CREACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS: IDENTIFICACIÓN DE FUENTES DE FINANCIACIÓN Y SU IMPACTO EN EL EMPLEO

eoi
Escuela de Negocios

2005

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN 4

1.1. Objetivos 4

1.2. Metodología 5

2. LAS PEQUEÑAS EMPRESAS 8

2.1. Políticas europeas de pequeñas empresas 8

2.2. La Pyme en España 9

3. CREACIÓN DE EMPRESAS 15

3.1. Definición del concepto Entrepreneurship 15

3.2. El proceso de creación de empresas 16

3.3. Factores de éxito en la creación de empresas 16

3.3.1. Características del emprendedor 17

3.3.2. Sector de actividad industrial 19

3.3.3. Entorno económico 20

3.3.4. Financiación de nuevas empresas 20

4. CREACIÓN DE EMPRESAS: EL CASO ESPAÑOL 22

5. ESTUDIO SOBRE FINANCIACIÓN, EMPLEO Y FACTORES DE ÉXITO EN LAS NUEVAS EMPRESAS 25

5.1. Definición del éxito en las nuevas empresas 25

5.2. Las empresas objeto de estudio 27

5.2.1. Año de fundación de las empresas 27

5.2.2. Número de socios de la empresa 28

5.2.3. Sector de actividad 30

5.2.4. Localización 31

5.3. Características del emprendedor 36

5.3.1. Nivel educativo 37

5.3.2. Experiencia previa 38

5.3.3. Motivación del emprendedor 42

5.4. Creación de empresas y empleo 44

5.4.1. Creación de empleo y año de fundación 46
5.4.2. Sector de actividad y empleo 47
5.4.3. Creación de empleo femenino 52
5.4.4. Creación de empleo para grupos con dificultades de empleabilidad 53
5.4.5. Expectativas de creación de empleo futuro 56
5.5. Financiación de las nuevas empresas 56
5.5.1. Fuentes de financiación inicial 57
5.5.2. Uso del capital inicial en las nuevas empresas 59
5.5.3. Inversión inicial 60
5.5.4. Tiempo esperado de recuperación de la inversión 63
5.5.5. Cantidad esperada a recuperar 64
5.5.6. Ventas anuales de las nuevas empresas 65
5.6. Asesoramiento recibido para la creación de empresas 66
5.6.1. Administraciones Públicas que facilitan asesoramiento 67
5.6.2. Áreas funcionales de asesoramiento 68
5.7. La satisfacción del emprendedor 70
5.7.1. Nivel de satisfacción general 70
5.7.2. Satisfacción y sector de actividad 71
5.7.3. Satisfacción y experiencia previa 71
5.7.4. Satisfacción y nivel educativo del emprendedor 74
5.7.5. Satisfacción y creación de empleo 75
5.8. Grupos financieros 75
5.8.1. Clasificación de los grupos financieros 75
5.8.2. Grupos financieros y grado de satisfacción del emprendedor 80
5.8.3. Grupos financieros e inversión inicial 81
5.8.4. Grupos financieros y creación de empleo 81
5.9. Grupos financieros 83
5.9.1. Clasificación de los grupos financieros 83
5.9.2. Grupos laborales y grado de satisfacción del emprendedor 88

5.9.3. Grupos laborales y creación de empleo 89

6. CONCLUSIONES 92

BIBLIOGRAFÍA 100

1. INTRODUCCIÓN

El papel de la Creación de Empresas en la sociedad ha cambiado drásticamente durante la segunda mitad del siglo pasado. En el periodo siguiente a la Segunda Guerra Mundial el concepto y la importancia de *Entrepreneurship* parecía estar pasado de moda. Hoy en día es justo lo contrario. La creación de empresas se percibe ahora como un motor de la economía y el desarrollo social en cualquier país y entorno económico. Las nuevas empresas son un fenómeno digno de atención para distintos sectores, desde aquellos que están preocupados por el crecimiento económico hasta los que estudian la sostenibilidad de dicho crecimiento.

Las investigaciones sobre las nuevas empresas han cambiado significativamente durante los últimos años. Hoy, los estudios sobre Creación de Empresas se centran en sus impactos en la sociedad e involucran diversas disciplinas como la Economía, la Geografía, la Dirección de empresas, Finanzas, Estrategia, Psicología y Sociología, entre otras. La Creación de Empresas se ha convertido en un área dentro de otras muchas disciplinas del conocimiento.

La Creación de Empresas y su impacto en el entorno socioeconómico no sólo ha interesado a los investigadores sino también a las Administraciones Públicas de los países y de entornos económicos como la Unión Europea. Ésta, en concreto, a través de la Carta Europea de la Pequeñas Empresas ha reconocido la necesidad de impulsar la educación y la formación en el espíritu emprendedor y de facilitar y acortar los trámites administrativos para la creación de empresas.

1.1. Objetivos

El objetivo del trabajo que aquí se presenta es identificar las fuentes y cantidades de financiación utilizadas para la creación de empresas, el impacto en el empleo y otros factores de éxito.

Se pretende hacer esta cuantificación de manera específica en sectores con dificultades de integración o menor desarrollo económico, como es el caso del público objetivo de los cursos de formación del Fondo Social Europeo que imparte la Escuela de Organización Industrial (EOI).

Se observará también si existe relación entre las cantidades económicas empleadas, las fuentes de financiación de las que se obtuvieron éstas y factores como el empleo generado y el volumen de facturación. El objetivo es desarrollar un modelo para establecer las necesidades de formación por grupo social y ejemplos de mejores prácticas empresariales de financiación y negociación con proveedores de fondos.

Como resultado del estudio se ofrecerán recomendaciones que ayuden a completar los cursos impartidos con objeto de generar un empleo mayor y más estable junto con un crecimiento económico en las empresas creadas. Asimismo el fin es poder orientar a las instituciones públicas y financieras locales, regionales, nacionales y europeas sobre políticas de financiación de empresas que tengan el mayor impacto posible en la generación de empleo en regiones y grupos sociales desfavorecidos y que conlleven mayor crecimiento.

Es necesario destacar que la Unión Europea, en sus últimos informes, identifica un gran vacío de financiación en las etapas iniciales de creación de empresas y atribuye a esta carencia (menor en países anglosajones) parte de las causas del diferencial de crecimiento con la economía de Estados Unidos. Por lo tanto, los estudios que ayuden a clarificar el impacto de las políticas de financiación de nuevas empresas y a dirigir su enfoque resultan de gran interés.

1.2. Metodología

Para la realización del estudio se ha llevado a cabo un análisis bibliográfico y a partir de él, se ha diseñado una encuesta con diversas cuestiones relativas al éxito empresarial, las fuentes y cantidades de financiación y la capacidad de creación de empleo, entre otras.

Se han realizado 300 entrevistas con un error estadístico para datos globales del 5.77% en valor absoluto, que han sido introducidas en una base de datos para su codificación, depuración y posterior tratamiento estadístico.

La base de datos recoge las valoraciones de emprendedores correspondientes a los siete sectores económicos más representativos: Comercio, Agricultura, Construcción, Transporte, Turismo, Industria y Servicios a empresas. Las empresas incluidas en el análisis fueron fundadas en los años comprendidos entre el 2000 y 2005, ambos inclusive.

Un tratamiento estadístico previo de los datos recopilados permite analizar la representatividad de la muestra respecto a la población de las PYMES en las áreas geográficas donde se ha realizado el estudio.

Entre los objetivos del estudio descriptivo se encuentra el análisis de homogeneidad en las respuestas de los cuestionarios en los distintos sectores económicos, años de fundación y zonas geográficas. Un segundo objetivo dentro del análisis descriptivo es localizar la existencia de cuestionarios anómalos desde el punto de vista multivariante en términos de nivel y/o dependencia entre las cuestiones.

La segunda parte del análisis estadístico trata de establecer los posibles grupos de variables relacionados con aspectos como el éxito empresarial, en sus distintas dimensiones, formas de financiación e inversión del capital, preparación y experiencia de los emprendedores o grado de satisfacción actual con la empresa. Una vez definidos estos factores se estudia el tipo de relación, en términos de medidas de asociación o dependencia, y su significatividad estadística. Este último análisis permitirá inferir uno o varios modelos para explicar la estructura de relación-causalidad entre los distintos factores analizados. El objetivo será que las distintas administraciones y los emprendedores conozcan cómo afectan los cambios en alguno de estos factores al resto, con especial énfasis en el efecto que tienen los factores en el éxito empresarial.

En la medida de lo posible, se compararán los datos obtenidos en la encuesta realizada con los datos ofrecidos por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) del año 2004 realizado para España, con el fin de poder determinar las posibles diferencias entre ambas poblaciones. Se ha elegido este informe debido a que contiene información sobre creación de empresas en todo el territorio nacional y a todo tipo de empresas y sucesos posibles. La muestra sobre la que se ha realizado el presente estudio es una parte de la población objeto de estudio del GEM, si bien presenta características particulares específicas, que justifican un estudio individualizado y particular.

2. LAS PEQUEÑAS EMPRESAS

2.1. Políticas europeas de pequeñas empresas

Las pequeñas empresas son la columna vertebral de la economía europea. Son una fuente clave de puesto de trabajo y un criadero de ideas empresariales. Los intentos de Europa por ser la precursora de la nueva economía sólo se tendrán éxito si la pequeña empresa se considera un tema prioritario.

La Unión Europea ha reconocido la importancia de la pequeña empresa a través de la adopción de la Carta Europea de las Pequeñas Empresas por parte del Consejo de Asuntos Generales, en Lisboa, el 13 de junio de 2000 y de la aprobación de dicha Carta con ocasión del Consejo Europeo de Feria, celebrado los días 19 y 20 de junio de ese mismo año. En la Carta se recomienda a los gobiernos que concentren sus esfuerzos estratégicos en diez líneas de actuación que revisten una importancia capital para el entorno en el que operan las pequeñas empresas.

Las pequeñas empresas constituyen el motor de la innovación y la creación de empleo en Europa y en España. Debido a su tamaño, son muy sensibles a los cambios industriales y al entorno en el que operan, de ahí que, durante el Consejo Europeo de Feria (Portugal), celebrado los días 19 y 20 de junio de 2000, los Jefes de Estado o de Gobierno, junto con la Comisión Europea, señalaran la necesidad de facilitar su desarrollo.

Los Jefes de Estado o de Gobierno, junto con la Comisión Europea, reconocen la capacidad dinámica de la pequeña empresa, en particular en lo que se refiere a la prestación de nuevos servicios, la creación de empleo y el desarrollo social y regional. Asimismo destacan la importancia del espíritu emprendedor y la necesidad de evitar que se penalicen determinados fracasos. También están de acuerdo en la validez de ciertos aspectos como el conocimiento, la dedicación y la flexibilidad de la nueva economía.

Por ello y con la idea de fomentar el espíritu emprendedor y mejorar el entorno en el que operan las pequeñas empresas, decidieron intervenir teniendo en cuenta las diez líneas de actuación siguientes:

- Educación y formación empresarial para cultivar el espíritu empresarial.
- Registros menos costosos y más rápidos para la inscripción de nuevas empresas.
- Mejora de la legislación y la reglamentación con el fin de eximir a las pequeñas empresas de satisfacer determinados requisitos.
- Disponibilidad de habilidades para que los servicios de formación actúen de acuerdo con las necesidades de las empresas y suministren formación permanente y consultoría.
- Mejora del acceso *on line* entre las Administraciones Públicas y las pequeñas empresas.
- Mayor aprovechamiento del Mercado Único por parte de las pequeñas empresas.
- Favorecer las cuestiones fiscales y financieras de las pequeñas empresas facilitando el acceso a la financiación (capital riesgo, fondos estructurales, etc.).
- Incrementar la capacidad tecnológica de las empresas estimulando la cooperación entre las empresas y las relaciones entre éstas y el mundo de la enseñanza y los centros de investigación.
- Estimular a las empresas para que adopten las mejores prácticas en comercio electrónico y calidad.
- Desarrollo, potenciación e intensificación de la eficacia de la representación de los intereses de la pequeña y mediana empresa a escala nacional y comunitaria.

Como puede apreciarse, la política europea trata de fomentar la creación de empresas para mantener un tejido competitivo de pequeñas empresas como motor de nuestra economía.

2.2. La Pyme en España

Según el Directorio Central de Empresas (DIRCE), el número de empresas existentes en España a 1 de enero de 2004 se elevaba a 2.942.342. De éstas, el 50,99% eran

empresas sin asalariados, el 93,99% tenían entre 0 y 9 empleados (microempresas), el 99,87% entre 0 y 249 (PYME), y sólo el 0,13% tenían 250 ó más asalariados (grandes). Es decir, casi el total del universo empresarial español (2.938.464 unidades productivas) está constituido por pequeñas y medianas empresas (PYME).

Cataluña con 542.750 PYME (18,47% del total nacional), Andalucía con 441.377 (15,02%), Madrid con 434.748 (14,80%) y la Comunidad Valenciana con 314.878 (10,72%) son las comunidades autónomas con mayor número de PYME. En estas cuatro comunidades están ubicadas más de la mitad de las pequeñas y medianas empresas de España (59,01%).

Por otra parte, las comunidades con mayor porcentaje de empresas sin asalariados en su distribución porcentual son: Navarra (55,40%), Madrid (54,61%) y Ceuta y Melilla (53,70%), Canarias (47,18%), Murcia (47,63%) y la Comunidad Valenciana (48,10%) son las que poseen las cifras más bajas de esta categoría de empresas.

La mayoría de las PYME ejercen la actividad en el sector de los servicios. Se dedican principalmente a las actividades inmobiliarias, a la hostelería y al comercio al por menor de alimentos y bebidas, aunque en los últimos años el mayor crecimiento se está produciendo en el sector de la construcción.

Desde 1995, primer año en que el Instituto Nacional de Estadística (INE) publica el Directorio Central de Empresas (DIRCE), el crecimiento del total de empresas se ha elevado a 557.631, lo que supone un crecimiento superior al 23 por ciento en el periodo 1995-2004, siendo los últimos años de la serie los de mayor crecimiento proporcional.

Entre el 1 de enero de 2002 y el 1 de enero de 2004, la creación neta de pequeñas y medianas empresas ha sido de 231.525, lo que ha significado un aumento superior al 8,5 %. De estas empresas, 129.079 se han creado entre el 1 de enero de 2003 y el 1 de enero de 2004, lo que supone un incremento cercano al 4,5 %, es decir, el mayor ritmo de creación de Pymes desde que existe un sistema de información estadística sobre empresas.

En España hay en la actualidad 6,8 Pyme por cada 100 habitantes; 15,2 por cada 100 activos y 16,9 por cada 100 ocupados.

El tamaño de las empresas es apreciablemente distinto según los sectores económicos. La mayor proporción de empresas grandes se concentra en la industria, donde su distribución agrupa casi un 30 % de las empresas que empelan a 250 o más asalariados. Por el contrario, la mayoría de las empresas pequeñas se sitúa en los sectores de Resto de Servicios y Comercio.

La distribución de las empresas españolas según los grandes sectores de producción (excluida la agricultura y la pesca) responde a la siguiente clasificación: el 8,42% son empresas cuya actividad principal se desarrolla en el sector de la industria, el 13,29% lo hace en el de la construcción, el 28,08% en el del comercio y el 50,21% ejerce su actividad dentro del resto del sector de los servicios.

En esta distribución sectorial se observa que, dentro del conjunto nacional, las comunidades de La Rioja, Castilla-La Mancha, Navarra y el País Vasco tienen en su distribución los porcentajes más altos dentro del sector industrial. Por el contrario, Canarias, Madrid, Baleares y Asturias son las que los tienen más bajos. Sin embargo, éstas últimas son las comunidades que mayores porcentajes presentan del sector del resto de servicios, y Castilla-La Mancha, Extremadura, La Rioja y la Región de Murcia los que menores.

En el sector de la construcción destacan, con los porcentajes más elevados, Castilla La Mancha (17,39%) de sus empresas en esta actividad; Baleares (16,08%) y Castilla León (15,86%) y, con los porcentajes menores Andalucía (10,71%), Canarias (11,71%) y Madrid (12,02%).

En la actividad comercial Extremadura (34,74%), Andalucía (32,47%) y la Región de Murcia (30,61%) presentan los porcentajes más altos. En el lado contrario figuran Madrid (23,34%), Baleares (25,39%) y el País Vasco (25,48%).

El desglose de los indicadores que relacionan el número de empresas con el número de ocupados muestra que el tamaño medio de las empresas englobadas en el sector denominado Resto de Servicios es claramente inferior al resto, ya que hay 7,6 empresas por cada 100 ocupados frente a las 4,3 del Comercio, las 2 de la Construcción y las 1,3 de la Industria.

En la distribución por tamaño de asalariados, el mayor peso porcentual lo soportan las empresas sin asalariados, que suponen casi el 51% del total de empresas. Esto es así a pesar de que la evolución de estas empresas, dentro del conjunto, es descendente, ya que desde el 1 de enero de 1995 al 1 de enero de 2003 han pasado de representar el 58% al mencionado 51%.

De este proceso se están beneficiando las empresas pequeñas (de 10 a 49 empleados) que, de suponer un 4,5% en 1995, han pasado a representar el 5,2% en 2004.

Este trasvase de las empresas sin asalariados a las pequeñas empresas contribuye a una mayor convergencia con el tamaño medio de las Pyme de la Unión Europea.

Aún así, el tejido empresarial español sigue estando mayoritariamente constituido por pequeñas unidades de producción, algo que es común a los países mediterráneos. En Italia, Grecia y Portugal el tamaño medio de las empresas es aún menor que en España.

En el año 2003 (Observatorio Europeo de la Pyme 2003 num. 7), el empleo en las empresas sigue siendo generado por las microempresas que agrupan al 50,5% del total de empleos, cifras lejanas al 39,7% de la media de la Unión Europea (UE-15) y al 25,3% de Irlanda. Sólo Italia y Grecia superan la proporción de España, ambas con un 56,8%.

El análisis de los indicadores que relacionan la población general, la población activa y la población ocupada en España muestra que el número medio de Pyme por cada 100 habitantes es de 6,81; por cada 100 activos se eleva a 15,22 y por cada 100 ocupados alcanza la cifra de 16,98.

En el mismo 2003, el porcentaje de Pyme frente al total de empresas era mayor en España que la media de la Unión Europea. Asimismo, las PYME ocupan un porcentaje mayor del total de trabajadores y, porcentualmente, contribuyen en mayor medida en la Unión Europea al valor añadido total. El valor añadido por persona ocupada y la productividad están por debajo de la media de la UE-15, y es precisamente éste uno de los principales problemas que tienen las Pyme españolas.

La evolución de las empresas españolas entre 1996 y 2004 muestra un crecimiento neto de 557.631 empresas, lo que ha supuesto un incremento del 23,38% y un crecimiento neto anual del 2,92%. Las comunidades autónomas donde más han crecido las empresas durante este periodo han sido Murcia (38,35%), Baleares (37,94%) y Canarias (35,99%), y donde menos Navarra (6,92%), Extremadura (10,95%) y Castilla y León (11,89%). Ocho son las comunidades que han superado la media de crecimiento nacional: Andalucía, Baleares, Canarias, Castilla y León, Comunidad Valenciana, Madrid, Murcia y el País Vasco.

Durante el último periodo analizado, 2003 – 2004, la creación neta de empresas se eleva a 129.222 unidades productivas, de las cuales, 129.079 son Pyme (0 a 249 asalariados) y 143 grandes empresas (250 o más asalariados). La creación de empresas medianas (50 a 249 asalariados) alcanzó la cifra de 273 unidades, las pequeñas (10 a 49 asalariados) 6.088, las microempresas (0 a 9 asalariados) 122.718 y las empresas sin asalariados 40.458.

