allá de las relaciones jerárquicas de intercambio e influencia, relacionan distintas formas de enfocar la estructura de la organización de escenarios socioeconómicos, como pueden ser las regiones. Por eso sostenemos que las «redes de contactos» conectan por un lado la división entre lo macro y lo micro y deshacen, por el otro, la oposición determinismo frente a voluntarismo.

Las redes contextuales, según el gráfico n.º 1, dirigen las fuerzas que se originan en las celdas construidas a partir de las dicotomías macro/micro y determinismo/voluntarismo. Comenzando por la celda superior izquierda, los recursos que son liberados cuando las empresas reducen su actividad o cierran, como consecuencia de las fuerzas evolutivas que convulsionan la demografía empresarial, son reciclados mediante redes que los identifican, combinan y mate-

Gráfico n.º 1

La red contextual como fenómeno organizativo

Fuente: Elaboración de Astley y Van de Ven, 1983.

rializan en nuevas empresas (véase Aldrich, 1999; Johannisson, 2000). La iniciativa empresarial comunitaria como una acción colectiva (celda superior derecha), bien provocada por un individuo o bien mediante una amplia implicación local, nos recuerda a la «acción humana social» en la medida en que la red personal puede vigorizar, instigar y ampliar la movilización desde abajo y desde el interior (Johannisson y Nilsson, 1989; Hjorth y Johannisson, 2003; Katz y Steyaert, 2004). Los fenómenos de la celda inferior izquierda son tratados en la literatura tradicional relativa a las relaciones estructurales de mercado entre empresas, véase Ford 1992, mientras la celda inferior derecha ofrece a los actores la libertad de hacer suyas sus propias elecciones «estratégicas», una visión que predomina en la literatura sobre gestión tradicional.

De ahí que asociemos la variable territorial a la «meso»estructura (red contextual)

que atrae y mantiene procesos emprendedores mediante redes «laterales», además de las relaciones verticales cliente-proveedor y las competitivas relaciones horizontales que conocemos gracias a la noción del «distrito industrial» de Marshall.

En un principio, este concepto aglutinaba una estructura entrelazada de empresas especializadas y guiadas por el fundamento tecnológico de la industria dominante y los imperativos sociales que creaban compromisos mutuos ligados al lugar (véase Pyke *et al.*, 1990; Pyke y Sengenberger, 1992). Sin embargo, estudios más recientes sobre regiones industriales, como Carbonara (2002), exponen que el liderazgo local mediante grandes empresas internacionalizadas resulta necesario para dismantelar la mentalidad cerrada y el bloqueo social que producen los fuertes vínculos y las densas redes locales. No obstante, dicha visión es determinista en cuanto que sostiene que la

estructura jerárquica es el único camino hacia una comunidad (empresarial) que resulte competitiva en un mercado globalizado.

Obviamente, la visión voluntarista también debe ser tomada en cuenta a la hora de identificar el potencial de la «acción humana». La cuestión clave por tanto es si el liderazgo estratégico y deliberado resulta viable y atractivo, o si otras formas de gobernanza (incluidas aquellas que reconocen la irracionalidad del ser humano; su espontaneidad, alegría y el compromiso moral) pueden organizarse sobre bases distintas.

Esto sucede en los procesos empresariales preocupados por la creatividad y la experimentación. Así como los emprendedores individuales están existencialmente motivados, los líderes locales, o la comunidad de emprendedores, no se dejan llevar por su propio interés, fríamente calculado, sino por la preocupación ferviente por el bienestar de la comunidad en su conjunto (Johannisson y Nilsson, 1989). Por lo tanto, debemos reconocer e incorporar al análisis que las personas se interrelacionan unas con otras por muy diversos motivos.

En el cuadro n.º 1 (Sjöstrand, 1992) sistematizamos un conjunto más amplio de vías para establecer contactos que incluyan

además la vertiente humana (social) en el intercambio económico, los valores compartidos («ideales») y los sentimientos comunitarios. Las redes empresariales destacan por reconocer las tres razones de interacción.

Aunque las corporaciones en su retórica, declaren que mantienen en todo momento una actitud calculadora en interés de sus propietarios, los valores compartidos y el liderazgo personalizado basado en los sentimientos aparecen como ideales tanto en los textos populares como en los científicos. Sostenemos que lo que Sjöstrand denomina enfoques «irracionales», es decir aquellos que adoptan como motivo de la interacción no un comportamiento económico optimizador sino «razones» idealistas o morales, o tribales o comunitarios, resultan esenciales para diagnosticar y activar el potencial de una comunidad comercial local como un agente (colectivo) en un mercado globalizado y como un escenario idóneo para el espíritu emprendedor.

Una vez mencionados los supuestos básicos relacionados con la actividad económica sostenida como resultado de la red empresarial, el objetivo de este artículo es contribuir al debate actual, tanto entre académicos como entre profesionales, acerca

Cuadro n.º 1

Repertorio institucional de intercambio humano

Razones de la interacción			
Formas de interacción	Actitud calculadora	Actitud idealista	Actitud tribal/comunitaria
Jerarquía	Corporación / Empresa	Asociación	Clan
Tipo de red	Mercado	Movimiento (social)	Círculo

Fuente: Sjöstrand, 1992.

de la viabilidad de las comunidades locales como fenómenos socioeconómicos en general y al estudio de las redes como formas de gobernanza, en particular. En el siguiente apartado introduciremos el concepto analítico «contexto organizativo» como contribución a un vocabulario que intenta comprender y explicar el modo en que el desarrollo económico local debe dirigirse. En el apartado número 3 mostraremos dos vías contrapuestas para enfrentarse a los retos sociales y económicos, una de ellas basada en un imperativo de planificación racionalista (la «sociedad constituida», SC) y la otra basada en un enfoque experimental que también reconoce las «irracionalidades» humanas (la «sociedad empresarial», SE). En el siguiente apartado, usaremos el marco emergente para estructurar y reflejar la investigación empírica relativa a las redes localizadas en tres pequeños escenarios empresariales opuestos de Suecia. Finalmente, en el apartado número 5 se expondrá cómo las lecciones extraídas de la reflexión teórica y las investigaciones empíricas pueden resumirse en la necesidad de una autoorganización y un «control relacional» asociado.