Según los datos de DIRCE, a 1 de enero de 2004, los ingresos de las Pyme se concentraban mayoritariamente en el tramo de menos de 2 millones de euros (97,6% de las empresas). Casi el 2 por ciento ingresaron entre 2 y 10 millones. Las que tuvieron ingresos comprendidos entre 10 y 50 millones se acercaron al 0,36% y sólo el 0,08% ingresaron más de 50 millones de euros en el último año.

En la distribución jurídica de las Pyme aparecen en primer lugar las 1.738.670 empresas inscritas como persona física, lo que significa el 59,09% del total de éstas; en segundo lugar las 839.779 empresas cuya condición jurídica es la sociedad limitada

(28,54%) y el tercer lugar las sociedades anónimas, con el 4,17% del total (122.595 empresas).

La recién regulada forma jurídica de Sociedad Limitada de Nueva Empresa (SLNE), puede suponer que empresas que se constituían bajo la condición jurídica de persona física, principalmente trabajadores autónomos, en adelante opten por esta forma jurídica que acorta los plazos de constitución y permite la separación del patrimonio personal del empresarial.

3. CREACIÓN DE EMPRESAS

3.1. Definición del concepto Entrepreneurship

Entrepreneurship se puede traducir como empresarialidad o emprendeduría. Este concepto se refiere a las características de las empresas y los empresarios de una economía, a la cultura empresarial y a la inclinación a crear una empresa. También alude a las habilidades del empresario y a su tendencia a crear empresas y buscar oportunidades de negocio. Por tanto, su estudio supone el conocimiento de las características de las empresas y los empresarios, los rasgos de la cultura empresarial y la inclinación a crear y consolidar empresas.

Otra definición válida explica la empresarialidad como la capacidad para movilizar los recursos necesarios en pro de nuevas oportunidades comerciales. También la empresarialidad representa un fenómeno local y sectorial, ya que puede cambiar entre diferentes regiones y sectores de actividad, así como un factor clave para imprimir dinamismo en una economía y capacitarla para ajustarse a estructurales, convirtiendo retos en oportunidades.

Siguiendo la definición dada por Shane y Venkataraman y mejorada por Broadley, se puede decir que la Creación de Empresas es un campo de los negocios que analiza cómo las oportunidades para crear algo nuevo se presentan, son descubiertas o creadas por determinadas personas, que luego las explotan o desarrollan.

Dada esta definición, el concepto *entrepreneurship* incorpora en su dominio las respuestas a las preguntas sobre por qué, cuándo y cómo se descubren las oportunidades de negocio, los procesos de evaluación de dichas oportunidades y su evaluación, la adquisición de recursos para explotar las oportunidades. También da respuestas a cuestiones sobre por qué determinadas personas descubren las oportunidades de negocios, las evalúan, reúnen los recursos y explotan las oportunidades. Dentro de esta definición cabe también el estudio de las estrategias usadas por los empresarios para el desarrollo completo de la oportunidad.

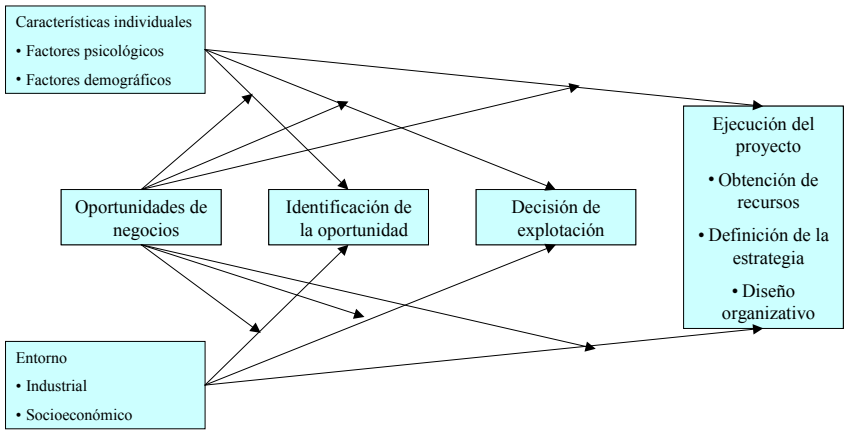
3.2. El proceso de creación de empresas

El fenómeno de la creación de empresas puede ser explicado considerando la unión entre las iniciativas de determinadas personas y las oportunidades de negocio existentes en el entorno. Usando estos nexos de unión se puede entender la creación de empresas como un proceso en el que intervienen distintas actividades:

- Descubrimiento de la oportunidad.
- Adquisición de los recursos necesarios.
- Definición de la estrategia empresarial.
- La organización de la nueva empresa.

La figura 1 indica cómo el proceso de creación de empresas integra la identificación y evaluación de oportunidades, la decisión sobre su explotación, los esfuerzos para obtener los recursos necesarios, la organización de los recursos y el desarrollo de una estrategia para la nueva empresa.

Figura 1. El proceso de creación de empresas



3.3. Factores de éxito en la creación de empresas

Bajo este punto se analiza la bibliografía existente sobre diversos factores que influyen positivamente en la creación de empresas y su éxito posterior. Estos factores se han agrupado en las siguientes categorías:

- Características del emprendedor.
- Sector de actividad industrial.
- Entorno económico.
- Financiación de nuevas empresas.
- Asesoramiento recibido en la creación de la nueva empresa.
- Zona geográfica.
- Sector de actividad

3.3.1. Características del emprendedor

El emprendedor necesita habilidades específicas como la visión comercial, la capacidad negociadora, el liderazgo, la resolución de conflictos, el trabajo en equipo, la capacidad de comunicación, etc. para el desarrollo eficaz del proceso de creación de la empresa y su mantenimiento posterior (Bates, 1990; Schoonhoven, 1990).

Las personas con niveles educativos más altos tienen mayor bagaje de conocimientos y capacidad analítica para entender toda la complejidad del proceso de creación de empresas que otras personas (Clouse, 1990). El nivel educativo del emprendedor incrementa también el crecimiento económico de las nuevas empresas (Reynolds y White, 1997).

Además, la experiencia previa del emprendedor tiene una relación similar al nivel educativo. A través de la experiencia profesional, los emprendedores van adquiriendo los conocimientos y habilidades necesarias para gestionar con éxito el proceso de la creación de empresas. Las personas que tienen más experiencia laboral tienen mayor probabilidad de explotar una oportunidad empresarial (Shane y Khurana, 2001) y en particular aquellos que tienen también experiencia en gestión empresarial (Romanelli y Schoonhoven, 2001), reduce la probabilidad de fracaso de la iniciativa empresarial (Bruderl y Preisendofer, 1998).

Asimismo, la experiencia previa como emprendedor también incrementa la probabilidad de que una persona explote una oportunidad de negocio. Mientras que muchas de las capacidades y habilidades para iniciar un negocio pueden aprenderse a

través de la formación, muchas de ellas sólo pueden adquirirse mediante la experiencia (Jovanovic, 1982, Herbert y Link, 1988).

La edad mantiene una relación curvilínea con la probabilidad de que una persona explote una oportunidad de negocio. La experiencia, con una relación positiva en la explotación de una oportunidad de negocio, disminuye la probabilidad de que una persona que trabaja por cuenta ajena abandone cambie su situación laboral por una más arriesgada (Long, 1982; Borjas y Bronars, 1989).

Otro factor que influye en la probabilidad de que una persona aproveche una oportunidad de negocio es su posición social. La posición social se refiere a las relaciones que mantiene una persona con las personas de su entorno vive y donde trabaja. El estatus social y el nivel de vida incrementan la probabilidad de que una persona explote una oportunidad de negocio. Un estudio del Departamento de Empleo Británico indica que las personas de clases sociales más altas son más propensas a explotar una oportunidad de negocio y ser autónomas que los de posiciones sociales más bajas (Dalton y Makepeace, 1990). De igual forma, cuanto más se relacione una persona con otras (cuantas más personas conozca) más se incrementa la probabilidad de aprovechar una oportunidad de negocios (Denison et al., 1994).

De igual forma, existen factores psicológicos relacionados con la personalidad de cada uno que tienen una influencia positiva en la probabilidad de explotar una oportunidad de negocio. Estas características son, entre otras, las siguientes:

- Extroversión.
- Simpatía.
- Necesidad de conseguir metas.
- Falta de aversión al riesgo.
- Deseo de independencia.

Las características psicológicas influyen en la probabilidad de que una persona pueda llegar a aprovechar una oportunidad de negocio. Estas características personales hacen

que unas personas tomen la decisión de explotar una oportunidad de negocio que otras personas no lo harían incluso con la misma información de partida (Shane, 2003). Las características de la personalidad del emprendedor no son una condición suficiente para la explotación de un negocio, pero influyen en la decisión.

3.3.2. Sector de actividad industrial

La intensidad de la actividad de investigación y desarrollo aumenta la posibilidad de que existan oportunidades de negocio que se desarrollen con éxito. La inversión en investigación y desarrollo realizada por las empresas y las Administraciones Públicas producen nuevas tecnologías que pueden hacer posibles nuevos mercados, nuevos productos y nuevos procesos (Keppler y Sleeper, 2001).

El grado de incertidumbre del sector también está relacionado con el número de nuevas empresas creadas en el dicho sector. Cuanta mayor sea la incertidumbre en el sector, menor será el número de nuevas empresas que se creen (Cooper y Bruno, 1978; Wyant, 1977).

Los sectores que tienen mercados grandes tienen un ratio de creación de empresas más alta que aquellos sectores con mercados menores (Borjas, 1986). Ahora bien, cuando en un sector se produce un exceso de capacidad por una demanda insuficiente tienen una ratio baja en creación de empresas (Dean y Mayer, 1992).

El crecimiento del mercado aumenta la probabilidad de creación de empresas en el sector porque pueden entrar en un mercado en el que la demanda no está atendida (Dorfman, 1987).

De igual manera, si el mercado al que sirve el sector está altamente segmentado, el número de nuevas empresas es mayor que si el mercado es uniforme, ya que en el primer caso, se pueden encontrar segmentos de clientes que no ven satisfechas sus necesidades particulares (Dean et al., 1998; Dorfman, 1987).

La edad del sector industrial puede reducir las posibilidades de creación de nuevas empresas. Las empresas de un sector maduro en edad pueden desarrollar más eficientemente nuevos productos o servicios para esa demanda, ya que gran parte del conocimiento necesario se ha generado mediante "aprender haciendo" (*learning by doing*) (Garving, 1983; Keppler y Sleeper, 2001). La creación de nuevas industrias es más común en sectores jóvenes donde todavía no se ha alcanzado un estándar, un diseño o una tecnología común (Dosi, 1988).

3.3.3. Entorno económico

Las investigaciones sobre creación de empresas indican que cuando el entorno económico es bueno, la probabilidad de creación de empresas es más alta. Esto es debido a que la demanda de bienes y servicios y la posibilidad de conseguir financiación es más elevada durante expansiones económicas que en periodos de recesión (Campbell, 1992).

De igual forma los periodos de estabilidad fiscal y monetaria están relacionados con la creación de empresas (Harper, 1997). Cuando la inflación es alta o la gente no percibe una situación de estabilidad de la economía, se encuentran dificultades para invertir en nuevos negocios.

Otro factor que interviene en el entorno es la disponibilidad de capital, que aumenta la probabilidad de creación de empresas mediante la competencia entre los inversores para financiar nuevas empresas (Amit et al., 1988).

Los impuestos es otro factor del entorno que influye en la creación de empresas. Si son altos se reduce la probabilidad de crear nuevas empresas (Hubbard, 1998).

3.3.4. Financiación de nuevas empresas

La explotación de una oportunidad empresarial requiere la adquisición de recursos y su organización previa a la venta de los productos o servicios. Esta adquisición de recursos

incluye, por su supuesto, la adquisición de fondos. El proceso de financiación de las nuevas empresas puede hacerse mediante autofinanciación (que es la forma más habitual) entre los fundadores de nuevas empresas a través de sus ahorros (Aldrich, 1999). También las nuevas empresas pueden acceder a fuentes de financiación externas. Existentes diversos tipos de financiación externas, entre ellas, fondos de inversión, deuda, financiación basada en activos y ayudas de las administraciones públicas. Las fuentes de financiación pueden ser, entre otras, la familia, los amigos, *business angels*, bancos, empresas de capital riesgo y las administraciones públicas (Shane, 2003).

Las nuevas empresas que tienen capitales iniciales más altos tienen mayores probabilidades de sobrevivir, crecer y llegar a ser rentables porque el capital proporciona una barrera que puede ser usada en circunstancias adversas (Carroll y Hannan, 2000; Ranger-More, 1997).

La autofinanciación es una de las fuentes más usuales (Blanchflower y Oswqld, 1998). Los emprendedores necesitan usar su propio capital para explotar una oportunidad de negocio debido a una asimetría de la información entre los empresarios y los posibles financiadores (los empresarios saben lo que van a hacer y es difícil que otra persona ajena comprenda con total integridad el proyecto de futuro). También aparece un problema de inseguridad del emprendedor, en cuanto al miedo que supone contar su proyecto a otras personas que pueden hacerlo suyo, perdiendo él su idea.

Aunque el emprendedor quiera autofinanciar su proyecto empresarial, se presentan dos limitaciones. La primera es que la mayoría de los emprendedores no tienen el dinero suficiente, los ingresos, la herencia o propiedades necesarias para poder financiar completamente el proyecto. Segundo, la autofinanciación aumenta el riesgo de la actividad empresarial porque requiere que el empresario pueda soportar toda la pérdida potencial.

4. CREACIÓN DE EMPRESAS: EL CASO ESPAÑOL

El índice de actividad emprendedora (TEA)[1] calculado como el porcentaje de *start up* más nuevas empresas que se da en la población activa de cualquier país para un año determinado se está relevando como una variable sensible a la situación política, económica y social de su entorno. En el caso español, el índice TEA se sitúa en 5,15% en el último periodo analizado por el *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM). El índice ha sufrido una caída del 22,93%. Sin embargo, frente a este dato el informe del GEM también señala la consolidación de las empresas nuevas con respecto al periodo anterior. Por lo tanto, si bien se han generado menos iniciativas, éstas son más estables.

En la actualidad en España está recibiendo un fuerte flujo de inmigrantes procedentes de países en vías de desarrollo. Un elevado porcentaje de inmigrantes suele ser absorbido por empleo de baja cualificación y, en múltiples casos, la situación de ilegalidad de estas personas les conduce a trabajar en condiciones no deseables. Sin embargo, a medida que se van regularizando y estableciéndose pueden dar lugar a la creación de negocios que se van legalizando y estabilizando.

La actividad emprendedora tiene una correlación positiva con el crecimiento económico de un país como se demuestra desde el primer informe GEM. Además se ha demostrado también que el impacto de la actividad emprendedora sobre el crecimiento tiene un desfase de uno o dos años, es decir, que la creación de empresas de un año determinado impacta en el crecimiento de al menos los dos años siguientes.

Por otra parte, cuando en un país existe un ambiente emprendedor desarrollado, éste brinda ejemplos que estimulan a la población y fomenta la generación de más actividades de este tipo[2], con lo que se produce un efecto multiplicador de la influencia de la creación de empresas en el desarrollo económico.

---

1 TEA: Total Entrepreneurial Activity.

2 William B. Gartner: A Conceptual Framework for Describing The Phenomenon of NewVenture Creation, Academy of Management.

El índice de actividad emprendedora española cae del orden de un 23,9% tras haberse recuperado en el 2003. El clima económico, social y político heredado tras los atentados del 11 de marzo, los procesos electorales habidos en España y la compleja situación internacional han propiciado una situación recesiva que ha afectado a la actividad emprendedora en nuestro país y en otros de la Unión Europea, al igual que en Estados Unidos.

El porcentaje de nuevas empresas españolas presenta un incremento del 20,4% mientras que el porcentaje de empresas nacientes o *start-ups* disminuye un 29%, siendo el principal causante del retroceso registrado en la TEA. En España han mejorado las condiciones para la supervivencia, circunstancia tan deseable o más que tener un gran volumen de nacimientos con pocas expectativas de vida y se ha registrado un menor número de creación de nacimientos de negocios y empresas.

El número total de emprendedores estimado para España en el 2004 es de 1.345.000, de los cuales 1.183.078 lo fueron para aprovechar una oportunidad de negocio y 161.922 lo fueron por necesidad, es decir, por no hallar una alternativa de trabajo mejor. Este indicador cae del orden de 650.000 emprendedores respecto al año 2003 como consecuencia de la recesión registrada en el ámbito de la creación de empresas.

La inversión informal española cae junto a la tasa de actividad emprendedora un 26,5% acusando el impacto del clima moderadamente recesivo. El emprendedor español acude a la inversión informal para obtener apoyo en procesos de puesta en marcha de iniciativas empresariales con relativa frecuencia, siendo esta fuente, por detrás de la banca, la segunda más utilizada.

La mortalidad de empresas se ha estancado y permanece en el 1,54% durante el año 2004.

La inmigración en España comienza a tomar fuerza en la actividad emprendedora en España. Por primera vez en los últimos cinco años, se aprecia que la tasa de inmigración tiene relación débil, pero positiva y significativa, en el índice de actividad

emprendedora. Se supone que la regularización de la situación de muchos inmigrantes proporcionará la creación de nuevos negocios, en los próximos años.

El 30% del total de emprendedores del 2004 son mujeres, si bien ha disminuido con respecto a la cifra registrada en el periodo anterior.

Aunque la mayoría de los emprendedores crean empleo, el volumen total es moderado. El porcentaje de empresas nacientes y nuevas que generan 20 ó más empleos es muy pequeño. El 85% de las empresas nacientes y el 87% de las nuevas microempresas (entre 0 y 9 asalariados) y, el 15% y 14% respectivamente, son empresas pequeñas (de 10 a 49 empleados), respectivamente son pequeñas empresas.

Los expertos señalan en el GEM el acceso a la infraestructura física, comercial y de servicios a empresas y la presencia de programas gubernamentales de apoyo al emprendedor como los valores para favorecer la creación empresarial.

5. ESTUDIO SOBRE FINANCIACIÓN, EMPLEO Y FACTORES DE ÉXITO EN LAS NUEVAS EMPRESAS

5.1. Definición del éxito en las nuevas empresas

Se puede considerar el éxito de la iniciativa empresarial como aquellas empresas que han ido aumentando sus ventas desde su fundación. También se podrían considerar iniciativas exitosas aquéllas que han mantenido un crecimiento de contrataciones laborales desde el inicio de las actividades. Tal vez ambas variables tengan una correlación alta, por lo que podrían estar identificando el mismo fenómeno, un éxito empresarial tradicional. Este éxito puede verse así desde un punto de vista puramente económico.

El éxito de una iniciativa empresarial puede no estar ligado de una forma absoluta con el crecimiento de las ventas a lo largo del tiempo. Muchas de las iniciativas empresariales se inician como respuesta a situaciones de desempleo, en lo que se busca como objetivo la sustitución de un salario mensual por unos ingresos relativamente estables a través de la creación de una empresa o actividad empresarial. Por lo tanto se debe considerar también la satisfacción del empresario con los resultados obtenidos aunque éstos no tengan un claro crecimiento estable a lo largo del tiempo.

Por otra parte, el éxito medido desde un punto de vista de crecimiento temporal de las ventas no tiene en cuenta el largo plazo. Dada la mortandad de las iniciativas empresariales, el primer éxito debería ser el mantenimiento de la empresa creada. Esta visión a largo plazo puede unirse con las nuevas ideas sobre la Responsabilidad Social de las Empresas.

Una visión más a largo plazo sería la previsión de la futura evolución de la empresa tanto en sus ventas como en la necesidad de realizar nuevas contrataciones. Si las perspectivas son positivas, puede indicar un éxito futuro de la iniciativa.

Las empresas no sólo deben satisfacer las necesidades de sus dueños o accionistas, sino también a sus clientes y proveedores, y por supuesto a sus empleados. Ahora bien, las empresas realizan sus actividades en un entorno socioeconómico y éste también demanda de las empresas que operan en él una respuesta a sus problemas. Dentro de estos problemas está el desempleo de larga duración, la incorporación de los jóvenes y las mujeres al mercado laboral, la discriminación de género en el trabajo, y la incorporación de otros grupos con dificultades como es el de los que presentan algún tipo de minusvalía. En este sentido, y desde un punto de vista integral se ha considerado también la necesidad de incluir estos aspectos para determinar si una iniciativa concreta ha sido exitosa hasta el momento.

Desde el punto de vista global de la sociedad, el éxito de una iniciativa empresarial será en primer lugar la creación de empleo y el mantenimiento y crecimiento de la empresa y del empleo a lo largo de su vida. El éxito social vendrá dado por lo tanto en cuanto a su contribución en la mejora de los índices de desempleo y en su aportación vía impuestos y productos y servicios para la mejora de la sociedad en su conjunto.

De esta manera se establecen una serie de relaciones para determinar aquellos factores que influyen positivamente en el éxito de las iniciativas empresariales y poder tomar las medidas necesarias para favorecer el mantenimiento de las nuevas empresas y su éxito en el futuro. Las relaciones que se establecerán son, entre otras, las siguientes:

- Sector de actividad: si el sector de actividad está relacionado con el éxito empresarial.
- Zona geográfica: si la zona geográfica tiene influencia en el éxito empresaria.
- La preparación del socio: si la preparación previa del socio fundador tiene relación directa con el éxito empresarial. Este punto se divide a su vez en otros factores:
  - Nivel educativo del emprendedor.
  - Si es su primera experiencia empresarial.
  - Si es su único negocio.
  - Si tiene antecedentes familiares directos de emprendedores.

- La motivación del emprendedor: si la necesidad (situación de desempleo, por ejemplo) o el descubrimiento de una oportunidad de negocio son factores que tienen relación con la explotación positiva del negocio.
- El asesoramiento recibido en los inicios del lanzamiento.
- La financiación de la iniciativa, si esta ha sido a través de fondos propios, préstamos familiares o bancarios, subvenciones, ente otros.

Con los resultados obtenidos se podrá tener una visión para tomar decisiones posteriores con el objeto de mejorar el proceso completo de creación con éxito de empresas en los primeros años de vida.

5.2. Las empresas objeto de estudio

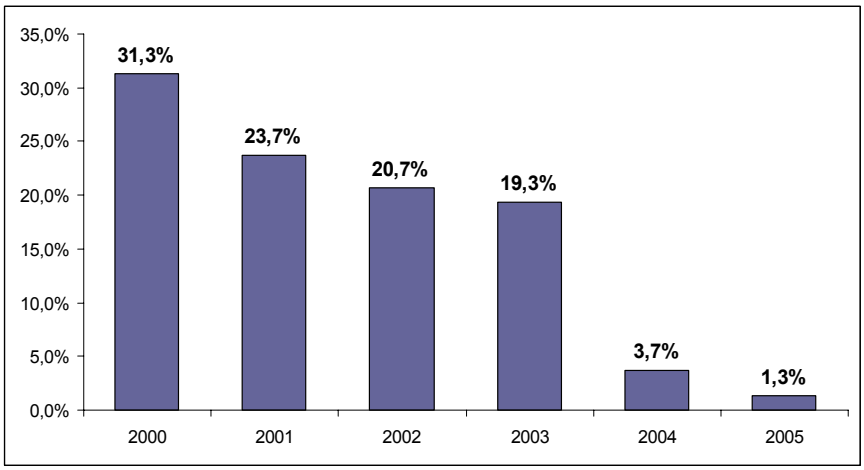
En este apartado se trata de dar una visión de las características descriptivas básicas de la empresa. Se presentan la edad de la empresa, el sector de actividad al que se dedica y el número de socios que la componen.

Las empresas de la muestra contienen mayor número de empresas más antiguas. Así, se tiene que el mayor número de empresas analizadas fue creada en el año 2000, y el menor número de empresas fue creada en este mismo año. Esto puede permitir un análisis se la evolución de las empresas. El gráfico siguiente muestra la distribución de las empresas encuestadas según el año de fundación.

5.2.1. Año de fundación de las empresas

Para realizar el estudio, se ha divido la muestra en base a los años de fundación de la empresa. El gráfico siguiente muestra la proporción de empresas de la muestra según el año en que se fundaron.

Año de fundación de las empresas



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

La mayor representación corresponde a las empresas creadas en el año 2000, y de forma decreciente en los años sucesivos. Si bien existe una pequeña representación de empresas creadas en este mismo año, sólo se han utilizado estos datos para la realización de determinados análisis, ya que no cuentan con la suficiente información.

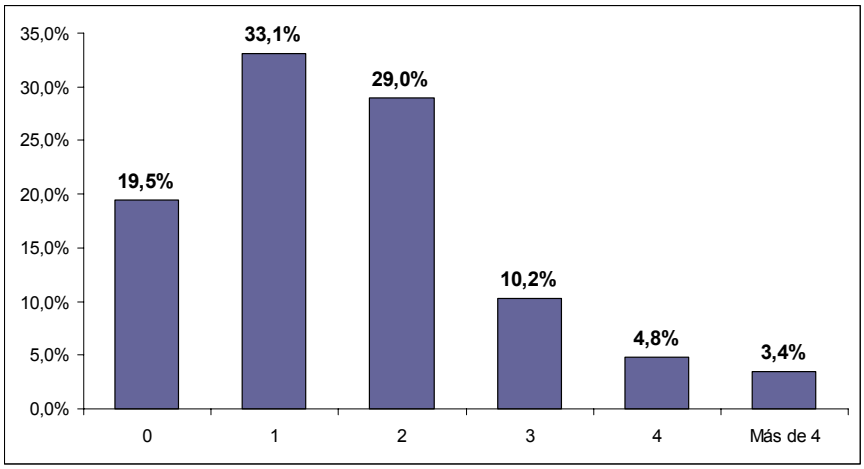
5.2.2. Número de socios de la empresa

Una nueva empresa puede ser dirigida por un único emprendedor o por un equipo de emprendedores. En la mayoría de los casos, tras descubrir una oportunidad de negocio, el emprendedor busca la forma de construir un equipo con más gente para unir tanto fondos como conocimientos y habilidades para desarrollar la idea. Una de las más importantes decisiones a tomar por parte de los emprendedores es la determinación del número y características de los socios. Las nuevas empresas que comienzan con un equipo de socios tienen mejor posición frente al futuro que aquéllas que están compuestas por un solo miembro. Esto es debido a que una persona sola tiene dificultades para reunir y procesar toda la información necesaria para crear la empresa (Hansen y Allen, 1992) y también porque los socios pueden complementar sus conocimientos entre sí, dando por lo tanto un conocimiento y habilidades globales más completas que el fundador único (Klepper, 2001; Roberts, 1991; Roure y Maidique, 1986). Otra ventaja que presenta el grupo de socios frente al emprendedor único es que

se junta un grupo de gente con distintos puntos de vista e información que puede servir para validar y mejorar la idea de negocio antes de puesta en marcha. Por último, otra ventaja es que el grupo de socios ya ha trabajado en grupo, ya se conocen en un ambiente laboral antes de la puesta en marcha del negocio debido a la necesidad de llevar a cabo muchas tareas previas a la constitución de la empresa. Diversos estudios empíricos demuestran estos puntos de vista, como por ejemplo los estudios de Eisenhardt y Schoonhoven (1995) sobre empresas de semiconductores; Cooper et. al. (1985) en el que se comparan empresas que han sobrevivido a los tres primeros años del nacimiento.

En cuanto al número de socios que componen actualmente la empresa, se puede ver cómo la mayoría de las empresas están compuestas por un número bajo de socios. Más del 80% de las empresas encuestadas están compuestas por tres o menos socios, estando la moda las empresas que están compuestas por dos socios.

Número de socios de la empresa



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

5.2.3. Sector de actividad

El sector de actividad es otra de las variables que puede indicar *a priori* la probabilidad de éxito de la iniciativa. No todos los sectores de actividad económica tienen la misma capacidad de absorber nuevas empresas que aumentan la capacidad instalada sobre una demanda determinada.

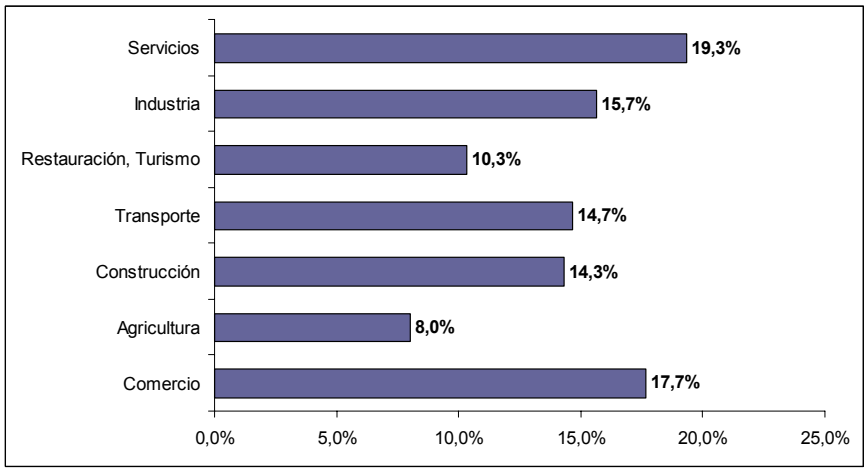
El sector de actividad también tiene relevancia a la hora de establecer nuevas empresas como respuesta a problemas de empleo. Así, por ejemplo, los trabajadores de sectores como agricultura, construcción, distribución o finanzas tienen una mayor probabilidad de generar autoempleo que los trabajadores de otros sectores productivos.

Por otra parte, algunos autores han demostrado que el sector de la actividad industrial está relacionado con el porcentaje de nuevas empresas sobreviven pasados unos años (Audretsch, 1991; Bates, 1994).

También el sector de actividad industrial parece que tiene relación con el crecimiento de las nuevas empresas. Varios estudios a lo largo de diferentes años y lugares, con distintas metodologías han demostrado esta relación. Así por ejemplo, el sector de la distribución, la construcción, la industria manufacturera, los servicios financieros, servicios consultoría y gestoría, la agricultura y los servicios de catering alimentario son más propensos al crecimiento de las nuevas empresas que en otros sectores como la venta al detalle (Reynolds, 1997; Dunkelberg et al., 1987).

Los datos relativos a la encuesta muestran una distribución de las empresas por sector de actividad muy igualadas. Entre el sector de servicios, que contiene un mayor número de empresas, y el sector de la agricultura, que contiene el menor número de empresas tan sólo existe una diferencia de 8 puntos. La muestra es pues homogénea.

Sector de actividad



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

5.2.4. Localización

La localización de las nuevas empresas puede ser también un factor importante para determinar el grado de éxito futuro de la iniciativa. La localización de la nueva empresa es importante porque lleva asociados diversos factores que influyen tanto en la posibilidad de encontrar nuevas oportunidades de negocio como en la probabilidad de explotar dicha oportunidad y en las probabilidades de éxito de la iniciativa.

En muchos casos, el espíritu emprendedor y la identificación de oportunidades están basados en la transferencia de información entre distintas fuentes. Las vías de comunicación son mucho mayores en localizaciones con mayor densidad de población. (Storey y Tether, 1998). También las zonas más pobladas son una fuente de oportunidades de negocios porque la densidad de población hace que determinadas iniciativas puedan explotar potenciales economías de escala que las hacen viables.

Por otra parte, las zonas urbanas incrementan la probabilidad de éxito de las nuevas empresas con respecto a otras zonas (Reynolds y White, 1997).

También las características sociales de un núcleo de población son fuentes para la creación de nuevas empresas. En particular, las investigaciones muestran tres

dimensiones que son importantes: el tamaño de la población, su crecimiento y su movilidad (Shane, 2003).

Como se ha comentado, el tamaño de una población puede hacer viable o no una oportunidad de negocio al tener un tamaño que permita o no la explotación de economías de escala. Los costes fijos necesarios para explotar rentablemente el negocio pueden ser amortizados de forma más eficiente en aquellas poblaciones con mayor demanda.

El crecimiento de la población es otra fuente de oportunidades porque incrementa la probabilidad de que determinadas economías de escala puedan ser utilizadas. El crecimiento de la demanda refuerza las oportunidades de explotación de nuevos negocios porque pueden aparecer nuevas demandas de bienes y servicios.

La movilidad de la población permite en muchos casos la transmisión de información tácita que hace aflorar nuevas oportunidades de negocios. Gracias a la movilidad de la población, fluye información de unas partes a otras, haciendo que aparezcan nuevos negocios en nuevas áreas.

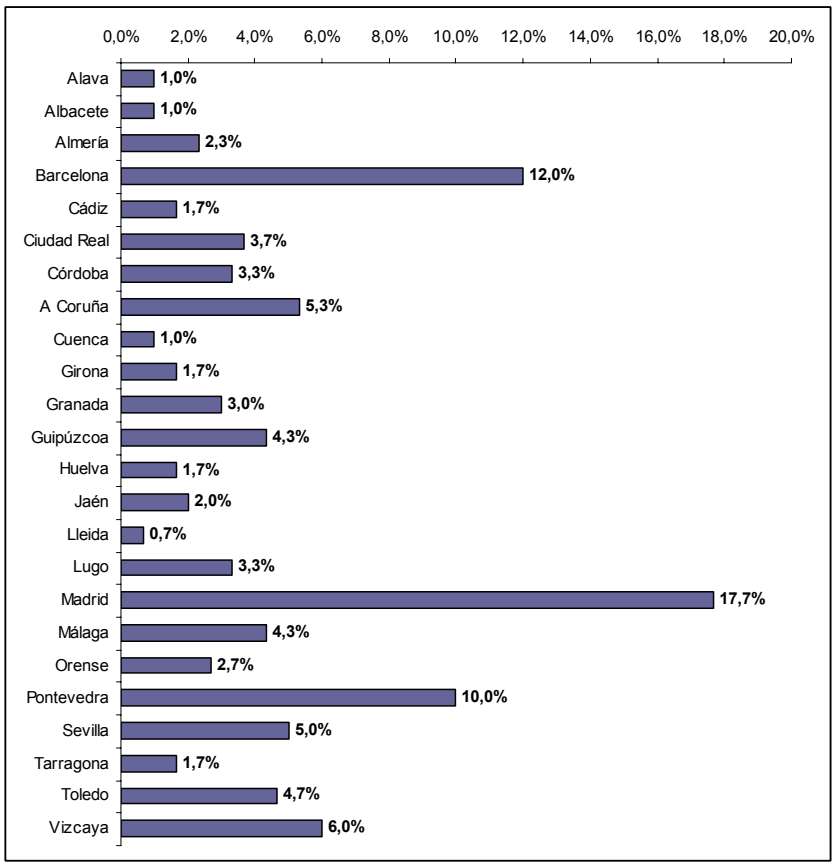
Asociada también a una determinada localidad, está la infraestructura educativa. Esta infraestructura es una fuente de oportunidades, ya que las instituciones educativas, con su conjunto de conocimientos, investigaciones y relaciones es el inicio de muchas de las iniciativas empresariales. Las instituciones educativas son un importante medio de difusión de información y conocimientos que generan nuevas oportunidades de negocios (Aldrich y Wiedenmeyer, 1993). Un claro ejemplo de esta tesis son las *start up* universitarias (Zucker et al., 1998).

Las empresas de la muestra del estudio presentan una gran disparidad. Aparecen 24 provincias del total del territorio español con diferente número de empresas encuestadas en cada una de ellas.

Las provincias que mayor número de empresas presentan son Madrid, Barcelona y Pontevedra, con una representación mayor o igual al 10% de la muestra. A estas provincias les siguen A Coruña, Sevilla y Vizcaya, con una representación cada una de ellas entre el 5% y el 10% de la muestra.

Este dato puede evidenciar los factores antes señalados entre las distintas provincias españolas. De las tres provincias más representadas en la muestra destacan claramente Madrid (17,7%) y Barcelona (12,0%). Dos provincias de las de mayor densidad de población de España, con fuertes infraestructuras de comunicaciones y educativas, con una alta movilidad de su población y crecimientos demográficos altos. Como tercera provincia con mayor representación se sitúa Pontevedra, la provincia gallega con un fuerte entramado industrial como consecuencia de la industria del automóvil y otras. Pontevedra contiene municipios con las mayores tasas de industrialización en Galicia y con menos paro, como por ejemplo la localidad de Cerceda.

Distribución provincial de la muestra



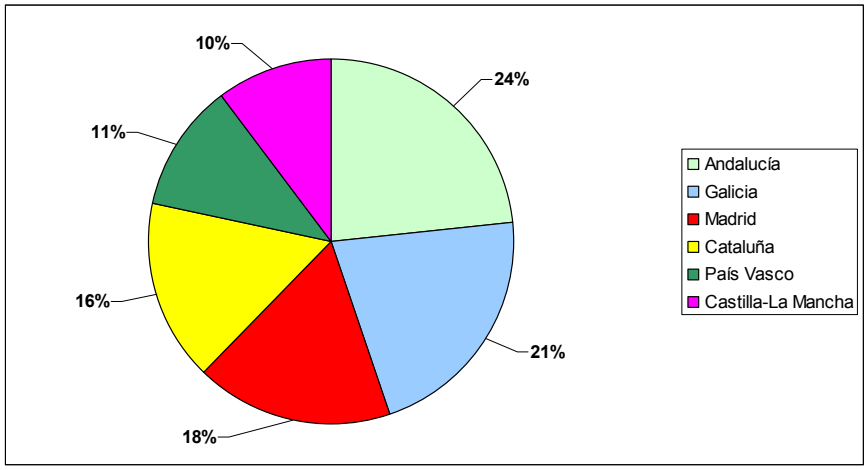
Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

Por otra parte, también es interesante ver cómo se distribuye la muestra por comunidades autónomas. Los datos de la muestra indican que la mayor concentración de empresas de la muestra están en Andalucía y Galicia, seguidas por Madrid y

Cataluña. El menor número de empresas se encuentran en el País Vasco y Castilla La Mancha.

El gráfico siguiente muestra la composición porcentual de las empresas de la muestra en función de la Comunidad Autónoma de pertenencia.

Distribución de las empresas de la muestra por Comunidades Autónomas



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

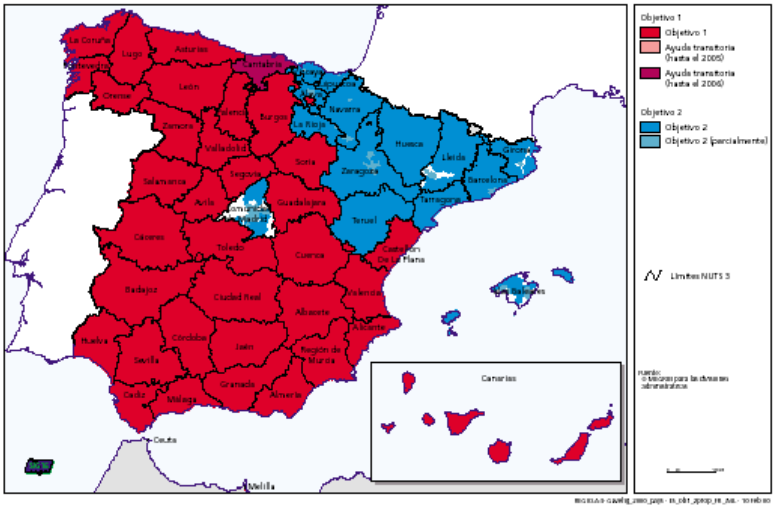
La muestra presenta empresas que pertenecen a localizaciones y emplazamientos bastante diferentes. Así por ejemplo, existen zonas más deprimidas, como pueden ser Andalucía, Galicia y Castilla La Mancha junto con otras como Cataluña, Madrid y el País Vasco.