2. SISTEMAS ECONÓMICOS LOCALIZADOS COMO CONTEXTOS ORGANIZATIVOS

Para lograr impulsar los procesos empresariales, su creatividad y aprendizaje, mediante escenarios espacialmente demarcados, se deben cumplir una serie de requisitos. Proponemos denominar a dichas localidades «contextos locales organizativos» (CLO). Los CLO, como fenómeno empírico representado idealmente mediante la región industrial modernizada, se caracterizan por los siguientes rasgos:

1. El CLO es un escenario socioeconómico construido colectiva e histórica-

mente y asimilado culturalmente, presente en la práctica diaria pero también en el flujo constante del intercambio personal, cara a cara.

2. En el CLO los espacios mentales, sociales y físicos que ocupan los miembros individuales y colectivos coinciden mayoritariamente. Esto significa que el CLO se muestra como un refugio para preservar y reproducir los valores locales y los modelos de comportamiento, y como medio para trasladar las influencias externas a nuevas prácticas y normas localizadas.
3. Cuanto mayor es la participación de los miembros del CLO en la vida diaria local, mayor será la visión global que obtengan para intercambiar la diversidad de oportunidades y recursos que el CLO, como colectivo, genera.
4. El CLO provee a sus miembros de una «seguridad ontológica» (Giddens, 1991), en el sentido de que la confianza generada en sí mismos desarrolla «espacios potenciales» (Winnicott, 1981/2003) y hace que los miembros del CLO reconozcan su propia creatividad y, de manera interactiva, pueden usarla con propósitos empresariales.
5. En el CLO se mezclan los lenguajes del discurso público y los de la práctica diaria. Las ideas visionarias y las actividades concretas reales se combinan y se confrontan para promover una interacción decidida (Eccles y Nohria, 1992).
6. En el CLO coexisten diferentes formas de control como resultado de las redes. Entre éstas se encuentran el control previo de los proyectos, el control de la acción y el control de los resulta-

dos (Lövstål, 2001). Los valores y normas establecidos históricamente dotan de cierta calidad al control a priori, mientras las proximidades sociales, tecnológicas y físicas invitan al control de acción y facilitan el control de de lo hecho y de su resultado neto.

7. Los lazos entre el CLO y su entorno se mantienen difusos. El gráfico n.º 2 muestra el entorno determinado del CLO (Weick, 1995; ver también Smircich y Stubbart, 1985). Esto significa que la parte del entorno general que es tomada en consideración a la hora de tomar decisiones no aparece ni como una realidad objetiva ni es subjetivamente percibida. Sin embargo, la parte que sí se considera relevante es continuamente renegociada por los miembros del CLO.
8. El CLO tiene un potencial para la autoorganización, basado en la interacción entre sus miembros de una manera secreta y oculta, como si estuvieran «indirectamente empareja-

dos». Esta interacción resulta tan interdependiente como autónoma (Weick, 1976). Las acciones espontáneas y los encuentros fortuitos desencadenan rutinas locales y crean un singular camino de desarrollo para cada CLO.

9. El CLO deja claro que la iniciativa empresarial es un fenómeno genuinamente colectivo. Es la propia integración, asimilación y arraigo social lo que conduce al cluster empresarial local al éxito.

De este modo, defendemos que el CLO no debería ser simplemente percibido como un escenario al que acuden sus miembros como punto de encuentro temporal o donde los políticos puedan llevar a cabo sus proyectos. Haciendo uso del vocabulario propuesto por Brunsson y Sahlin-Andersson (2000), el CLO es más fuerte incluso que el propio campo creado para proporcionar cierta legitimidad.

El CLO se muestra como una organización sólida con un sistema de valores, es-

Gráfico n.º 2

El contexto local organizativo. Escenario central para la (inter)acción, el aprendizaje y el autocontrol



Fuente: Johannisson *et al.* 2002.

estructura e identidad propia, cuyos objetivos están asimilados como normas compartidas, en una estructura desarrollada en forma de racimo más que en un sistema jerárquico, y en su identidad oculta en leyendas e historias locales, en lugar de ser propuestas formuladas en documentos formales.

La noción del CLO aporta un complemento esencial al vocabulario actual en lo que respecta a los sistemas territoriales y las medidas vinculadas para el desarrollo económico y social. Los «sistemas de innovación» (Lundvall, 1992) y el «medio innovador» (Maillat, 1991), con su enfoque funcional y espacial respectivamente, promueven la alta tecnología con una marcada preferencia por el conocimiento formal como principal conductor del crecimiento y desarrollo, y no los procesos históricos de renovación, cultural y social. El concepto de *cluster* territorial que propone una homogeneidad con respecto a los miembros participantes pertenece al bagaje actual de los políticos que favorecen los estándares simplistas y homologables de desarrollo homogéneo. El «bloque de desarrollo» (Dahmén, 1998 y Eliasson, 2005 entre otros) menciona el sistema de innovación tecnológica de I+D y los *clusters*, e incluye también la energía empresarial y las formas de afrontar ya experimentadas. Sin embargo, deja también marginado el arraigo y el compromiso social.

3. DISCURSOS CONTRASTADOS SOBRE EL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL

Por diversos motivos, la teoría dominante y los discursos públicos sobre el desarrollo económico y social convergen, al menos, en la Suecia contemporánea. En primer lugar, hoy día normalmente los políticos están formados académicamente, por

lo que tanto en la teoría como en la práctica se usan los mismos conceptos mentales y el mismo vocabulario. En segundo lugar, la investigación académica socio-científica se financia, cada vez más, por prácticamente los mismos entes que establecen las políticas públicas. En tercer lugar, mediante el establecimiento de puntos de referencia y criterios, las políticas industriales y sociales conjuntas de la UE promueven programas nacionales semejantes, a expensas de la necesaria adaptación contextual. Esta combinación del conocimiento analítico para la reflexión y de conocimiento de las directrices normativas para la acción, respecto al desarrollo regional, significa que el papel y la potencia del contexto organizativo local, como concepto para los académicos y como guía para los profesionales, se convierte en tema dominante en los discursos de ámbito nacional e internacional.