Otra posible clasificación de las empresas de la muestra es la ofrecida por la Unión Europea en zonas 1 y zonas 2.

Las zonas de objetivo 1 contemplan el desarrollo y el ajuste de las regiones menos desarrolladas de la Unión Europea, cuyo Producto Interior Bruto medio *per cápita* es inferior al 75% de la media de la Unión Europea. Las ayudas de la Unión Europea a estas zonas están destinadas a favorecer el desarrollo económico y favorecer políticas que ayuden a mejorar las situaciones de subempleo.

Las zonas de objetivo 2 contemplan la reconversión económica y social de las zonas en dificultad estructural distintas de las seleccionadas para el objetivo 1, incluidas en proceso de transformación económica.

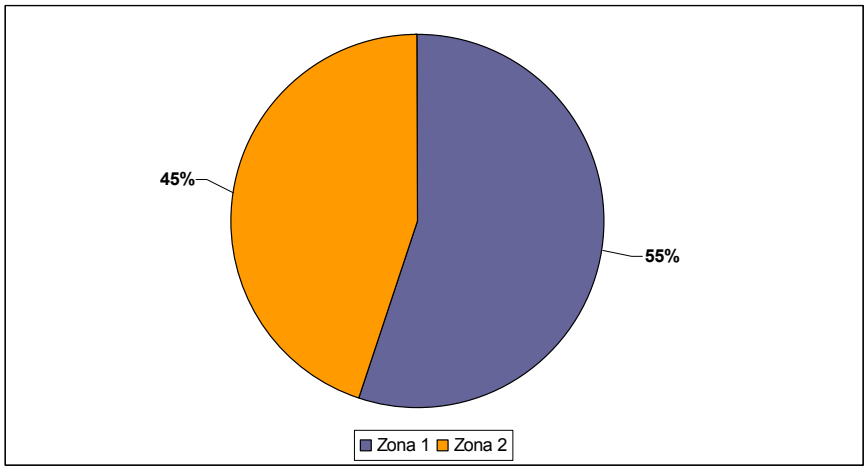
El siguiente mapa presenta las zonas objetivo 1 y 2 para las distintas provincias españolas.



Fuente: www.europa.eu.int

El gráfico siguiente muestra la distribución de las empresas de la muestra según la pertenencia de las zonas clasificadas como Objetivo 1 y Objetivo 2 de la Unión Europea.

Distribución de las empresas de la muestra por Zonas Económicas según la Unión Europa



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

Como puede apreciarse en el gráfico, la distribución de las encuestas según la clasificación de la Unión Europea es muy similar. El porcentaje de encuestas procedente de la zona es mayor, con un 55%, frente al 45% de las encuestas procedentes de provincias clasificadas como zona de objetivo 2.

5.3. Características del emprendedor

En este apartado se trata de identificar algunas características de los empresarios de las iniciativas empresariales que forman parte de la encuesta. Se analizan Los siguientes puntos:

- El nivel educativo de los emprendedores entrevistados.
- La experiencia previa de los empresarios en la creación de empresas.
- La participación como socio en otras iniciativas empresariales.
- La existencia previa de emprendedores en su entorno familiar.
- Motivación del emprendedor para comenzar la iniciativa empresarial

En general, las personas con mayor niveles educativos tienen una probabilidad más alta de explotar una oportunidad empresarial (Shane, 2003). La formación aumenta el bagaje de conocimientos y habilidades necesarias para poder detectar y explotar con éxito una iniciativa empresarial. La formación aumenta el juicio empresarial necesario al emprendedor al dotarle de capacidades analíticas y la capacidad necesaria para comprender adecuadamente el proceso de creación de empresas.

Gran variedad de estudios han demostrado que las personas con mayor nivel educativo que las otras tienen una probabilidad más alta de explotar una oportunidad de negocio (Storey, 1994; Reynolds, 1997).

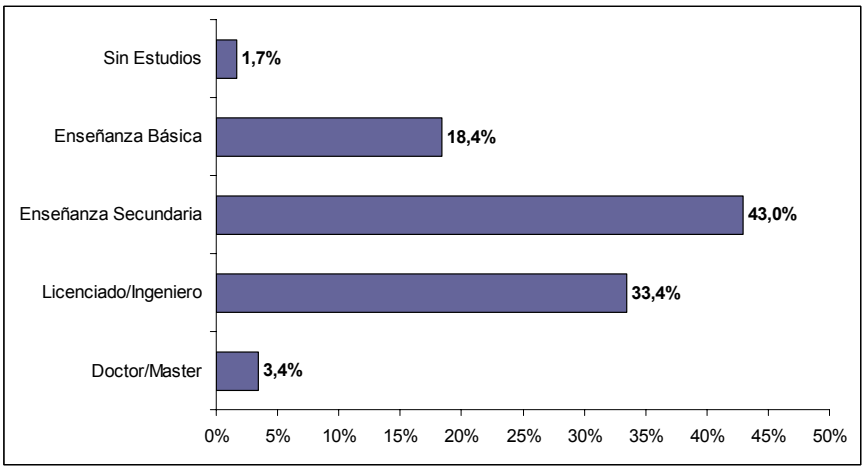
También hay estudios que demuestran que la formación proporciona a los emprendedores los conocimientos específicos que debe ser utilizados para poder explotar una oportunidad de negocio (Kent et al., 1882).

Otros estudios muestran cómo el nivel educativo del fundador de la empresa incrementa la tasa de crecimiento de las ventas en sus iniciativas empresariales (Reynolds y White, 1997). Otros estudios indican no sólo un aumento de las ventas en las nuevas empresas sino también una mayor rentabilidad en sus nuevas empresas (Denison y Alexander, 1986).

5.3.1. Nivel educativo

Los resultados de la encuesta realizada indican que menos de la mitad de los encuestados poseen estudios universitarios completos (36,8%) de los cuales, sólo un 10% posee estudios de postgrado como estudios master en Dirección de empresas u otros o estudios de doctorado. Casi dos quintas partes poseen estudios de enseñanza secundaria y el 20% aproximadamente tienen estudios básicos o sin estudios.

Nivel Educativo



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

Comparando estos resultados con los que se presentan en el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) para España del año 2004, se aprecian datos algo similares, pero con niveles de estudios algo inferiores. Según el GEM, se aprecia una importante presencia (52%) de los emprendedores que apenas tiene cursados estudios obligatorios. Les siguen los universitarios, con un 27% y finalmente las personas que han obtenido el diploma de secundaria con un 21%.

El perfil de los emprendedores españoles se acercaría más al de los emprendedores pertenecientes a países en vías de desarrollo. No obstante, hay que tener en cuenta que dado el relativo pesimismo en el que se enmarca el contexto económico español durante el año 2004 y ante las dificultades crecientes para encontrar empleo asalariado es posible que las personas más expuestas al desempleo sean las que, mayoritariamente, recurran a la creación de empresas como única salida hacia el mercado de trabajo.

5.3.2. Experiencia previa

La experiencia previa de los emprendedores es otro factor que aumenta la probabilidad de éxito de las iniciativas empresariales. La experiencia previa como empleado o como emprendedor aumenta el nivel de conocimientos y experiencia de los emprendedores.

De igual manera, aquellas personas que tienen experiencias en diversos sectores y funciones laborales diferentes. Además de los conocimientos, la experiencia permite aumentar la posibilidad de conocer nuevas personas, intereses diferentes y otros puntos de vista, que pueden ser empleados en los inicios de la actividad empresarial, en su desarrollo y su estabilización posterior.

Mientras que la formación proporciona un camino para la adquisición de conocimientos y habilidades teóricas a los emprendedores, la experiencia previa en la creación de empresas proporciona la experiencia práctica de los conocimientos y habilidades necesarias. Esta experiencia reduce en cierto la grado la incertidumbre asociada al proceso emprendedor. Como resultado de esto, la experiencia previa proporcionará una mayor probabilidad de éxito en la iniciativa.

La experiencia general en la dirección de empresas aumenta también la probabilidad de éxito de una nueva empresa. A través de la experiencia empresarial, el emprendedor aprende conocimientos y prácticas en muchos aspectos básicos para el desarrollo de la iniciativa empresarial, como por ejemplo finanzas, ventas, tecnología, logística, marketing y organización (Romanelli y Schoonhoven, 2001). La experiencia previa proporciona las habilidades necesarias en la explotación del negocio como puede ser la negociación, el liderazgo, la planificación, la resolución de problemas y la comunicación, entre otros.

Esta experiencia previa reduce la probabilidad de la mortalidad en las nuevas empresas (Burdel y Preinsendorfer, 1998). Incluso, algunos estudios demuestran que esta experiencia previa lleva asociada el aumento en la creación de nuevas empresas, es decir, un empresario tiene mayor probabilidad de crear otra nueva empresa que aquellas personas que tienen experiencia previa en la creación de empresas (Lorrain y Dussault, 1988).

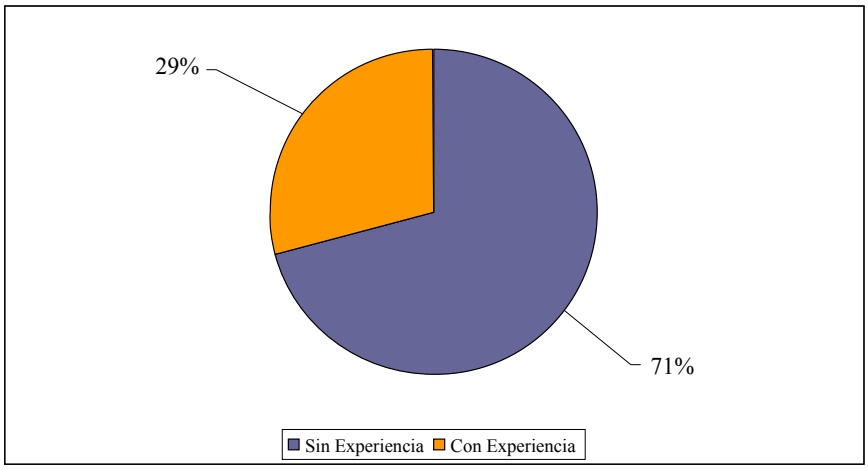
De igual manera, la experiencia funcional previa del emprendedor también está asociada con la probabilidad de creación de nuevas empresas. Las personas que tienen experiencia en áreas funcionales como marketing, desarrollo de productos, y dirección

tienen una probabilidad mayor de crear nuevas empresas que aquellas personas que tienen experiencia funcional en áreas como contabilidad y finanzas. (Klepper y Sleeper, 2001).

También el profundo conocimiento de un sector económico, de los bienes y servicios que se comercializan en él, tiene una gran influencia en la decisión de explotar una oportunidad de negocio. Las personas que poseen un gran conocimiento como cliente o proveedor generalmente comprenden mejor las necesidades de los que demandan estos bienes y servicios en el mercado (Knight, 1921 y Von Mises, 1949).

Los empresarios de la encuesta realizada tienen generalmente experiencia previa como emprendedor. El 70% de los encuestados han tenido al menos una experiencia previa como emprendedores. Esta experiencia, positiva o negativa permite al empresario tener una mejor preparación para futuras iniciativas. De esta manera, errores cometidos en el pasado permiten evitar o disminuir errores futuros, dando a la iniciativa una mayor probabilidad de éxito a priori.

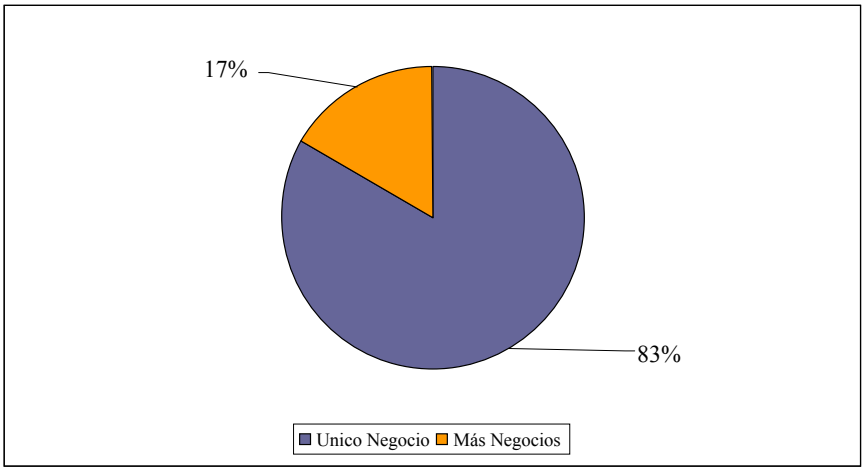
Experiencia previa como emprendedor



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

Por otra parte, algunos de ellos mantienen simultáneamente otras iniciativas empresariales en paralelo. En concreto, el 17% de los emprendedores encuestados manifiestan que participan en otras iniciativas empresariales.

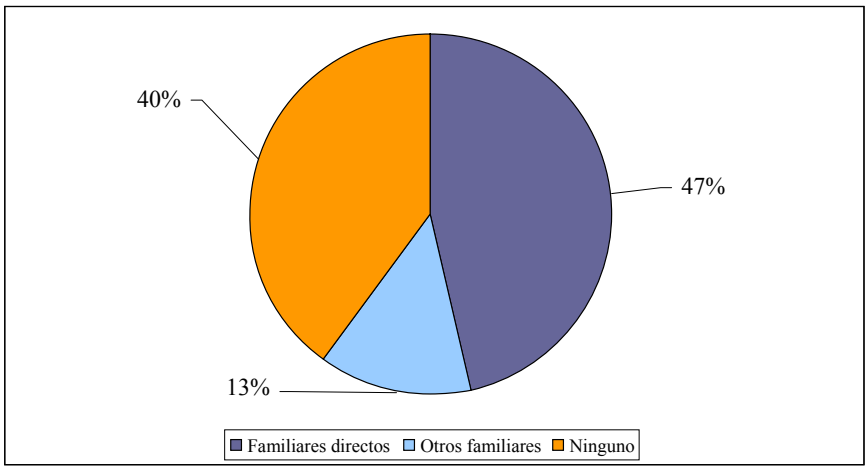
Con experiencia en otros negocios



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

La existencia de experiencias empresariales cercanas por parte de los emprendedores aumenta la probabilidad de que una persona se incline por la creación de una nueva empresa (Palacios, 2005). Además de este hecho, las experiencias cercanas y las relaciones informales y directas con emprendedores dotan a los futuros emprendedores de un conocimiento y habilidades no explícitas que pueden ser utilizadas por los nuevos emprendedores para desarrollar con éxito sus iniciativas.

Familiares emprendedores



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

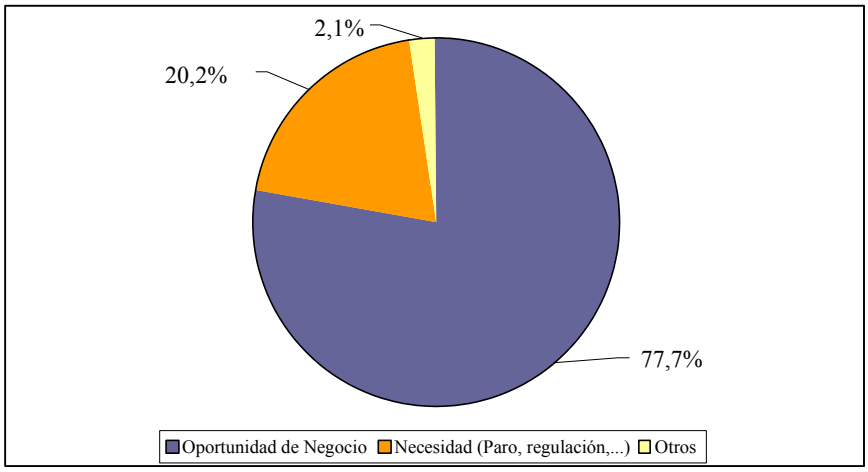
En el caso de la encuesta realizada, el 60% de los emprendedores declaran que familiares suyos tienen empresas y el 47% de ellos son familiares directos. Por el contrario, el 40% de los entrevistados carece de este tipo de experiencias en su entorno laboral.

5.3.3. Motivación del emprendedor

La motivación del emprendedor para crear una nueva empresa puede ser muy variada, desde aspectos psicológicos, como el deseo de independencia y autonomía, la necesidad de demostración de su capacidad para llevarla a cabo, su deseo de ser su propio jefe, etc. Por otro lado, en algunos casos, puede haber motivaciones más objetivos, como pueden ser la necesidad motivada por la falta de empleo, que le priva de los ingresos necesarios, como situaciones de despido, regulación de empelo o paro de larga duración. Por otra parte, situaciones laborales estables pueden llevar a una persona a desarrollar una iniciativa empresarial al detectar una oportunidad de negocio no explotada o una posible mejora en la forma en que se atiende un mercado o demanda en concreto. Esta visión puede llevar a las personas a crear una empresa que permita la explotación de una oportunidad de negocio.

En el caso concreto de la entrevista que se analiza en este documento, se comprueba que la mayoría de las iniciativas empresariales provienen de la detección de una oportunidad de negocio (77,7%) y tan sólo el 20% de las iniciativas se llevan a cabo por necesidad de generar unos ingresos como respuesta a una situación de desempleo.

Motivación del emprendedor



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

Los resultados obtenidos son bastantes similares a los detectados en el Global Entrepreneurship Monitor, 2004 (GEM, 2004). Estos datos indican que la mayor parte de las iniciativas se llevan a cabo para responder a una oportunidad de negocio detectada por el emprendedor (entre el 70,5% y el 89,4% durante los años 2001, 2002, 2003 y 2004). Mientras que la necesidad es un factor motivante de la actividad emprendedora en un porcentaje mucho más bajo (entre el 7,5% y el 25,5% durante los años 2001, 2002, 2003 y 2004).

Los motivos que pueden explicar esta situación en el caso español son diversos: el incremento de la presencia de jóvenes licenciados en el ámbito de la actividad emprendedora por no poder cubrir sus expectativas profesionales en otros ámbitos, la estabilización de la situación de parte de los inmigrantes y una mayor incorporación de la mujer a la creación empresarial.

Dada la evolución de nuestra población, cada vez más envejecida, la incorporación de inmigrantes a nuestra economía y la falta de alternativas de trabajo para buena parte de los recién licenciados, no sería de extrañar que esta situación se mantuviese, pues muchos jóvenes tendrán que contemplar el ámbito emprendedor como una vía profesional interesante para encauzar sus expectativas profesionales.

5.4. Creación de empresas y empleo

Uno de los aspectos más importantes derivados de la creación de empresas es la generación de empleo que supone esta actividad en cualquier país. Sin embargo, se ha podido constatar a través de los informes Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que un índice más alto de actividad emprendedora no implica necesariamente un mayor volumen de creación de puestos de trabajo. Así en gran parte de los países GEM, las nuevas iniciativas emprendedoras se traducen, en su mayoría, en micro o pequeñas empresas y sólo un discreto porcentaje de la actividad emprendedora total da lugar a empresas de mediana dimensión y a empresas con potencial de rápido crecimiento.