En el cuadro n.º 2 presentamos dos visiones yuxtapuestas; una de ellas reconoce el mensaje del contexto organizativo y la otra hace caso omiso de él. Ésta última visión la denominaremos «sociedad constituida» (SC) ya que se asienta sobre estructuras formales, está sometida a normas externas y busca la estabilidad. La visión opuesta la denominaremos «sociedad empresarial» (SE). Este tipo de empresas favorece el establecimiento de redes como un tipo de estructura informal, crea una identidad colectiva y se crece ante los cambios. Estas dos versiones señaladas como «tipos ideales» resultan instrumentales de acuerdo con Weber (1947), ya que nos ayudan a diferenciar lo que se considera general y a integrar aquello que aparece fragmentado. En el cuadro n.º 2 también aparecen representadas algunas presiones en la sociedad contemporánea (2006) que llevan a académicos y profesionales a inclinarse por las SC o las SE.

Cuadro n.º 2

Modos opuestos de enmarcar el Desarrollo Económico Local

DIMENSIÓN	Sociedad Constituida (SC)	Condiciones y marco	Condiciones y marco	Sociedad Empresarial (SE)
Alcance o Campo de aplicación	Universal	Competencia global, acuerdos internacionales	Zonas atractivas para residir (marketing y «marca» de ciudades y regiones)	Contextual (Local/Regional)
Orden básico	Lógica de control	Institucionalización/es tandarización	Sobrecarga de información	Lógica de experimentación
Competencias clave	Conocimiento codificado	Desarrollo de la tecnología informática	Imagen de marca de productos y empresas	Conocimiento implícito. Intuición
Modos de organización	Diseño de redes	Aplicación política de programas	Conexión entre la esfera pública y privada	Creación de una red de contactos espontánea
Tácticas para hacer frente	Elección estratégica	Disminución del espacio para acciones discrecionales	Introducción de imprevistos socio-económicos	Autoorganización

Fuente: Elaboración propia.

Las SC y SE están fundadas en ontologías opuestas. Mientras las SC reflejan una visión del mundo optimista, las SE adoptan una visión construccionista que sostiene que la «realidad» es incipiente y, a su vez, es resultado de intenciones socialmente negociadas (Berger y Luckmann; 1966, Giddens, 1984). Por lo tanto reconoce el mundo como algo incipiente, como un objetivo que se «construye» socialmente. En un mundo así, el cambio es inducido tanto por coincidencia o excitación emocional como por acciones premeditadas. En contraste, las SC observan el mundo contemporáneo como una desviación de la posición óptima, susceptible de alcanzarse por parte de agentes racionales mejor informados. En un mundo así, el cambio es provocado para restaurar la estabilidad. Las distintas visio-

nes de las SC y SE se encuentran agrupadas en el cuadro n.º 2 en cinco dimensiones que consideramos esenciales a la hora de enmarcar y hacer comprensible los dos caminos opuestos para desencadenar, buscar y racionalizar las actividades económicas localizadas. La dimensión «campo de aplicación» explica si hay una teoría óptima y la mejor práctica para afrontar el desarrollo económico local (visión de las SC)— o si la manera de enfrentarse a los retos debe ser única para cada localidad como aplicación y resultado de su arraigo socioeconómico generado históricamente (argumento de las SE). Las fuerzas competitivas globales, en combinación con los acuerdos internacionales, dan lugar a un ámbito mundial cada vez más complejo, aunque al mismo tiempo estandarizado y transparente, que favorece las

SC. Las fuerzas vinculadas al lugar, al igual que las ventajas de la localidad como domicilio, ofrecen un potencial para vender la «marca» de la comunidad empresarial y refuerza la visión de las SE.

El mundo, observado a través de los ojos de los defensores de las SA, es una realidad que puede ser predecida una vez que son identificadas las interdependencias causales entre los distintos elementos que proveen un «orden básico». Esta creencia determinista en una práctica y teoría óptima es respaldada por una institucionalización y estandarización creciente dentro del sector público y privado. Una compleja maraña de normas y reglas reduce aparentemente la incertidumbre y justifica una visión causal respecto a la perspectiva de futuro. Sin embargo, la sociedad «informativa» (Castells, 1996) contribuye a aumentar la complejidad ambiental a un ritmo cada vez más rápido, obviamente mucho más veloz de la complejidad que puede ser dominada. Analizando las organizaciones emergentes, Sarasvathy (2001) sostiene que la lógica causal contribuye muy poco a entender cómo los nuevos emprendedores, aquellos de quienes se espera que construyan nuestro futuro, puedan hacer frente a un medio tan complejo. En su lugar, propone una «lógica de la experimentación» que suponga un enfoque experimental al proceso de creación empresarial. Las SE, por consiguiente, argumentan que la vías que toma el desarrollo son paulatinamente trazadas como fruto de conversaciones significativas y creativas entre la comunidad, como entidad histórico-cultural y las fuerzas globales generales.

Las competencias que existen en la economía del conocimiento arraigado en la sociedad informativa abarcan tanto el conocimiento codificado como el tácito. Las SC, con su preocupación por el conocimiento

formal dirigido a la generalización, promueven el conocimiento codificado, aumentando los enormes avances en la tecnología informática. Sin embargo, esta misma tecnología también proporciona los medios para el valor de «marca» de los productos, los productores y los espacios (sean ciudades o regiones). Los medios de comunicación no difunden únicamente la información que concierne al producto, sino que informan también acerca de las sensaciones y valores que están unidos a su uso funcional. La competencia clave en el marco de las SE es la intuición, la cual tiene su origen en la práctica meditativa que dirige el diseño de los productos y la manera en que han de ser promocionados.

Como sugiere la propia noción de la «sociedad constituida», la organización o la interrelación, según la imagen de las SC, pretenden coordinar los nódulos seleccionados con las estructuras sólidas formalmente establecidas. Haciendo uso del vocabulario propuesto, esto significa que las redes se diseñan para unir los nódulos constituidos mediante lazos formales. Los nuevos modelos de relación reflejan un orden público que canaliza programas estandarizados para el crecimiento y desarrollo. El marco de las SE, por el contrario, señala la importancia del intercambio espontáneo que reconoce el compromiso y la red personal basada en los sentimientos en términos de valores compartidos y comprensión afectiva mutua (véase la parte superior de el cuadro n.º 1). El trabajo, realizado por un asalariado o por un empresario independiente, está asociado cada vez más a la elaboración de una identidad actual y a la eliminación de las fronteras entre el mundo social público y privado. Esto promueve y es promovido por el establecimiento de redes personales y espontáneas. Dichas redes no están ligadas a estructuras ya exis-

tentes, sino que tienen su origen en la implicación comunitaria y auténtica de los individuos. Y activa, por tanto, el capital humano y social oculto. En el cuadro n.º 3 se resumen las características generales de las redes personales (empresariales) practicadas por individuos a título personal o que representan a empresas o a localidades.

Por lo que respecta a las tácticas para afrontar los retos (la dimensión última del cuadro n.º 2), el marco de las SC señala la necesidad de una elección estratégica bajo las directrices de agentes dominantes. Un argumento citado anteriormente señala que el aumento de la competencia global requiere que las grandes empresas (probablemente internacionales) guíen en el mercado a las pequeñas comunidades locales empresariales a través de rígidos vínculos funcionales. En cambio, el enfoque de las SE propone que los retos presentes y futu-

ros sólo puedan ser tratados mediante la autoorganización. Esto significa que las cuestiones se abordan interactivamente tan pronto como emergen (Stacey, 1996). Dentro de los temas de esta visión se incluyen acontecimientos e incidentes imprevistos que puedan ocurrir durante la noche, posibles huracanes, ataques terroristas de alto grado o innovaciones radicales del mercado. Todas estas cuestiones ponen en duda los valores fundamentales y revolucionan los comportamientos habituales y rutinarios. Para diferenciar entre los dos caminos yuxtapuestos de la actividad económica, debe usarse el lenguaje de la teoría de sistemas. Por tanto, las SE se inspiran tanto en la cibernética de segundo orden, como en la teoría del caos, mientras las SC practican una perspectiva de sistema tradicional, que incluye su preocupación por la homeostasis o las sinergias estáticas, las dinámicas lineales no caóticas.

Cuadro n.º 3

Funciones genéricas de las redes empresariales (personales)

Aspectos de las redes personales	El emprendedor	La empresa	La localidad
Aumento del compromiso	Imposición de una identidad y de la confianza en sí mismo	Elaboración/Mantenimiento de la legitimidad y la honradez	Construcción y conservación de una identidad colectiva
Recursos	Perfeccionamiento de competencias individuales	Suministro de recursos complementarios	Creación de una visión general y transparencia
Reorientación de la visión	Combinación de las nuevas competencias con las ya existentes	Redefinición de los conceptos dominantes del negocio	Fomento de la transición, evitando bloqueos

Fuente: Johannisson 2000, cuadro n.º 18.1 p. 372.

4. EL ARRAIGO Y LA OPERATIVIDAD DE LAS REDES PERSONALES

En esta sección pretendemos ilustrar el punto de vista de la SE mediante la investigación de campo en el caso sueco. Sin embargo, primero debemos especificar conceptualmente las interdependencias económicas y sociales en las dinámicas territoriales y el desarrollo local/regional. Como ya fue señalado por Schumpeter (1911/1934:3), las preocupaciones económicas y sociales están entrelazadas de manera insoluble. En el gráfico n.º 3 vemos cómo la imagen genérica del arraigo social de la actividad económica se traduce en un marco analítico que conduce hasta las materializaciones necesarias como la posterior investigación empírica comparativa¹. Por lo tanto, el principal objetivo de la medición es encontrar un lenguaje que académicos y

profesionales puedan usar a la hora de tratar la complejidad creada por las interdependencias. Incluso si la visión de las SE pone de relieve la necesidad de identificar, desarrollar y reconocer la idiosincrasia cualitativa de la localidad, cada localidad saldrá ganando también del intercambio de experiencias de aprendizaje con otras comunidades. En este proceso de aprendizaje, los datos cuantitativos para una comparación directa tienen sentido en la misma medida en que la narrativa sirva de base para el aprendizaje por analogía y asignación en distintos campos (Spinosa *et al.*, 1997; Hjorth y Johannisson, 2003).

¹ El marco del arraigo, como muestra el gráfico n.º 3 y otros textos relacionados, fue publicado por primera vez en Johannisson *et al.*, 2002. Debido a la falta de espacio, solamente ilustraremos empíricamente la clase de arraigo de primer orden.

Gráfico n.º 3
Imágenes alternativas del arraigo institucional y social local

Arraigo	Red entre empresas Primer Orden	Red entre empresas e instituciones Segundo Orden	Red holística Tercer Orden
Descripciones	De empresa a empresa	De empresa a instituciones sociales/económicas	Vínculos entre pequeñas empresas mediante instituciones
Sistémico (Económico)	Relaciones comerciales	Servicios de adquisición de negocios, proyectos conjuntos	Intercambio empresarial o indirecto y potencial a través de la interacción entre instituciones económicas y sociales
Substantivo (Social)	Relaciones empresariales personales	Líderes empresariales como miembros de la asociación	

Fuente: Johannisson *et al.* 2002, cuadro n.º 1, p.301.