Según las estimaciones del GEM para el caso de España en el año 2004 presentan unas estimaciones que se resumen en el cuadro siguiente:

Población activa española	19.756.376 personas
Número total de emprendedores estimado para el 2004	1.017,454 personas
% de empleo aproximado que representan los emprendedores sobre la población activa	5,15%
Número total de emprendedores que generan empresas nacientes estimadas para el 2004	406.880 personas
% de empleo aproximado actual aportado por las empresas nacientes sobre la población activa (sin contar el emprendedor)	6,9%
Número total de emprendedores que desarrollan empresas nuevas para el año 2004	606.403 personas
% de empleo aproximado actual aportado por las empresas nuevas sobre la población activa (sin contar el emprendedor)	10,7%
Número total de emprendedores que desarrollan empresas nuevas y *start-ups* al mismo tiempo estimado para el 2004	4.273 personas
% de empleo aproximado actual aportado por las empresas nuevas que generan start-ups al mismo tiempo (sin contar el emprendedor)	0,12%
Porcentaje total que representa el empleo generado por las empresas nuevas y nacientes sobre la población activa española, contando con los emprendedores	22,9%

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor España 2004.

El GEM España 2004 aporta datos sobre el crecimiento esperado para los próximos cinco años que se recogen en la tabla siguiente:

Empleo actual estimado para las empresas nacientes y nuevas, contando con el emprendedor	4.532,737 personas
Número total de emprendedores que generan empresas nacientes estimado para el 2004	406.880 personas
Crecimiento esperado sobre el empleo actual aportado por las empresas nacientes sobre la población activa (estimación sin contar al emprendedor)	10,20%
Número total de emprendedores que desarrollan empresas nueva estimado para el año 2004	606.403 personas
Crecimiento esperado sobre el empleo actual aportado por las nuevas empresas sobre la población activa (estimación sin contar al emprendedor)	21,64%
Número total de emprendedores que desarrollan empresas nuevas y start-ups al mismo tiempo estimado para el 2004	4.273 personas
Crecimiento esperado sobre el empleo actual aportado por las nuevas empresas que generan start-ups al mismo tiempo (estimación sin contar al emprendedor)	0,14%
Porcentaje total que representa el crecimiento esperado de las nuevas empresas y nacientes sobre el empleo actual total, contando con los emprendedores	31,99%

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor España 2004.

Se estima que las empresas nacientes y nuevas puedan proporcionar un incremento total del 31,99% sobre el empleo que tienen actualmente, lo cual significa que pueden aportar alrededor de 1.450.000 nuevos empleos en aproximadamente 5 años. Si se reparte esta cifra entre el conjunto de iniciativas emprendedoras registradas durante el año 2004, resulta que, por término medio, cada empresa puede crecer en 1,42 empleos, absolutamente lejos de estar en lo que se considera crecimiento rápido.

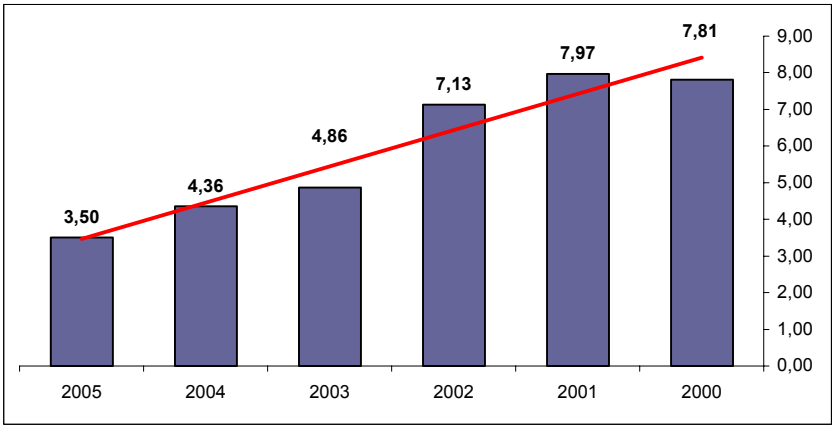
5.4.1. Creación de empleo y año de fundación

Según los datos de la encuesta realizada por la EOI, si bien la media de creación de empleo de las nuevas empresas tiene un carácter de empresas micro y pequeñas, como indica el GEM España 2004, las perspectivas de las nuevas empresas con respecto a los próximos años parece más alentador. Así, las empresas que se crearon hace 5 años tienen una creación de empleo de 4,31 empleos. Una empresa creada genera nuevos empleos durante al menos los cinco primeros años de su existencia. Por lo que las

perspectivas de creación de empleo de las empresas existentes son mejores en el caso de las empresas de la muestra de la EOI que en las del GEM España, 2004.

El siguiente gráfico muestra el número medio de empleos de las empresas de la muestra por año de fundación.

Número medio de empleados según el año de fundación de la empresa



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

En España existe un grave problema de crecimiento de las empresas creadas, tanto en términos de empleo como de volumen de negocio, según el GEM España 2004. Durante el año pasado, España sigue ocupando una situación muy precaria en el contexto internacional con respecto a este aspecto.

Las empresas españolas, en términos generales, no están contribuyendo a la creación de empleo en la medida en que sería deseable desde el punto de vista de las políticas públicas de reducción del desempleo, según el punto de vista de GEM.

5.4.2. Sector de actividad y empleo

Los emprendedores toman generalmente la decisión de explotar una oportunidad de negocio o plantean una solución de autoempleo en aquellos sectores industriales que les son conocidos. Algunos sectores industriales tienen mayor capacidad que otros para la creación de nuevas empresas. Algunos estudios demuestran que la probabilidad de

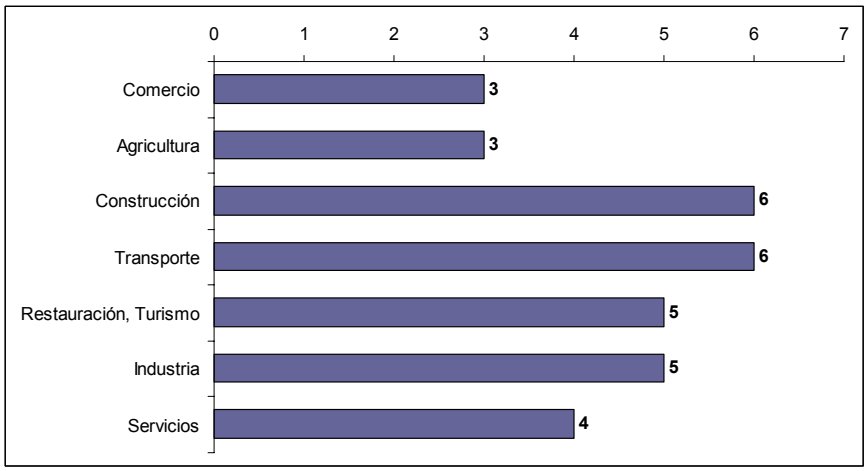
crear nuevas empresas difiere enormemente de unos sectores industriales a otros. Taylor (1966) indica que las personas empleadas en agricultura, construcción, distribución o finanzas tienen mayor tendencia al autoempleo que las personas que trabajan en otros sectores industriales.

De la misma forma, en algunos sectores industriales, el crecimiento de las nuevas empresas es mayor que en otros. Las investigaciones han demostrado que la distribución, la construcción, los servicios financieros, los servicios industriales y la agricultura tienen tasas mayores de creación de nuevas empresas que sectores como la venta al por menor.

El sector industrial también influye en los ingresos de las nuevas empresas. Las investigaciones demuestran que los ingresos de la actividad empresarial son mayores para las ingenierías, fabricación, construcción, finanzas, distribución, etc. que en otros sectores industriales.

Para el caso particular de esta encuesta, los sectores de actividad que crean empresas de mayor tamaño son los de construcción y transporte (6 puestos de trabajo para una empresa de tipo medio, es decir, la media de los puestos actuales que tienen las empresas de la muestra en cada uno de los sectores). En segundo lugar se sitúan los sectores de restauración y turismo e industria, con 5 puestos de trabajo. Con 4 puestos de trabajo en la empresa media se sitúan las empresas de servicios y por último, comercio y agricultura crean empresas de 3 empleados de media. Esto significa que una inversión para la creación de puestos de trabajo es más eficiente en sectores como la construcción y el transporte, son más eficientes que en sectores como la agricultura y el comercio.

Tamaño de las empresas medias por sector de actividad



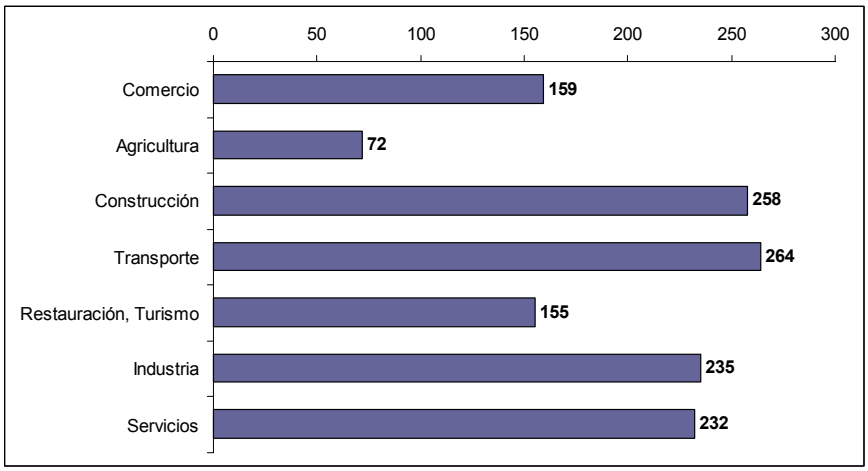
Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

Por otra parte, si bien el tamaño medio de las empresas de cada sector puede dar una idea de la eficacia de las políticas de creación de empleo, es conveniente conocer también el empleo total creado por las empresas de cada sector.

Como consecuencia de la empresa tipo medio de cada sector, se puede establecer la creación total de empleo medio que se ha generado en cada sector de actividad.

En el caso de la muestra, se aprecia cómo el sector del transporte es que, en media, crea más puestos de trabajo, con un total de 264 empleos creados. El segundo sector, en media, que más empleos crea es el de la construcción, con un total de 258 empleos. La industria y los servicios, crean respectivamente 235 y 232 empleos de media. Existe un segundo grupo, por volumen de creación de empelo, que son el comercio y el sector de la restauración y el turismo, con unos niveles totales de 159 y 155 empleos creados en total, respectivamente. Por último, la agricultura es el sector que menos empleo registra, con un volumen de 72 empleos totales. El siguiente gráfico, muestra los resultados.

Empleo creado por sector de actividad



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

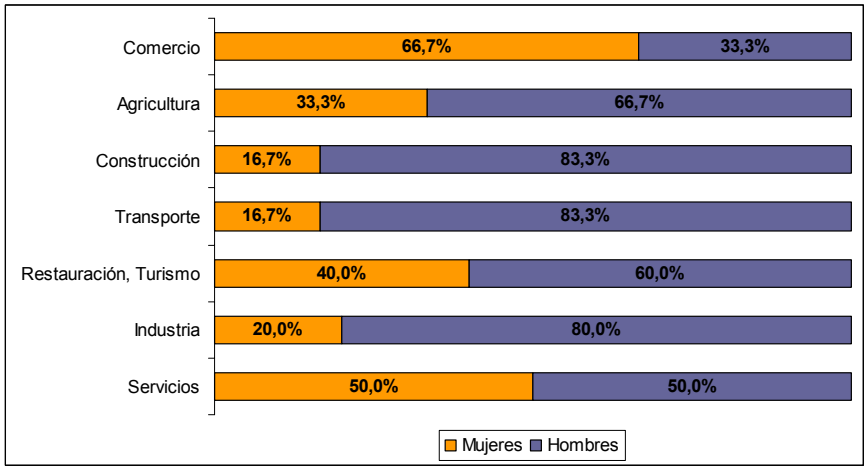
Por otra parte, es conveniente analizar la configuración del empleo creado. La incorporación de la mujer al mercado laboral no es homogénea en los sectores de actividad. Como se aprecia en el gráfico siguiente, la incorporación de la mujer al mercado laboral depende del sector de actividad económico, manteniendo niveles que son ya tradicionales. Así por ejemplo, los sectores de actividad económica que han incluido una mayor cantidad de mujeres son los de comercio y servicios, con unos porcentajes sobre el total de empleos creados de 66,7% y 50%, respectivamente. En segundo lugar aparece el sector de restauración y turismo, con un nivel del 40%. La agricultura mantiene un nivel de empleo femenino de un tercio (33,3%). Por último, la industria, la construcción y el transporte presentan tasas de empleo femenino inferiores, con niveles del 20% y del 16,7% para los dos últimos.

El informe del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) para España del año 2004 señala que en la actualidad los emprendedores se han concentrado más en empresas orientadas al consumidor, como pueden ser educación, sanidad, servicios y restauración y hostelería, si bien en el presente estudio realizado por la EOI, estos datos no coinciden exactamente. Siguiendo los resultados del GEM, estos sectores estaban más explotados por aquellos emprendedores cuya motivación principal era la respuesta a una necesidad laboral, mientras que los sectores más orientados a la transformación

(industria, construcción, etc.) eran explotados mayoritariamente por emprendedores con una motivación más enfocada a la explotación de una oportunidad de negocio. Estos datos proporcionados por el GEM, como se ha mencionado anteriormente, no son totalmente coincidentes con los obtenidos en este estudio. Mientras la mayoría de las iniciativas tienen una motivación de necesidad, los sectores más explotados son aquellos que están orientados a la transformación de *inputs* para su comercialización posterior.

La incorporación de la mujer al mundo laboral sigue manteniendo determinados patrones culturales que dificultan una plena igualdad entre hombres y mujeres. El cuadro siguiente muestra la distribución de empleo por género y sector de actividad industrial.

Distribución por género del empleo por sector de actividad



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

Como puede observarse en el gráfico anterior, la incorporación de la mujer al mercado de trabajo no se realiza de forma paritaria en todos los sectores industriales. La mayor proporción de empleo absorbido se encuentra en el sector servicios (66,7%) y en el de servicios (50%). En ambos casos situándose en igualdad o mayor proporción que los hombres. En tercer lugar aparece el sector de la restauración y el turismo (40%). Estos

sectores, más orientados al cliente son los que proporcionan la mayor tasa de empleo femenino, en igualdad casi a la tasa de empleo masculino.

Por otra parte los sectores más transformadores, en el sentido de generar unos *outputs* mediante la transformación de unos *inputs* en un proceso productivo siguen en manos del género masculino, con proporciones lejanas a la igualdad, como por ejemplo, la construcción (16,7%), el transporte (16,7%) y la industria (20%).

5.4.3. Creación de empleo femenino

La actividad emprendedora femenina española ha dado un salto cualitativo. Las mujeres representan, en promedio, el 30% de los emprendedores del país, según los datos del Global Entreprenuership Monitor en el año 2004. Concretamente, se estima que en España hay unas 403.500 mujeres emprendedoras frente a 941.500 hombres.

Desde una perspectiva internacional, el peso relativo de las mujeres españolas sigue siendo muy moderado, y la ratio de hombre/mujer según el GEM 2004 se eleva a un 0,39%, situándose muy por debajo de la media de los países que participan en este estudio.

Desde el punto de vista de los objetivos del estudio de la Escuela de Organización Industrial (EOI), se ha planteado no ya la participación de la mujer en la creación de empresas sino incluso, a un nivel inferior, la participación como empleada de las nuevas empresas creadas en nuestro país.

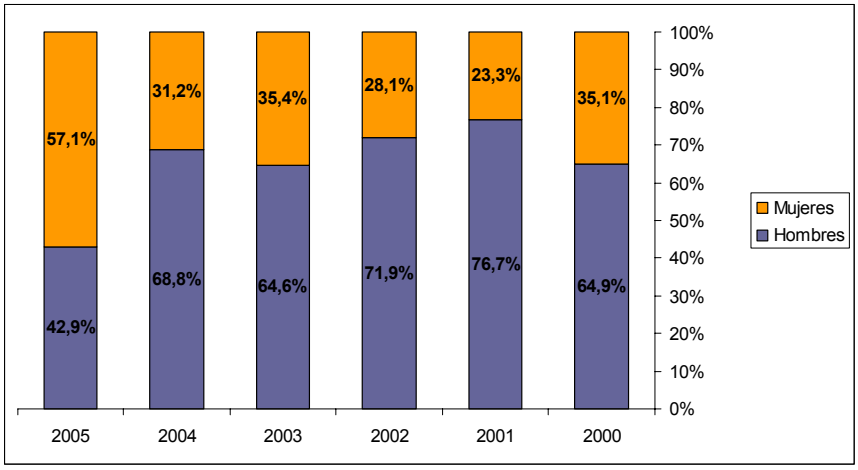
La situación no es más favorable de lo que determina el GEM, sino más bien todo lo contrario. La participación media de la mujer como empleada en las nuevas empresas es inferior al 50%. En concreto el 33% de los puestos de trabajo actuales creados por las nuevas empresas desde el año 2000 hasta el día de hoy es ocupado por mujeres.

Tampoco se observa una tendencia clara desde el año 2000 hasta el año 2005. Un dato alentador es el de las empresas creadas durante el año 2005. El 57,1% de los empleos creados por las empresas fundadas en este año han sido ocupados por mujeres. Este

dato supone una esperanza en términos de igualdad de la mujer en el mercado laboral, aunque se tendrá que esperar a consolidar este dato, que puede ser un hecho coyuntural.

La siguiente figura muestra la evolución de la tasa de empleo femenino de las empresas de los emprendedores encuestados en los últimos cinco años.

Composición por género de los empleados actuales



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

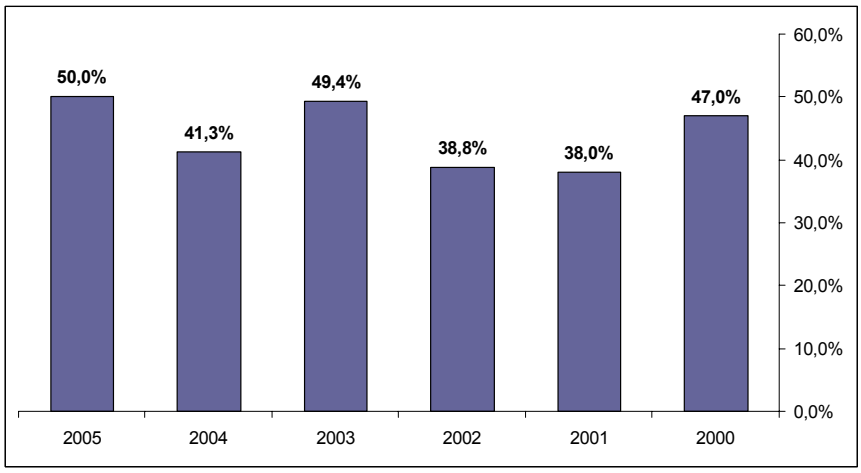
Como consecuencia de estos datos se constata la necesidad de mantener ayudas específicas para la incorporación de la mujer al mercado de trabajo en condiciones de igualdad, así como a establecer y fortalecer las medidas necesarias para el apoyo de a la mujer en la creación de empresas.

5.4.4. Creación de empleo para grupos con dificultades de empleabilidad

Los puestos de trabajo creados por las nuevas empresas pueden reducir las tasas de desempleo de un país. Como ya se ha comentado, los emprendedores generalmente prefieren ocupar los puestos de trabajo con de familiares y conocidos por la incertidumbre y el riesgo que supone contratar a una persona ajena a su entorno y entrar a trabajar en una empresa desconocida y sin pasado.

Dada esta premisa, se pretende valorar el número de puestos de trabajo creados por los emprendedores que han solucionado el problema laboral a otras personas. El siguiente gráfico muestra el porcentaje de empleos creados ocupados por personas provenientes de una situación de desempleo.