Resulta fundamental que diferenciamos entre lo que aquí denominamos *arraigo sistémico* y *el substantivo*. El arraigo sistémico indica la estructura del arraigo social de la actividad económica, mientras que el arraigo substantivo denota el contenido de las relaciones que crea la estructura. El primero, por tanto, se refiere al sistema global de relaciones que une agentes económicos y de otra índole como por ejemplo un *cluster* local/regional. Coloca a los actores individuales en distintas posiciones en la red global; algunos más centrados y otros más marginados. Una posición favorable a menudo significa que muchos de los demás miembros de la red dependan de dichos actores centrales como enlace para permanecer o llegar a estar conectados. Siguiendo una lógica racional, los agentes buscan sistemáticamente dichas posiciones (Buró, 1992; Gulati and Garguilo, 1999). El arraigo substantivo subraya que el origen y la base para el intercambio no son simplemente cálculos e intereses egoístas sino motivos de carácter social, esto es, ideológico o también comunitarios o tribales (véase el cuadro anterior).

Con Halinene y Törnroos (1998) reconocemos que además de las redes entre empresas, los vínculos entre las instituciones económicas y las asociaciones sociales como proveedores de recursos y legitimidad son, cada vez más, de gran importancia. El arraigo institucional construye las habilidades empresariales colectivas desarrollando, produciendo y comercializando productos, servicios y conocimiento (Van de Ven, 1993; Rowel *et al.*, 2000; Johannisson, 2000). Los vínculos establecidos indican que las empresas pueden compartir puntos de encuentro con otros actores en las redes creadas por asociaciones económicas y sociales (Galaskiewicz *et al.*, 1985). Un rasgo único de las redes empresariales localizadas es su arraigo en un escenario

que reúne tanto a instituciones económicas como sociales (Araujo y Easton, 1996). Esta declaración invita al establecimiento indirecto de redes donde dichas instituciones puedan conectar empresas que, de otra manera, permanecerían desconectadas en el sistema empresarial.

Como se recoge en el gráfico n.º 3, se pueden identificar tres estratos de arraigo: de primer orden (relaciones entre empresas), de segundo orden (relaciones empresariales con instituciones sociales y económicas) y de tercer orden (empresas vinculadas indirectamente a través de instituciones sociales y económicas). A este último grupo lo denominaremos «holístico» ya que incluye lazos que sólo pueden ser considerados mediante el estudio de la localidad organizada en su totalidad, que incluye tanto a autónomos como a representantes de instituciones económicas y sociales, y que tiene en cuenta las relaciones directas e indirectas.

Ciñéndonos al arraigo de primer orden, las tendencias sociales y comerciales, además de funcionar como lazos complejos e integrados que conforman las redes empresariales, tal y como señalan sus propietarios o directivos, son materializadas (véase Johannisson *et al.*, 2002 para el dibujo completo). Este modelo de medición local y personal de las redes ha sido aplicado a tres escenarios territoriales distintos en Suecia: una parte de la única zona industrial madura del país (la región de Gnosjö), una comunidad local dominada por la industria del mueble que ha sido revitalizada durante la pasada década (Lammhult) y un parque científico en la universidad de Lund al sur de Suecia (Ideon). La zona industrial así como el parque científico fueron estudiados a principios de los 90 (Johannisson *et al.*, 1994), mientras que nuestra investigación sobre la reconstrucción de la comuni-

dad local tuvo lugar al final del milenio (Johannisson *et al.*, 2002). Durante la década que separa ambos estudios, la preocupación teórica y práctica sobre las redes ha aumentado considerablemente, lo cual puede reducir la capacidad de extraer consecuencias de la comparación de dichos estudios. Sin embargo, los procesos de formación de las redes, que a su vez son sus frutos, son extraordinariamente lentos. Además, debe tenerse en cuenta que el objetivo del estudio empírico es básicamente ilustrativo más que una demostración teórica. Esto significa que nos abste-

nemos de analizar las diferentes estadísticas. Teniendo en cuenta que la unidad de análisis es el contexto organizativo, extraeremos por tanto sólo tres «observaciones» de este fenómeno holístico.

Debería utilizarse un análisis gráfico más avanzado para estructurar los datos de la red, sirviéndose del ejemplo de Johannisson *et al.*, 1994, pero los tres contextos distintos que aquí disponemos para las operaciones comerciales locales son únicamente comparados con respecto a la densidad de la red y los contenidos de las relaciones de redes existentes. La densidad de

Cuadro n.º 4

Definición de tendencias relacionales en las redes socioeconómicas

Tendencias sociales	Operacionalización
Conocimiento	Se conoce personalmente tanto al presidente como a cualquier otro alto directivo o miembro de la junta.
Conversación	Se ha mantenido al menos una reunión cara a cara o telefónica con el equipo directivo en los últimos 30 días. La reunión debería haber tenido una duración de más de 5 minutos y se deberían haber abordado otros asuntos importantes que no sean el tiempo.
Amistad	Combinación de las tendencias «conocimiento» y «conversación»
Tendencias	Operacionalización
Comercial	Algunos negocios (relacionados con la alimentación y/o servicios) han hecho negocios con la empresa durante los últimos 9 meses (incluyendo préstamos, apropiaciones y trueques)
Profesional (asimétrica)	La plantilla de la empresa está preparada en caso de que surja cualquier problema que pueda representar un desafío.
Lazo integrado	Operacionalización
Complejo	Combinación de las tendencias comercial, profesional y de amistad.

Fuente: Elaboración propia.

red se encarga de medir qué parte de las posibles relaciones (mutuas) están técnicamente en uso en un determinado momento. Además de lo señalado anteriormente, los estudios comparativos de redes «socio-céntricas» limitadas espacialmente deben realizarse con cautela. Primero, existen límites en cuanto a la cantidad de tiempo que propietarios, directivos u otros agentes pueden dedicar a las redes locales. Cada empresario independiente tiene unas obligaciones (de red) también fuera del contexto. Esto significa que cuanto mayor es el contexto en lo que a miembros se refiere, menor será la densidad de red.

Segundo, la creación de redes locales lleva su tiempo, lo cual implica que los escenarios empresariales de pequeño tamaño bien establecidos y normalmente creados orgánicamente (por ejemplo las zonas industriales tradicionales) cuentan con unas redes más densas que los contextos creados en los parques científicos, fenómenos que crecieron vertiginosamente en los años 80.

Tercero, la necesidad de establecer relaciones entre empresas, tanto verticales como horizontales o laterales, varía según el sector industrial dominante en la localidad.

En primer lugar el cuadro n.º 5 informa sobre la mayor densidad que registra la red de la región industrial organizada espontáneamente y desarrollada de forma orgánica, a pesar de su mayor tamaño en cuanto al número de empresas, en relación al creado y gestionado parque científico. En segundo lugar, los datos de red acerca de la comunidad revitalizada indican que las redes pueden activarse y ampliarse cuando existe una necesidad de movilización de las habilidades locales. Véase también Johansson y Nilsson (1989), quienes trataron la cuestión de la práctica de una «red estratégica» para revitalizar una comunidad.

El cuadro n.º 6 describe los contenidos de las relaciones de redes existentes en la región industrial, la comunidad revitalizada y el parque científico. Teniendo en cuenta la

Cuadro n.º 5

Densidad de red en distintos escenarios territoriales
(en %)

Característica relacional	Zona Industrial (67 empresas)	Comunidad revitalizada (29 empresas)	Parque científico (42 empresas)
Conocimiento	31,3	46,8	3,5
Conversación	10,1	26,8	3,9
Amistad	8,6	23,9	1,6
Comercial	14,4	18,7	2,6
Profesional	13,8	15,3	3,9

Nota: véase el cuadro n.º 4 para las definiciones. Todos los datos, salvo aquellos que atañen a las relaciones profesionales, están basados en el intercambio recíproco.

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro n.º 6

**Relevancia relativa de los lazos de redes
en distintos contextos territoriales**
(en %)

Características relacionales	Zona Industrial (67 empresas)	Comunidad revitalizada (29 empresas)	Parque científico (42 empresas)
Amistad	29,3	41,3	23,7
Comercial	49,0	32,3	37,3
Profesional	38,8	38,4	52,7
Complejo	13,7	13,6	13,6

Nota: véase el cuadro n.º 4 para consultar las definiciones.
Fuente: Elaboración propia.

gran diferencia en lo que a densidad de red se refiere, las similitudes relativas entre los contextos, respecto a la constitución de lazos en uso son llamativas. Debido a tradiciones históricas, el intercambio comercial es más frecuente en las regiones industriales. La socialización mediante vínculos amistosos es mucho más requerida en la comunidad movilizadora, donde continuamente emergen nuevos retos, evocando compromisos y exigiendo una organización creativa. En el parque científico, donde la creación de conocimiento interactivo es la razón de su propia existencia, las redes profesionales deben ser especialmente fomentadas.

Algunos de los lazos en los contextos organizados son «complejos», esto es, son representados como relaciones donde los lazos comerciales, profesionales y de amistad entretejen un fuerte vínculo. El hecho de que sólo haya pequeñas diferencias entre los tres contextos examinados sugiere

que los empresarios independientes, que dominan los tres escenarios, crean pequeños círculos de confidencialidad. Como parte del proceso de convertirse en empresario, reconstruyendo su propia identidad, los nuevos empresarios en general y los empresarios académicos en particular deben socializarse mediante el trato de imitación o la influencia de sus homólogos. En otro artículo, informamos cómo las nuevas empresas basadas en el conocimiento se adaptan al comportamiento de sus homólogos más orientados a la comercialización, respecto a sus redes personales (Johannisson 1998).

5. **CONCLUSIÓN: LA PRÁCTICA DEL ENFOQUE RELACIONAL**

Como ya se ha dicho, el enfoque expuesto sugiere que el control se centre en las premisas de valores para las operaciones,

en las actividades concretas que se estén llevando a cabo o en su resultado. Este tipo de control parece no aplicarse a la forma de gobierno de la estructura relacional, al menos no como se viene aplicando a las pequeñas comunidades empresariales localizadas. El «entorno determinado» es reconocido, entendido y abordado por la propia participación activa. Esto sugiere la necesidad de un «control de interacción» que obviamente abarque los dos relacionados dentro de la organización/sistema y dicho entorno determinado. Dicho control de «interacción» o de «relación» es un proceso orientado y basado en el diálogo, más bien en el diálogo múltiple, ya que las condiciones para el desarrollo son definidas conjuntamente por una multitud de miembros afectados. La metáfora de la red nos ayuda a ver que el control debe ser considerado como un proceso en curso a través de los límites contextuales. En el cuadro n.º 2 presentamos las redes como parte integral de las tácticas de afrontar retos que conducen a la autoorganización. La interacción no exige simplemente la confianza mutua original que reduzca los costes transaccionales, sino que además genera unos «beneficios transaccionales» como oportunidades necesarias para el concepto del sentido y el aprendizaje (Weick, 1995). Las redes, por tanto, construyen una base cada vez mayor para el aprendizaje donde la disputa en el intercambio relacional no sólo crea barreras sino que perfecciona, dirige y aporta energía (Akerman, 1993).

En otra sección (véase Johannisson, 2000a; Hjorth y Johannisson, 2003) perfilamos los antecedentes, procesos y resultados de la autoorganización para la iniciativa empresarial colectiva representada en una localidad. Los antecedentes de la autoorganización incluyen el reconocimiento de la «inestabilidad vinculada» (Stacey, 1996) y la necesidad asociada de reconocer la impor-

tancia de un cambio constante. Un número mínimo de agentes e interactividad en términos de redes «laterales», que no son simplemente verticales (tipo cliente-proveedor) u horizontales (relaciones de competencia), aportan energía a la fase inicial de desarrollo local.

La historia local, que puede ser sencilla y fácilmente comprendida por cada miembro de la comunidad ayudando así a la realización de la acción o tan compleja que nadie la haya comprendido y que crea por tanto una mentalidad abierta, constituye una condición para la creación de la historia (Spinosa *et al.*, 1997). Un flujo moderado de personas que se mueve por dentro o fuera de la localidad implica, por un lado, que se establece una base de valores estables y, por otro, que los inmigrantes con sus competencias y redes personales conforman una diversidad.