Incorporación de situaciones de desempleo

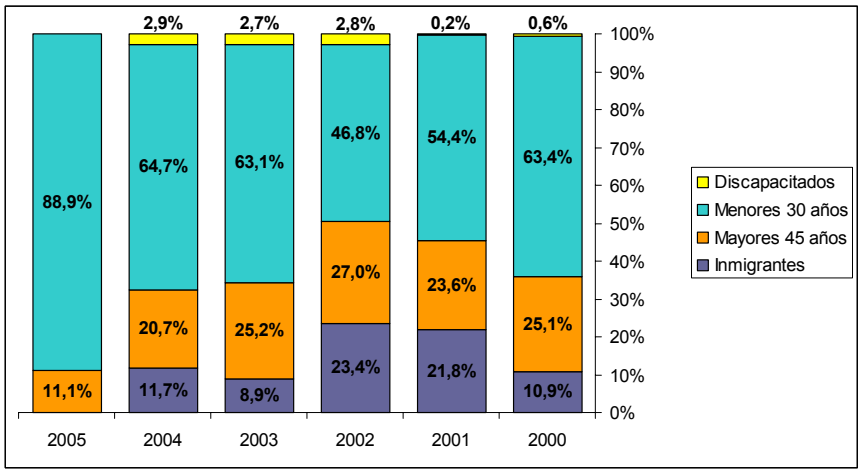


Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

Como se aprecia en el gráfico, no más del 50% de los puestos de trabajo han sido ocupados estos últimos años por personas que provenían de una situación de desempleo. No existe una tendencia clara, si bien los tres últimos años, la tasa ha superado a la media. Sería conveniente instrumentar políticas que ayuden a paliar la incertidumbre por parte de los candidatos a ocupar puestos de trabajo en empresas de reciente creación, facilitando así la incorporación de candidatos en situación de desempleo y ayudando a los emprendedores a abrir su mercado potencial de mano de obra cualificada.

Con respecto a grupos de personas con dificultad de encontrar empleo se pidió a los encuestados que determinasen el porcentaje actual de estos grupos (inmigrantes, mayores de 45 años, menores de 30 años y discapacitados) en su plantilla. En el siguiente gráfico se presentan las proporciones de estos grupos en relación al año en que se fundó la empresa.

Composición por grupos con dificultades de empleabilidad



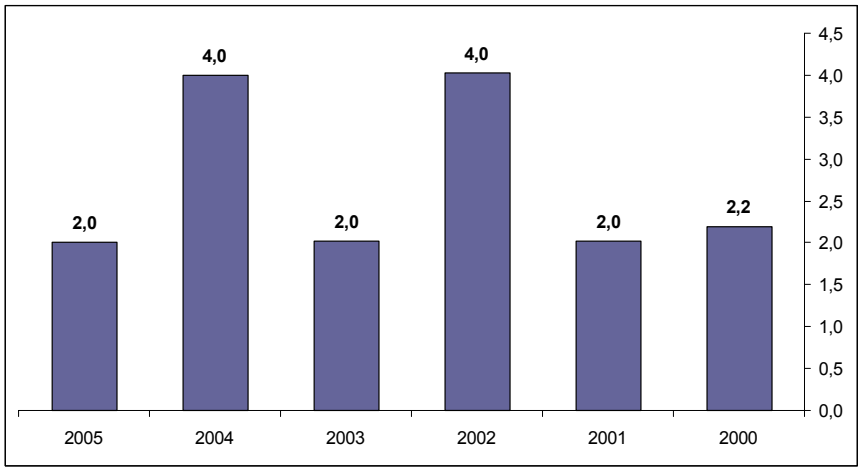
Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

Como puede observarse, la mayor parte corresponde a jóvenes menores de 30 años. El segundo grupo más numeroso lo componen los mayores de 45 años. Los demás grupos con dificultad en el mercado laboral tienen una representación baja, sobre todo los disminuidos. En este sentido sería conveniente estudiar la posibilidad de desarrollar políticas para mejorar su incorporación al mercado laboral, como por ejemplo la obligatoriedad de un porcentaje mínimo de la plantilla para este colectivo para poder participar en concursos públicos. En cualquiera de los casos analizados, ninguno de los años supera el 5% de plantilla ocupada por disminuidos.

Un colectivo especial lo forman los inmigrantes y aunque la proporción aumentó del año 2000 al 2002, en los últimos tres años ha disminuido casi en un 50%.

5.4.5. Expectativas de creación de empleo futuro

Expectativas de creación de empleo



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

Si se considera el número de puestos medios a crear por cada empresa multiplicado por el número de empresas encuestadas se puede determinar la creación total de empleos esperados durante el año siguiente. Esta cifra es de 698 empleos, cifra que en conjunto hace albergar buenas expectativas inicialmente.

5.5. Financiación de las nuevas empresas

La creación de nuevas empresas lleva asociada un problema de asimetría de la información que dificulta enormemente la adquisición de recursos financieros por parte del emprendedor. Por este motivo, la autofinanciación se convierte en la fuente teórica más importante para la adquisición de los recursos financieros necesarios por parte de los emprendedores.

La incertidumbre que envuelve a la idea de un nuevo negocio y a la asimetría de información entre el emprendedor y el inversor lleva a la autofinanciación en el proceso de creación de empresas. La asimetría de la información entre los empresarios y los inversores hacen que éstos estén reacios a la aportación de dinero en activos especializados que van a ser usados para desarrollar nuevas empresas. Este problema

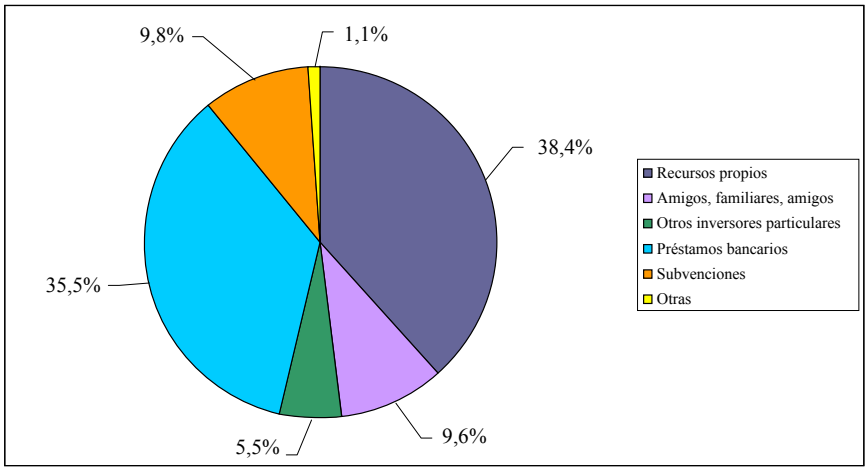
puede ser mitigado si el propio empresario invierte su propio dinero en la empresa. De esta manera el temor del inversor puede reducirse al mostrar el empresario confianza en su propio negocio (Venkataraman, 1997).

Además, la autofinanciación reduce la incertidumbre inherente en el proceso de creación de empresas. Al comprometer sus propios activos, el empresario puede recaudar dinero de otros inversores que no son capaces de ver la oportunidad de negocio tan fácilmente como el propio emprendedor, ni predecir los retornos futuros. Existen numerosos estudios que demuestran cómo la autofinanciación reduce los problemas de incertidumbre y asimetría de la información para poder así añadir nuevas fuentes de financiación al proyecto (Aldrich, 1999; Blanchflower y Oswald, 1998).

5.5.1. Fuentes de financiación inicial

Las fuentes de financiación que se han considerado para ser analizadas han sido los recursos propios del emprendedor (básicamente sus ahorros), el dinero prestado por familiares y amigos, el dinero procedente de otros inversores particulares, los préstamos bancarios y las subvenciones de las administraciones públicas. El siguiente gráfico muestra la distribución en el uso de las fuentes de financiación por parte de las empresas de la muestra.

Fuentes de financiación inicial



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

Para las empresas de la muestra, la principal fuente de financiación es la de los recursos propios, esto es, el dinero del emprendedor (38,4%). La segunda mayor fuente de financiación es la adquisición de dinero a través de préstamos bancarios, que en muchos casos, están avalados por los activos del propio emprendedor (35,5%). Las subvenciones por parte de las Administraciones Públicas u organismos pertenecientes a ellas suponen la tercera fuente de financiación por orden de importancia (9,8%), a mucha distancia de las dos anteriores. En algunos casos, estas subvenciones son préstamos a bajo interés y con condiciones más favorables que las proporcionadas por Bancos y Cajas de Ahorro. Prácticamente en la misma proporción que la anterior, los préstamos entre los familiares y amigos se convierte en la cuarta fuente de financiación (9,6%). Tan sólo el 5,5% de las fuentes de financiación son realmente externas, proporcionadas por otros inversores.

Conocidas las fuentes de financiación usadas por las empresas de la muestra se puede decir que las nuevas empresas son autofinanciadas. Los recursos propios, el dinero prestado por familiares y amigos y los préstamos bancarios suponen realmente el 83,5% de la financiación total de la nueva empresa. Tan solo el 16,5% de la financiación procede de fuentes realmente externas: subvenciones y dinero aportado por otros inversores. Esta proporción es realmente más baja, ya que como se ha mencionado anteriormente, las subvenciones son en muchos casos, préstamos en mejores condiciones que en el mercado.

Es interesante analizar con más profundidad la escasa participación de otros inversores particulares en los procesos de creación de empresas. Así, el inversor informal pone dinero en iniciativas de otros que, por regla general, son personas de su entorno. Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) los inversores informales son familiares directos en un 55%, parientes en 10%, compañeros de trabajo en un 9% y amigos y conocidos en un 25%. Por lo tanto, si bien se usan inversores informales en las empresas de la muestra, éstos vuelven a estar en el entorno cercano del emprendedor.

Además, según el mismo estudio, estos inversores informales, esperan recuperar todo el capital invertido en un 36% de los casos. Es muy notable que el 26% de los

inversores informales no esperan recuperar nada y que por consiguiente, invierten a fondo perdido. Por otro lado, el tiempo de retorno de la inversión es diverso, predominando los dos años (29%) y nunca o no espera retorno de la inversión el 26%), lo que avala los datos anteriores.

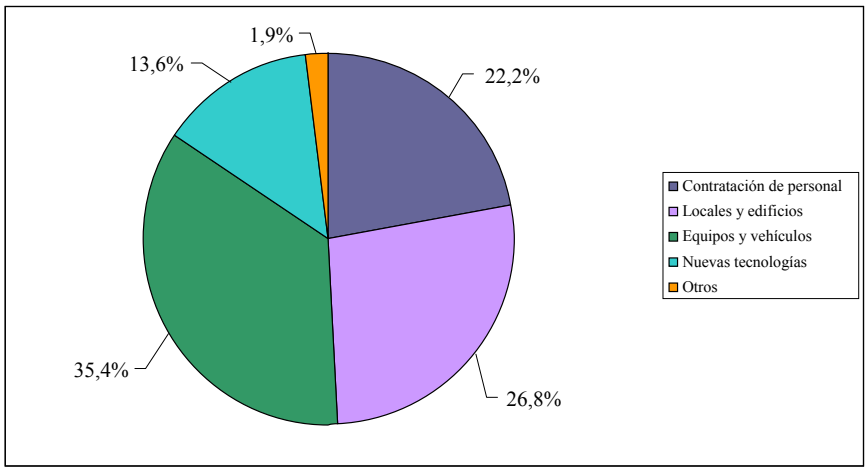
Con estos datos, el GEM destaca que el inversor informal español contribuye de forma notable al desarrollo de iniciativas emprendedoras que no pueden canalizar sus necesidades de financiación, realizando un esfuerzo por las personas de su entorno más inmediato y no esperando siquiera retorno de la inversión en el 34,3% de los casos. Es de esperar que, en los próximos años, a medida que se vayan desarrollando las fuentes de financiación para emprendedores, este sector se vaya profesionalizando y constituyendo una vía de negocio interesante para personas que deseen efectuar inversiones de su capital.

5.5.2. Uso del capital inicial en las nuevas empresas

La creación de una nueva empresa lleva asociado el hecho de adquirir unos recursos y recombinarlos previamente a la venta de los *outputs* que genera la nueva empresa. Esta adquisición de recursos no sólo se refiere a los recursos financieros sino también a aquellos elementos del activo que ayudan a la creación de un producto o servicio que se pone a la venta en el mercado y es aceptado. Estos recursos pueden ser, entre otros, la adquisición de un local, maquinaria específica, nuevas tecnologías, o incluso capital humano, a través de la financiación del activo circulante para el pago de las nóminas previas a las primeras ventas.

El siguiente gráfico representa el uso de la financiación de las empresas de la muestra al comienzo de sus actividades.

Uso del capital inicial en la fundación de la empresa



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

Como puede observarse, las empresas de la muestra destinan el dinero inicial para la adquisición de la infraestructura necesaria para comenzar las actividades. Así, el 75,8% de la financiación inicial se destina a dicha infraestructura. En concreto, la adquisición de equipos y vehículos es la parte que consume mayor financiación (35,4% del total), seguido de la adquisición de locales y edificios (26,8% del total). Por último, la adquisición de la infraestructura necesaria se completa con la tecnología adecuada para el desarrollo de las actividades (13,6% del total).

Una parte importante de las necesidades de financiación se dedica a la contratación de personal para llevar a cabo las actividades iniciales (22,2% del total).

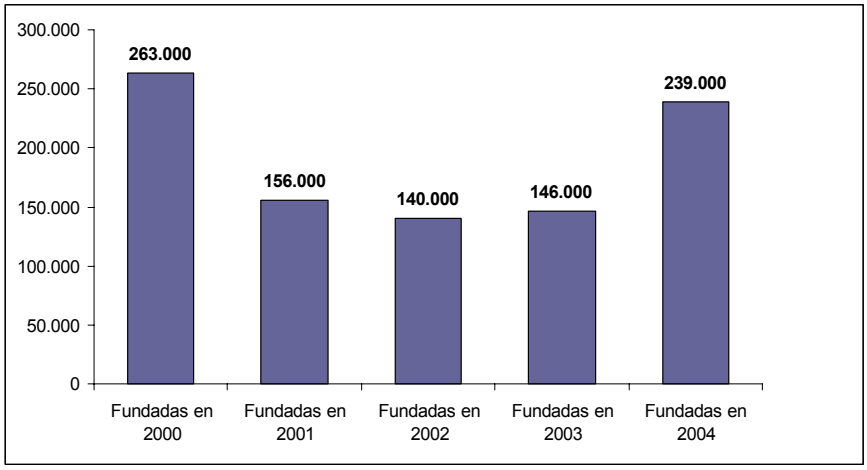
5.5.3. Inversión inicial

Numerosos estudios plantean la hipótesis de la estabilidad monetaria y fiscal como bases para la creación de empresas. Esto es debido a que la estabilidad económica hace que la gente tenga más confianza en su decisión de crear una nueva empresa (Harper, 1997). Cuando la inflación es alta, no hay confianza en la economía y la gente no está dispuesta a invertir en nuevas oportunidades de negocio. La inestabilidad económica dificulta el proceso de obtención de los recursos necesarios así como su transformación en productos y servicios que puedan ser vendidos posteriormente (Shane, 2003).

Los resultados de la encuesta con respecto a la inversión realizada desde la constitución de la empresa indican una gran diversidad. Así, por ejemplo el rango de valores obtenidos es extremadamente grande. El menor valor obtenido es de 3.000 euros y el mayor supera el millón de euros. Esto indica la gran diversidad de empresas que reúne la muestra y la gran diversidad de aspectos a considerar. Para analizarlo con mayor detalle se han segmentado las empresas en función del año de constitución. Así se obtienen 5 grupos, según el año de fundación de la empresa.

El siguiente gráfico muestra los valores medios de la inversión realizada por la empresa en función del año de constitución de la empresa.

Inversión realizada en la constitución de la empresa



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

El año en el que la inversión media fue más alta fue el 2000, con un valor de 263.000 euros por empresa. El valor menor se obtuvo en el año 2002 con una inversión media por empresa de 140.000 euros. Existen dos grupos diferenciados, las empresas creadas en el año 2000 y 2004, que superaron la inversión media de los 200.000 euros y el resto de los años intermedios donde la inversión media estuvo en torno a los 150.000 euros.

La inversión en nuevas empresas es muy sensible al entorno socio-económico y político y su evolución apunta a que los inversores se retraen cuando el panorama es

recesivo. En este sentido es interesante observar la evolución del porcentaje de inversores informales en la población adulta española. Los datos publicados por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) muestran los siguientes datos en los últimos tres años:

Porcentaje de inversores informales en la población adulta		
2001	2002	2003
4,1%	3,1%	3,4%

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor 2004.

Como puede observarse, presenta también un mínimo en el año 2002, al igual que la inversión realizada por las empresas de la muestra. Por eso es importante mantener un clima socio-económico y político estable para facilitar así la inversión suficiente para la creación de empresas.

El clima económico general, razonablemente estable por el momento, permite que se mantengan relativamente bajos los intereses, de forma que este hecho actúa como elemento favorecedor para la puesta en marcha de nuevos negocios y buenas ideas e iniciativas emprendedoras.

La evolución positiva de la economía española en los años recientes ha permitido un clima de estabilidad y de cierto optimismo que favorece el fenómeno emprendedor en general.

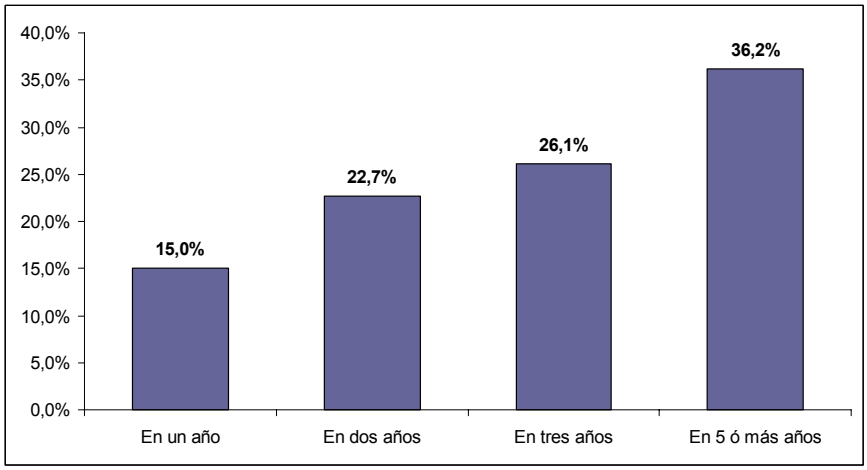
Por otra parte, la ampliación de la Unión Europea supone una expansión del mercado potencial. Este incremento de la demanda permite aumentar la oferta y, por lo tanto, favorece la actividad emprendedora.

5.5.4. Tiempo esperado de recuperación de la inversión

Las nuevas empresas, como ya se ha indicado pueden establecerse bien porque el emprendedor ha detectado una oportunidad de negocio o bien como salida a una situación de desempleo. En cualquier caso, el inversor, espera una recuperación de la inversión mediante un beneficio económico que supere el coste de la iniciativa más un plus que iguale, cuando menos otras posibles inversiones alternativas. Por otra parte, el emprendedor que desarrolla la iniciativa como medio de autoempleo, puede mantener unas expectativas algo menores, es decir, puede esperar el mantenimiento de la empresa en el mercado para así garantizar unos ingresos estables a lo largo de su vida laboral.

Así, el gráfico siguiente muestra el tiempo esperado por parte de los emprendedores para recuperar el capital invertido.