La autoorganización como proceso se caracteriza por un cambio incremental que materializa la transformación de nuevas realidades. La autoorganización y el aprendizaje son procesos experimentales e interactivos, y utilizan la analogía e improvisación. Las afinidades mentales, sociales y espaciales implican que las experiencias desfavorables aparecen recogidas en las noticias oficiales, para que errores similares no vuelvan a repetirse en un futuro. Lo mismo ocurre con los resultados favorables, que son ampliados en dichas noticias. Una identidad compartida sólida constituye una base social y cultural, así como un fruto importante de la auto-organización. La identificación con la comunidad parece ser una condición previa para la interactividad y el aprendizaje colectivo (Maskell *et al.*, 1998) y para la creación del nuevo conocimiento (Nonaka y Takeuchi, 1995).

Proponemos un modelo de y para el desarrollo económico local que devalúe los

programas públicos, nacionales e internacionales, estandarizados. Esta posición se basa en la convicción de que sólo si las localidades se ocupan de la construcción de su propia identidad colectiva, tendrá lugar un desarrollo sostenible. Y de nuevo se incide en la necesidad de un diálogo plural entre los afectados locales y «globales». No debería incluirse solamente a políticos, sino que también se debería contar con gente corriente que actúe en calidad de investigadores. En un futuro contaremos con un mayor peso como intérpretes cuando las comunidades locales se apropien de la experiencia obtenida en cualquier lugar para aplicar su base de conocimiento, sin olvidar su propia identidad única (Johannisson, 2000).

En el cuadro n.º 6 hemos mostrado cómo la relación más típica de cada contexto organizativo también coloca ese escenario por delante de los otros dos contextos; los lazos comerciales en la zona industrial, los lazos amistosos en la comunidad revitalizada y los lazos profesionales en el parque científico. Asimismo, los tres contextos tuvieron éxito durante la práctica del

estudio empírico. Esto sugiere que la red local puede usarse para identificar y clasificar los distintos sistemas territoriales como contextos para la iniciativa empresarial colectiva (Johannisson, 2003). Esta visión relacional aportaría mayor información, por ejemplo, para las medidas políticas que un diagnóstico de las localidades basadas en la industria dominante o la estructura del tamaño de la empresa. En las zonas industriales, se deberían fomentar las redes caracterizadas por la cooperación y competencia. En las comunidades revitalizadas se debería apoyar la iniciativa local mediante una extensa red social, mientras que en los escenarios creados, como los parques científicos, se debería dar mayor fuerza a las existentes redes de conocimiento. Sin embargo, las fuerzas competitivas globales impulsarán a aquellas localidades que quieran mantenerse paralelas al intercambio local comercial, dirigido tanto a estrategias globales como locales, bien individuales bien colectivas, aprovechándose del compromiso establecido con un lugar para la creación de instituciones locales y puentes que conduzcan a universidades regionales exteriores o a otros centros competentes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ÅKERMAN, N. (Ed.) (1993): *The necessity of friction*. Physica-Verlag, Heidelberg.
- ALDRICH, H. (1999): *Organizations evolving*. Sage, London.
- ARAUJO, L. y EASTON, G. (1996): «Network in socio-economic systems,». In Iacobucci, D. (ed.), *Networks in Marketing*. Sage, London, pages 64-105.
- ASTLEY, G. W. y VAN DE VEN, A. H. (1983): «Central Perspectives and Debates in Organization Theory.» *Administrative Science Quarterly*. vol. 28, pages 245-273.
- BERGER, P. L. y LUCKMANN, T. (1966): *The social construction of reality*. Doubleday, New York, N.Y.
- BRUNSSON, N. y SAHLIN-ANDERSSON, K. (2000): «Constructing organizations: The example of public sector reforms.» *Organization Studies*. vol. 21, No. 4, pages 721-746.
- BURT, R. S. (1992): «The social structure of competition». In Nohria, N & Eccles, R G (eds.) *Networks and organization*. Harvard Business School, Boston, Ma. pages 57-91.
- CAPELLO, R. (1996): «Industrial enterprises and economic space: The network paradigm.» *European Planning*, Vol. 4, Pages 485-498.
- CARBONARA, N. (2002): «New Models of Inter-Firm Networks within Industrial Districts.» *Entrepreneurship and Regional Development*. vol. 14, No. 3, pages 229-246.
- CASTELLS, M. (1996): *The rise of the network society*. Blackwell, Oxford.
- DAHÉN, E. (1988): «Development blocks in industrial economics.» *Scandinavian Economic History Review & Economy and History*. vol. 36, n.º 1, pages 3-14.
- DIMAGGIO, P. and POWELL, W. (1983): «The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields.» *American Sociological Review*, vol. 48, pages 147-160.
- ECCLES, R. G. y NOHRIA, N. (1992): *Beyond the hype. Rediscovering the essence of management*. Harvard University, Harvard, Mass.
- ELIASSON, G. (2005): «Competence Blocs in the Experimentally Organized Economy - On Regional Industrial Transformation in the Global Economy.» In Eliasson, G (Ed.) *The birth, the life and the death of firms - the role of entrepreneurship, creative destruction and conservative institutions in a growing and experimentally organized economy*. Ratio, Stockholm.
- FORD, D. (Ed.) (1990): *Understanding Business Markets: Interaction, Relationships, Networks*. London, Academic Press.
- GALASKIEWICZ, J., WASSERMAN, S., RAUSCHENBACH, B., BIELEFELD, W. y MULLANEY, P. (1985): «The influence of corporate power, social status and market position on corporate interlocks in a regional network.» *Social Forces*, vol. 64, pages 403-431.
- GIDDENS, A. (1984): *The constitution of society*. Polity Press, Cambridge.
- GIDDENS, A. (1991): *Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age*. Polity Press, Cambridge.
- GRANOVETTER, M. (1985): Economic action and social structure: A theory of embeddedness.» *American Journal of Sociology*, vol. 91, pages 481-510.
- GULATI, R. y GARGULIO, M. (1999): «Where do Interorganisational Networks Come From?» *American Journal of Sociology*, vol. 104: 1439-1493.
- HALINEN, A. y TÖRNROOS, J. (1998): «The role of the embeddedness in the evolution of business networks.» *Scandinavian Journal of Management*, vol. 14, pages 187-205.
- HERNES, T. (2003): «Organization as evolution of space.» In Czarniawska, G & Sevón, G (Eds.) *Northern lights - Organization theory in Scandinavia*. Liber/Abstract/Copenhagen Business School Press, Copenhagen, pages 267-290.
- HJORTH, D. y JOHANNISSON, B. (2003): «Conceptualising the opening phase of regional development as the enactment of a 'collective identity'». *Concepts and Transformation*, vol. 8, n.º 1, pages 1: 1-24.
- JOHANNISSON, B. (1998): «Personal networks in emerging knowledge-based Firms: Spatial and functional patterns.» *Entrepreneurship & Regional Development*, vol.10, n.º 4, pages 297-312.
- JOHANNISSON, B. (2000): «Networking and entrepreneurial growth.» In Sexton, D & Landström, H (eds.) *Handbook of entrepreneurship*. Blackwell, London, pages 368-386.
- JOHANNISSON, B. (2000a): «Modernising the industrial cistrict: rejuvenation or managerial colonisation?», in Vatne E and Taylor M (eds.), *The networked firm in a global world: Small firms in new environments*. Aldershot, Ashgate, pages 283-308.

- JOHANNISSON, B. (2003): «Entrepreneurship as a collective phenomenon'. In Genescà, E.; URBANO, D; CAPELLERAS, J.; GUALLARTE, C. y VERGÈS, J (Eds.) *Creación de Empresas - Entrepreneurship*. Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona, pages 87-109.
- JOHANNISSON, B. y ALEXANDERSON, O. y NOWICKI, K. y SENNESETH, K. (1994): «Beyond anarchy and organization - Entrepreneurs in contextual networks', *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 6, n.º 4, pages 329-356.
- JOHANNISSON, B. y NILSSON, A. (1989): «Community Entrepreneurship - Networking for Local Development», *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 1, n.º 1, pages 1-19.
- JOHANSSON, J. y MATTSSON, L-G. (1987): «Interorganizational relations in industrial systems: A network approach compared with the transaction-cost Approach.» *International Studies of Management & Organization*, vol. XVII, n.º 1, pages 34-48.
- KATZ, J. y STEYAERT, C. (Eds.) (2004): Entrepreneurship in Society. Special issue of *Entrepreneurship and Regional Development*, vol. 16, n.º 3.
- KLEIN WOOLTHUIS, R. (1999): *Sleeping with the enemy. Trust, dependence and contract in Interorganisational Relationships*. Dissertation. Entrepreneurship Centre. University of Twente, Twente.
- LUNDVALL, B-A. (1992): *National systems of innovation*. Pinter, London.
- LÖVSTÅL, E. (2000): *A Quest for Accounting and Control within Entrepreneurial Organisations - the Roxtec Odyssey*. Licentiate Thesis. School of Management and Economics. Lund University, Lund.
- MAILLAT, D. (1991): «The Innovation Process and the Role of the Milieu.» In Bergman, E M & Maier, G. y Tödtling, F. (eds.) *Regions considered. Economic networks, innovation, and local development in industrialized countries*. Mansell, London, pages 103-117.
- MASKELL, P., H. ESKELINEN, I. HANNIBALSSON, A. MALMBERG y E. VATNE (1998): *Competitiveness, localised learning and regional development*. Routledge, London.
- NONAKA, I. y TAKEUCHI, H. (1995): *The knowledge-creating company*. Oxford University Press, Oxford.
- NORTH, D. (1990): *Institutions, institutional change and economic performance: Political economy of institutions and decision*. Cambridge University Press, Cambridge.
- PYKE, F. y BECATTINI, G. y SENGENDERGER, W. (eds.) (1990): *Industrial districts and inter-firm co-operation in Italy*. ILO, Geneva.
- PYKE, F. & SENGENDERGER, W. (eds.) (1992): *Industrial districts and local economic regeneration*. ILO, Geneva.
- ROWEL, T., BEHRENS, D. y KRACKHARDT, D. (2000): «Redundant governance structures: An Analysis of Structural and Relational Embeddedness in the Steel and Semiconductor Industries.» *Strategic Management Journal*. vol. 21, pages 369-386.
- SARASVATHY, S. D. (2001): Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency.» *Academy of Management Review*, vol. 26, n.º 2, pages 243-263.
- SCHUMPETER, J. A. (1911/1934): *The theory of economic development*. Oxford University Press, Oxford.
- SCOTT, W. R. (2001): *Institutions and organizations*. Second edition. Sage: Thousands Oaks.
- SJÖSTRAND, S (1992) On the rational of irrational institutions, *Journal of Economics Issues*, XXVI, pages 1007-1040.
- SMIRCHICH, L. y STUBBART, C. (1985): «Strategic management in an enacted world.' *Academy of Management Review*, vol. 10, pages 724-36.
- SPINOSA, C., FLORES, F. y DREYFUS, H. (1997): *Disclosing new worlds – Entrepreneurship, democratic action and cultivation of solidarity*. The MIT Press, Cambridge, Mass.
- STACEY, R. D. (1996): *Complexity and creativity in organizations*. Berret-Koehler, San Francisco, Cal.,
- VAN DE VEN, A. H. (1993): «The development of an infrastructure for entrepreneurship.», *Journal of Business Venturing*, vol. 8, pages 211-233.
- WEBER, M. (1947): *The theory of social and economic organization*. The Free Press, New York.
- WEICK, K. E. (1976): «Educational organizations as loosely coupled systems.» *Administrative Science Quarterly*, vol. 21, pages 1-19.
- WEICK, K. E. (1995): *Sensemaking in organizations*. Sage, Thousand Oaks, CA..
- WENGER, E. (1998): *Communities of practice. Learning, meaning and identity*. Cambridge University Press, Cambridge.
- WINNICOTT, D. W. (1981/2003): *Lek och verklighet. Natur och kultur*, Stockholm.