Tiempo esperado de recuperación de la inversión



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

Como se observa en el gráfico, la mayoría de los empresarios encuestados esperan recuperar la inversión en tres o más años (62,3%), mientras que el 37,7% de los entrevistados planea una recuperación de la inversión en un plazo menor (dos años como máximo). Es curioso ver en el gráfico, cómo a mayor tiempo esperado, mayor es la frecuencia del tiempo esperado para recuperar la inversión. Esto parece indicar que

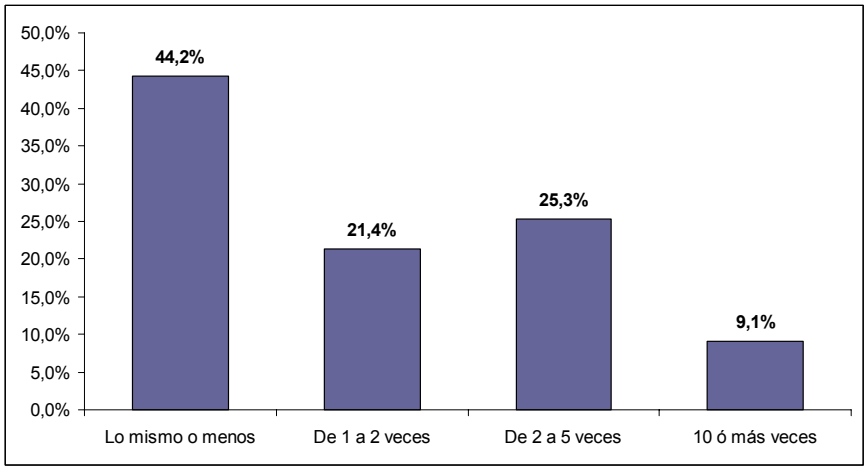
una parte importante de la muestra ha creado la empresa como respuesta a una situación de desempleo o a una determinada necesidad laboral.

Si se comparan esto resultados con los obtenidos en el Global Entrepreneurship Monitor para España en el año 2004 (GEM), se puede apreciar, cómo los inversores informales esperan una recuperación de la inversión en menos de dos años. Esto puede apoyar la hipótesis planteada con anterioridad con respecto a la explotación de un negocio como respuesta a una necesidad laboral.

5.5.5. Cantidad esperada a recuperar

En cuanto a la cantidad prevista a recuperar por parte de los emprendedores, la respuesta también es diversa. El siguiente gráfico muestra la distribución de las encuestas en función de la cantidad esperada a recuperar sobre la inversión inicial realizada.

Cantidad esperada a recuperar



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

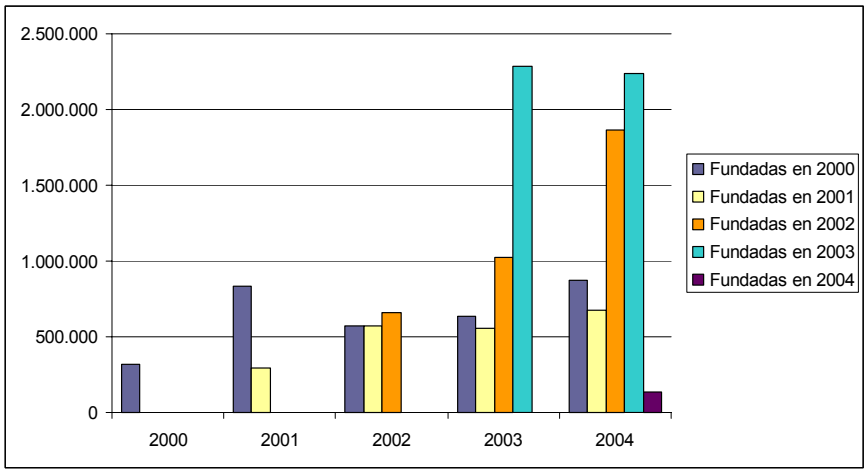
Como puede observarse, predomina el grupo en el que no se producen ganancias, ya que esperan recuperar lo mismo o menos (44,2%). Casi el mimo porcentaje que el anterior espera recuperar hasta 5 veces lo que invirtió, si bien se divide en partes casi iguales aquellos que tan sólo prevén hasta el doble de la inversión realizada. Tan sólo

un 9,1% tiene grandes expectativas para sus empresas, esperando recuperar hasta 10 veces o más la cantidad invertida inicialmente. Este dato también puede corroborar la hipótesis de la creación de la empresa como respuesta de un problema laboral para muchos de los emprendedores de la muestra.

5.5.6. Ventas anuales de las nuevas empresas

Con todo ello, las ventas obtenidas por las empresas de la muestra en función del año de creación no dan una señal clara de la evolución histórica. Las ventas anuales medias aproximadas por año de fundación se presentan en el siguiente gráfico.

Ventas anuales por año de fundación de la empresa



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

Aunque los datos ofrecidos en el gráfico son los valores medios de facturación de las empresas, las ventas anuales dependen del año de fundación de la empresa. Así, por ejemplo, las empresas creadas en el año 2000, presentan un pequeño crecimiento a lo largo de los cinco años de funcionamiento. Las empresas creadas en el año 2001 presentan un crecimiento moderado. Las empresas fundadas en el año 2002 tienen un crecimiento en facturación alto y sostenido en los siguientes años. Las empresas creadas en el año 2003 presentan una facturación media muy alta con relación a la facturación media de las demás empresas. Otro dato destacable es la escasa facturación que presentan las empresas creadas en el año 2004.

Estos datos ponen de manifiesto otra vez la heterogeneidad de las empresas de la muestra, así como la importancia relativa que adquieren determinadas empresas al hacer variar los estimadores estadísticos de forma importante.

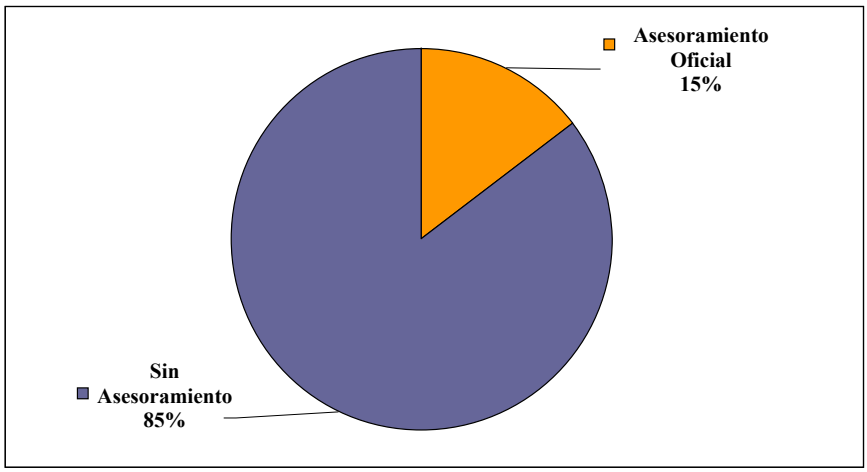
5.6. Asesoramiento recibido para la creación de empresas

Las Administraciones Públicas, tanto a nivel estatal como autonómico e incluso municipal han desarrollado iniciativas para fomentar el espíritu empresarial entre la población activa a la que sirven. A nivel internacional las políticas gubernamentales sitúan a España en una posición favorable en el contexto internacional. España está en línea con las políticas de Estados Unidos e Irlanda, aunque alejada de Alemania (GEM, 2004).

Los expertos españoles en creación de empresas indican que los aspectos más valorados de los programas gubernamentales son los parques científicos y el apoyo efectivo a las nuevas empresas y empresas en crecimiento. Otro de los aspectos mejor valorados son los relativos a la facilitación de información de las ayudas gubernamentales en las ventanillas únicas. La competencia técnica de los funcionarios que trabajan en apoyo a las nuevas empresas se considera eficaz. Sin embargo, a pesar de que éstos son los puntos más valorados, según el informe del 2004 del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) no obtienen una gran puntuación.

Los datos de la encuesta reflejan que tan sólo el 15% de las empresas creadas han recibido asesoramiento oficial. El gráfico siguiente muestra la distribución de las empresas que han recibido asesoramiento por parte de las Administraciones Públicas.

Empresas que han recibido asesoramiento por parte de Administraciones Públicas



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

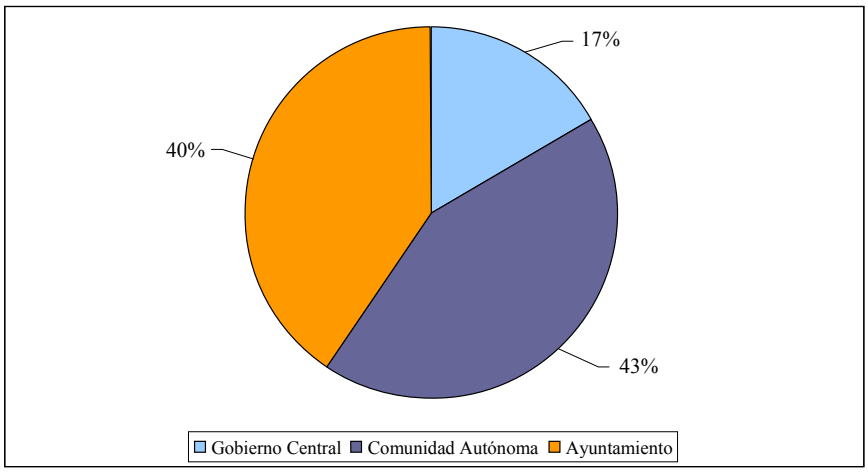
El número aproximado de empresas que han recibido asesoramiento por parte de las distintas Administraciones Públicas es muy bajo (45 empresas) con respecto al total de la muestra de 300 empresas.

5.6.1. Administraciones Públicas que facilitan asesoramiento

La creación de empresas es un proceso local en la mayoría de los casos. Las nuevas empresas se crean para satisfacer demandas cercanas en un primer lugar. Por este motivo, tanto el asesoramiento que demandan los emprendedores como la financiación de las nuevas empresas deben ser dadas por organismos e instituciones cercanas a la localización de la nueva empresa. Este tipo de instituciones cercanas son las que poseen el mejor conocimiento del entorno en el que se va a desarrollar la iniciativa.

El siguiente cuadro muestra el tipo de administraciones públicas que han prestado asesoramiento a las empresas de la muestra que lo han recibido.

Tipo de Administraciones Públicas que facilitan asesoramiento



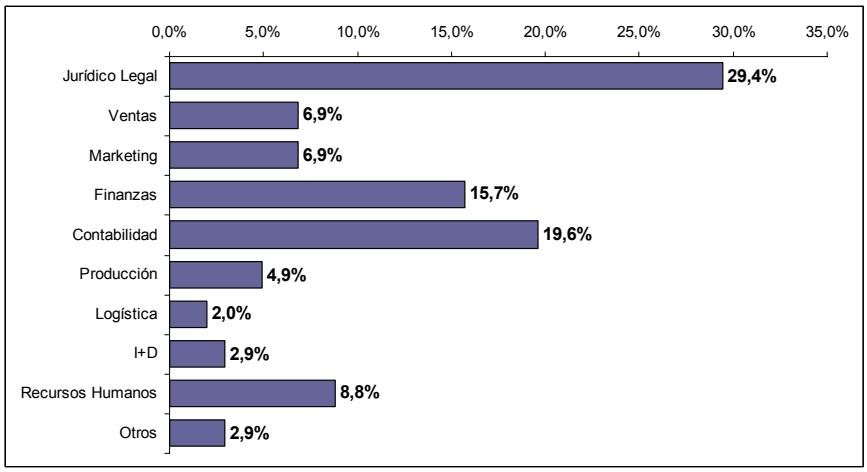
Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

En muchos casos, las empresas que han recibido asesoramiento lo han recibido de varios tipos de Administraciones Públicas, aunque la gran mayoría de las empresas que lo han recibido ha sido a través de las Administraciones más cercanas. Tan sólo un 17% de las empresas ha recibido asesoramiento por parte del Gobierno Central. El resto, la gran mayoría (83%) lo han recibido por parte de Organismos de la Comunidad Autónoma donde reside el emprendedor (43%) y del Ayuntamiento de su localidad (40%). Este dato avala la hipótesis de una necesidad de conocimiento directo del medio local para poder prestar unos servicios de asesoramiento eficaces para el emprendedor y eficientes para la sociedad en general.

5.6.2. Áreas funcionales de asesoramiento

Las Administraciones Públicas han prestado asesoramiento a los emprendedores en varias áreas funcionales de la nueva empresa. Las áreas funcionales en las que las Administraciones Públicas han prestado asesoramiento se muestran en el gráfico siguiente, según los datos de la muestra.

Áreas funcionales en las que han recibido asesoramiento



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

Desde el punto de vista del asesoramiento de las Administraciones Públicas a los emprendedores las áreas funcionales más importantes son las Jurídico-Legales (29,4%), que junto con Contabilidad (19,6%) y Finanzas (15,7%) suponen casi las dos terceras partes de las consultas atendidas. Con mucha menor representación aparecen áreas funcionales más técnicas y que requieren un conocimiento más profundo del sector y del mercado por parte de los funcionarios y personal asesor, como son Marketing (6,9%) y Ventas (6,9%); Recursos Humanos (8,8%); Producción (4,9%) y Logística (2,0%) e Investigación y Desarrollo (2,9%).

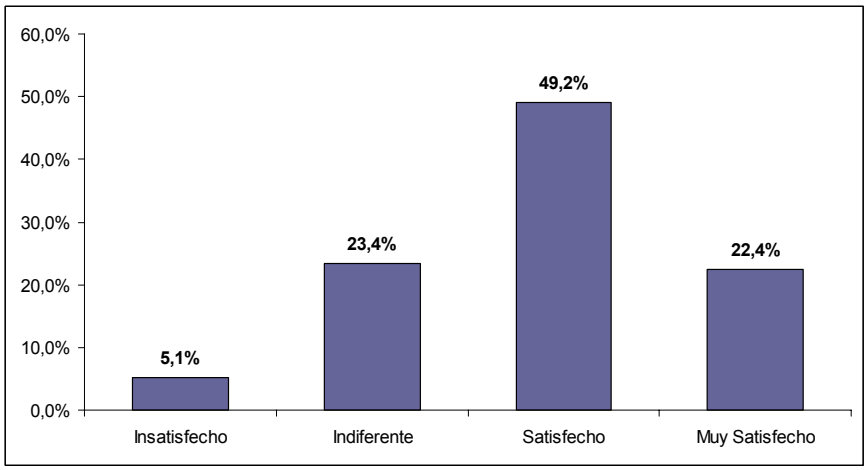
Esto puede poner de manifiesto la necesidad por parte de las Administraciones de ofrecer servicios más especializados en aspectos más concretos de determinados sectores industriales donde van a desarrollar sus actividades las nuevas empresas creadas o que se van a crear. En este sentido, ya se están llevando a cabo iniciativas en este sentido, que cuentan con profesionales, tanto funcionarios como personal docente e investigador de las Universidades Públicas y profesionales independientes. Sería interesante evaluar los resultados de estas iniciativas en un tiempo prudencial que permitan detectar los puntos fuertes y débiles para así mejorarlas en lo posible.

5.7. La satisfacción del emprendedor

5.7.1. Nivel de satisfacción general

Para determinar el éxito de la iniciativa emprendedora se preguntó a los encuestados sobre el grado de satisfacción con los resultados obtenidos. Se facilitaba una escala de 1 a 10 (muy insatisfecho – muy satisfecho). Los valores obtenidos se han agrupado en cuatro categorías: Insatisfecho (del 1 al 4), indiferente (5 y 6), satisfecho (7 y 8) y muy satisfecho (9 y 10). El gráfico siguiente muestra la distribución de las respuestas en estas cuatro categorías.

Grado de satisfacción del emprendedor



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

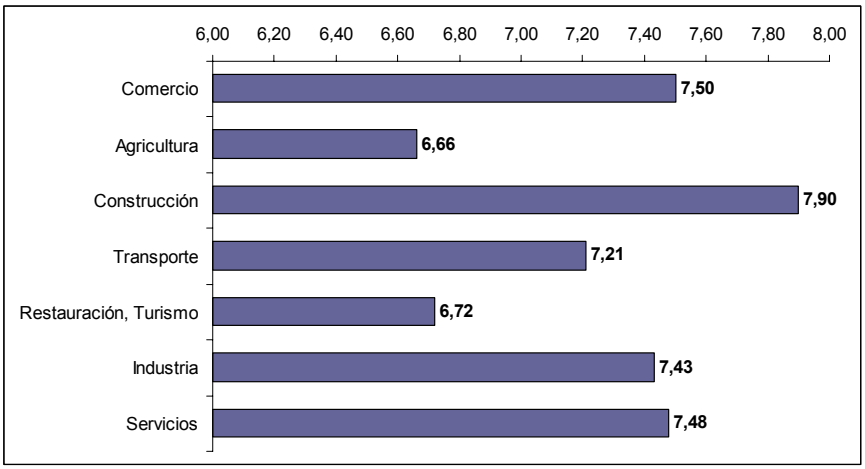
En general se puede decir que el grado de satisfacción de los emprendedores con los resultados de la iniciativa empresarial es positivo. La media obtenida es de 7,3 sobre 10, siendo los grupos que están satisfechos/muy satisfechos más del 80% de la muestra encuestada.

5.7.2. Satisfacción y sector de actividad

Una vez obtenidos estos datos, se analizan posibles factores relacionados con el grado de satisfacción, como pueden ser el sector de actividad, el nivel educativo del emprendedor y la experiencia previa en otros negocios.

Los resultados obtenidos al cruzar el grado de satisfacción del emprendedor con el sector de actividad se muestra en el siguiente gráfico.

Sector de actividad y grado de satisfacción del emprendedor



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

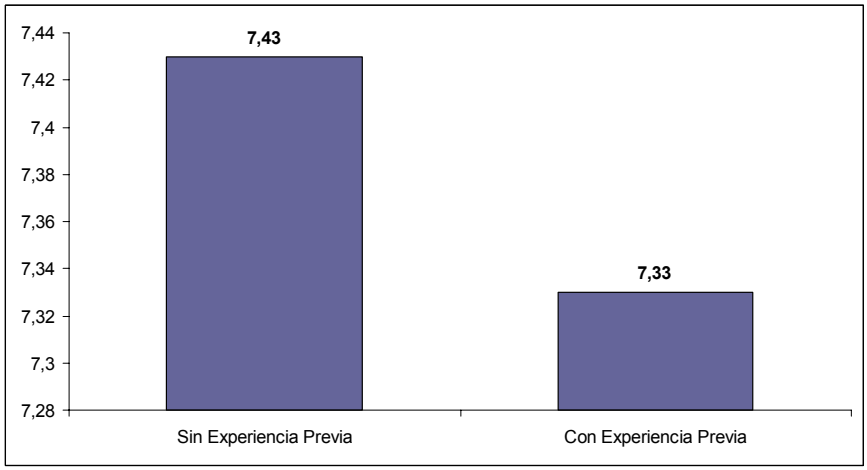
Existen 4 sectores que se sitúan por encima de la media global en cuanto al grado de satisfacción: construcción (7,90), comercio (7,50), servicios (7,48) e industria (7,43). Por otra parte, los sectores que se sitúan por debajo de la media son: agricultura (6,66), restauración y turismo (6,72) y transporte (7,21).

5.7.3. Satisfacción y experiencia previa

Otro factor que tiene una influencia positiva en la probabilidad de explotar una oportunidad de negocio con éxito posterior es el hecho de que el emprendedor tenga experiencia previa en la creación de empresas anteriores o bien que se estén desarrollando en la actualidad de forma simultánea. Este hecho, avalado por estudios,

como se ha mencionado ya, está basada en que de esta manera el emprendedor ha adquirido, por experiencia los conocimientos y habilidades necesarias para el desarrollo de la iniciativa.

Grado de satisfacción en función de la experiencia previa

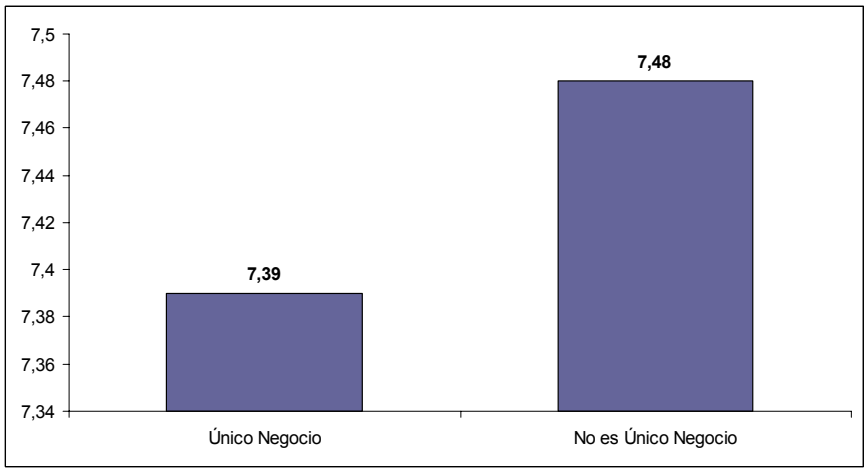


Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

Los resultados de la encuesta no dan una respuesta clara a la hipótesis planteada. Aquellos emprendedores que declaran que no han tenido negocios anteriores muestran un grado de satisfacción más alto. Puede ser debido al grado de motivación, al estar insertos en una nueva actividad para ellos. Aquellos que han dicho que no es su primer negocio muestran un grado de satisfacción algo menor, quizás porque ya lo conocen, porque saben las dificultades o porque están temerosos de posibles malos momentos futuros y se ponen a la expectativa.

De igual forma se evaluó la posibilidad de que los entrevistados tuvieran experiencia previa en otros negocios que todavía estuvieran en funcionamiento. El siguiente gráfico muestra el grado de satisfacción de los entrevistados con la iniciativa empresarial en función de que mantengan o no otras empresas en paralelo.

Grado de satisfacción en función de la experiencia previa: Poseen otros negocios



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

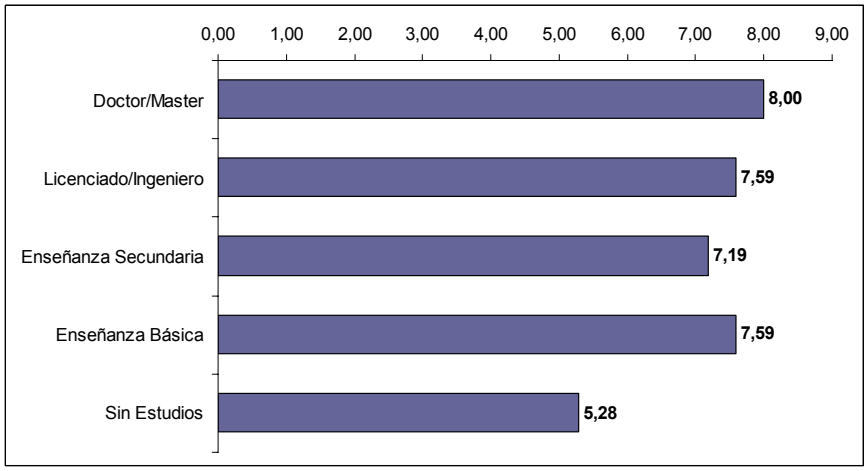
Los resultado obtenidos por este cruce de variables, tienen una relación contraria al caso anterior. Aquellos emprendedores que mantienen más de un negocio en paralelo declaran un grado de satisfacción con la iniciativa empresarial mayor que aquellos que mantienen un único negocio. Las causas de esta relación entre ambas variables no está clara, pudiendo deberse a varios factores que actúan en conjunto, como puedan ser la experiencia acumulada o un menor grado de implicación en cada uno de los negocios. En este último caso, el coste, medido en horas de dedicación del emprendedor a la iniciativa es menor, y por lo tanto, obteniendo iguales resultados, el grado de satisfacción puede ser mayor.

Por otro lado, la pertenencia a un núcleo familiar en el que existan elementos emprendedores hace que la probabilidad de que otro miembro de la unidad familiar desarrolle una iniciativa empresarial sea mayor (Palacios, 2005). En estos casos además, los potenciales emprendedores han ido adquiriendo de forma tácita muchos de los conocimientos y habilidades necesarios para desarrollar con éxito las actividades emprendedoras.

5.7.4. Satisfacción y nivel educativo del emprendedor

Dado que el nivel de estudios del empresario influye claramente en la probabilidad de la detección de una oportunidad de negocio y de su éxito posterior, se estableció la hipótesis de una posible relación entre el grado de satisfacción del emprendedor, como medida del éxito de la iniciativa, y el nivel educativo. El resultado del cruzar ambas variables se muestra en el siguiente gráfico. Esta hipótesis, avalada por diversos estudios, como ya se ha comentado anteriormente, puede contrastarse para los datos de la encuesta realizada.

Nivel educativo y grado de satisfacción del emprendedor



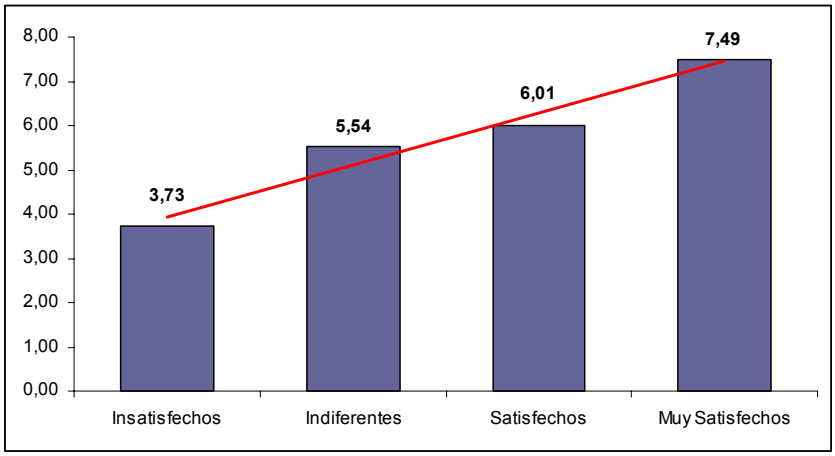
Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

Existe una relación positiva entre el nivel educativo del emprendedor y el grado de satisfacción con la iniciativa declarada por él mismo. Es decir, a mayor nivel educativo (Doctor/Master; Licenciado/Ingeniero) hay un mayor grado de satisfacción. Este dato avala la hipótesis plateada en cuanto a la relación existente entre nivel educativo y probabilidad de éxito de una iniciativa empresarial.

5.7.5. Satisfacción y creación de empleo

Una de las medidas que pueden determinar el éxito del emprendedor y de la empresa es la creación de empleo. Se puede establecer una relación entre el grado de satisfacción y el nivel de empleo creado por la empresa. La siguiente figura muestra el número de medio de empleados de las empresas según el grado de satisfacción del emprendedor.

Empleo medio creado por empresa y grado de satisfacción



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

Los resultados obtenidos muestran la clara relación existente entre el número de empleados y el grado de satisfacción del emprendedor. Cuando la empresa genera empleos, el grado de satisfacción aumenta.

5.8. Grupos financieros

5.8.1. Clasificación de los grupos financieros

La adquisición de recursos es uno de los aspectos importantes en el desarrollo de una nueva iniciativa empresarial. Dentro de estos recursos, se encuentra la adquisición de capital. La adecuada obtención del capital necesario es importante por determinadas razones. Las nuevas empresas con mayor capital tienen una probabilidad más alta de sobrevivir, de tener un mayor crecimiento y llegar a ser rentables en menor tiempo, ya

que el capital inicial proporciona un pulmón de oxígeno que los emprendedores pueden usar para responder a circunstancias adversas (Carrol y Hannan, 2000). Además, tener más capital inicial ayuda a vencer limitaciones de liquidez que los emprendedores puedan tomar nuevas decisiones. Así también un mayor nivel de inversión inicial influye en la percepción de estabilidad, legitimidad e independencia de las nuevas empresas (Baum, 1996).

El capital puede tener diversas fuentes, entre otras, las siguientes:

- Recursos propios:

  Los empresarios arriesgan su capital inicial en la nueva iniciativa empresarial. En muchos casos, los emprendedores necesitan usar su propio capital para explotar la oportunidad de negocio que han detectado debido a una asimetría en la información de que se dispone entre el propio empresario y otras fuentes de financiación. Otras fuentes de financiación no disponen de toda la información que tiene el empresario y en muchos casos, ese conocimiento tácito del emprendedor es difícilmente entendible por otros.

- Familiares y amigos:

  En algunos casos, los emprendedores no pueden llegar a financiar la totalidad de las necesidades de capital de la iniciativa y esa asimetría de la información hace que tengan que recurrir a fuentes cercanas y conocidas, como es el caso de familiares y amigos.

- Inversores particulares:

  Existen redes en España que ponen en contacto proyectos de empresas prometedoras con inversores privados miembros de la red. Estas redes se conocen con el nombre de *Business Angels*. Según el Global Entrepreneurship Monitor del año 2005 en España el 2,5% de la población adulta ha actuado como inversor informal a lo largo del año 2004. Este porcentaje se traduce en 829.528 personas que han puesto una media de 18.441 euros en iniciativas emprendedoras de otros, lo que se traduce, a su vez en una inversión estimada de 15.297 millones de euros.

Este tipo de inversiones siguen siendo clave para el desarrollo de las iniciativas emprendedoras en nuestro país, si bien es un tipo de inversión muy sensible a la situación y cambios socio-económicos. Así, por ejemplo se refleja en la tabla siguiente:

Porcentaje de inversores informales en la población adulta				
2000	2001	2002	2003	2004
2,4%	4,1%	3,1%	3,4%	2,5%

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor 2004.

- Bancos y Cajas:

  Otra de las posibles fuentes de financiación para las iniciativas empresariales es la constitución de préstamos bancarios con entidades de crédito. Si bien son numerosas estas formas de financiación suelen tener un difícil acceso. Este tipo de financiación puede concretarse a través de financiación bancaria comercial a corto y largo plazo, a través de sociedades de garantía recíproca, o bien utilizando líneas de *leasing* o *factoring*.

- Subvenciones y ayudas estatales:

  Son múltiples las posibilidades de encontrar ayudas oficiales para la creación de empresas, entre otras, se encuentran, las ayudas para la realización de proyectos empresariales, del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio; la Iniciativa PYME de desarrollo industrial, del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio; la Promoción de Empleo Autonómico, del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, la Promoción de Sociedades de Acciones Colectivas, del Ministerio de Economía y Hacienda, La Promoción de Iniciativas Locales para la Creación de Empleo, del Instituto Nacional de Empleo, el Plan de Formación e Inserción Profesional o incluso el Pago Único de la Prestación por Desempleo.

En base al tipo de financiación empleado, se pueden establecer distintos grupos de empresas que poseen rasgos similares en cuanto a los tipos de financiación empleados.

Estos grupos mantendrían diferencias significativas entre ellos. Se ha realizado un análisis estadístico de *clusters* jerárquicos basado en la distancia euclídea a las 300 empresas de la muestra.

Los resultados del análisis muestran la existencia de 4 grupos diferentes de empresas en cuanto a la utilización de las distintas fuentes de financiación empresarial:

- Grupo 1: Multifuente

  Este grupo de empresas se caracteriza por el uso de varias fuentes para la obtención del capital inicial de la empresa. Las fuentes que utilizan son, entre otras las siguientes: recursos propios, préstamos bancarios, dinero procedente de familiares y amigos, otros inversores particulares, subvenciones y en algún caso, además otras fuentes de financiación como puedan ser las herencias. Es decir, en este grupo se sitúan empresas que usan, en distintas proporciones todas las fuentes de financiación posibles. Mayoritariamente utilizan los recursos propios y los préstamos bancarios como fuentes principales de financiación.

- Grupo 2: Fuentes Externas

  Las empresas de este grupo reciben la financiación de fuentes en las que no participan los recursos Propios. Obtienen financiación de sólo dos fuentes: los préstamos bancarios y dinero procedente de amigos y familiares.

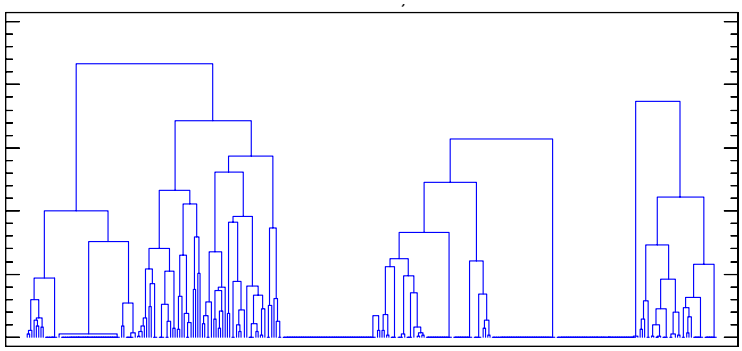
- Grupo 3: Préstamos bancarios

  Las empresas de este grupo se caracterizan por el uso de préstamos bancarios como fuente principal de financiación, si bien realizan una pequeña aportación de recursos propios, y en menor medida de subvenciones y ayudas de familiares y amigos.

- Grupo 4: Recursos Propios

  Este grupo de empresas se caracteriza principalmente por el uso de los recursos propios como fuente de financiación, si bien en una pequeña cantidad solicitan préstamos bancarios y en algunos casos, ayudas de familiares y amigos y subvenciones.

La siguiente figura muestra el dendrograma del análisis *cluster* realizado:

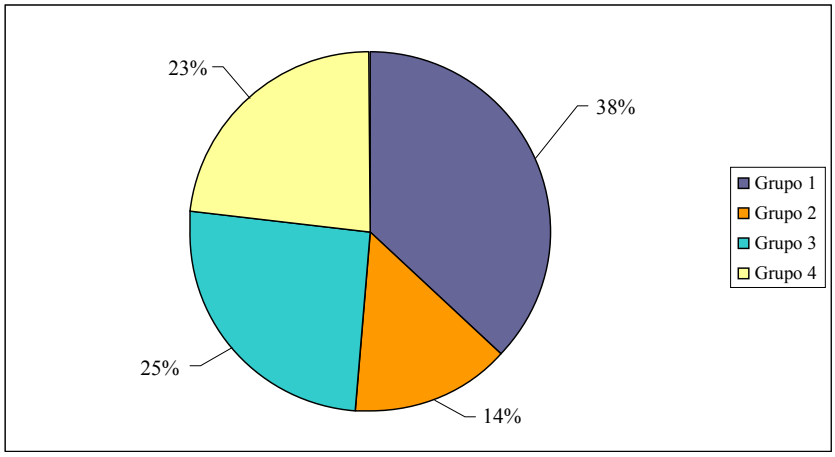


Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

La mayor parte de las empresas de la muestra tienen una estructura financiera que responde a las características del Grupo 1, es decir, utilizan todas las fuentes de financiación, en mayor o menor medida (38%). Otro gran bloque de empresas se sitúa en el Grupo 3 y 4 (25% y 23%, respectivamente), esto es, usan el banco como mayor fuente de financiación o bien usan los recursos propios mayoritariamente. Por último, el 14% de las empresas de la muestra pertenecen al Grupo 2, es decir, se financian sin recursos propios.

El siguiente cuadro muestra la distribución de las empresas de la muestra en función de la agrupación establecida dependiendo de la estructura financiera.

Distribución de las empresas por estructura de financiación



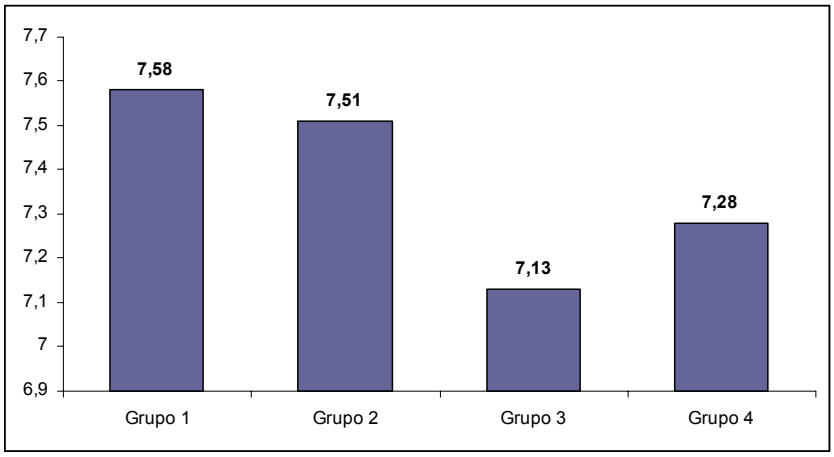
Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

Caracterizando así las muestras se puede plantear la posibilidad de que el tipo de financiación influya sobre otras variables relacionadas con la creación de empresas. Así, por ejemplo, se puede analizar la realización existente entre el tipo de financiación y la satisfacción del emprendedor, la inversión inicial y el nivel de empleo actual de la empresa.

5.8.2. Grupos financieros y grado de satisfacción del emprendedor

Se ha analizado la relación entre el tipo de estructura financiera y el grado de satisfacción del emprendedor, que estaría relacionado con el empleo creado, por otra parte. Los resultados obtenidos de la realización de este cruce entre ambas variables se muestran en el siguiente gráfico:

Grupos financieros y grado de satisfacción del emprendedor



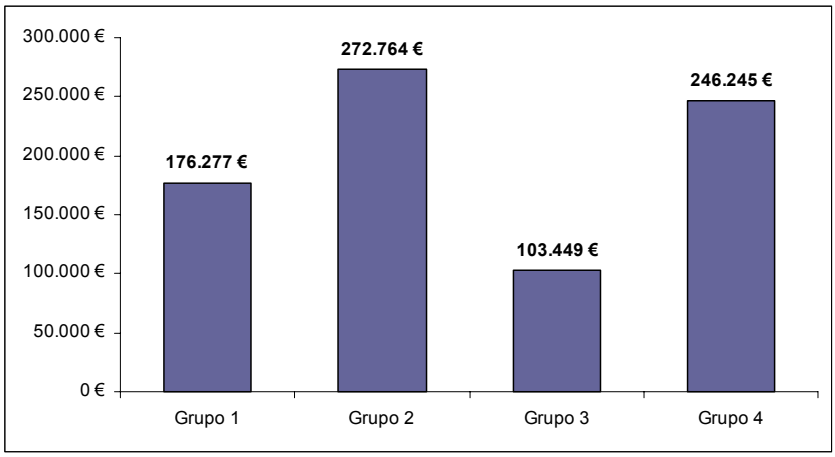
Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

Como se aprecia en el gráfico, el grupo que mayor nivel de satisfacción declara es el que usa diversas fuentes de financiación, es decir, mantiene una estructura financiera diversificada. Esto hace que el riesgo asumido por parte del emprendedor, de forma directa sea menor. En segundo lugar se sitúan aquellas empresas en las que no existe financiación por recursos propios y en último lugar se sitúan las empresas que se financian casi exclusivamente a través de préstamos bancarios. Las diferencias entre los grupos no marcan una significación estadística, por lo que no se puede concluir en la relación existente entre tipo de estructura financiera y satisfacción del emprendedor.

5.8.3. Grupos financieros e inversión inicial

Una idea emprendedora lleva asociados unos recursos específicos que determinan en gran medida el nivel de inversión inicial que debe llevarse a cabo. Una vez determinada la inversión necesaria se estudió la cuestión de la financiación de la inversión requerida. En este sentido se plateó la posibilidad de que existiera una relación entre la inversión inicial y la estructura financiera que presentan las empresa de la muestra, segmentada en los cuatro grupos de estructuras financiera que ya se han de finido. Los resultados de este cruce de variables se presentan en el grafico siguiente.

Estructura financiera e inversión inicial

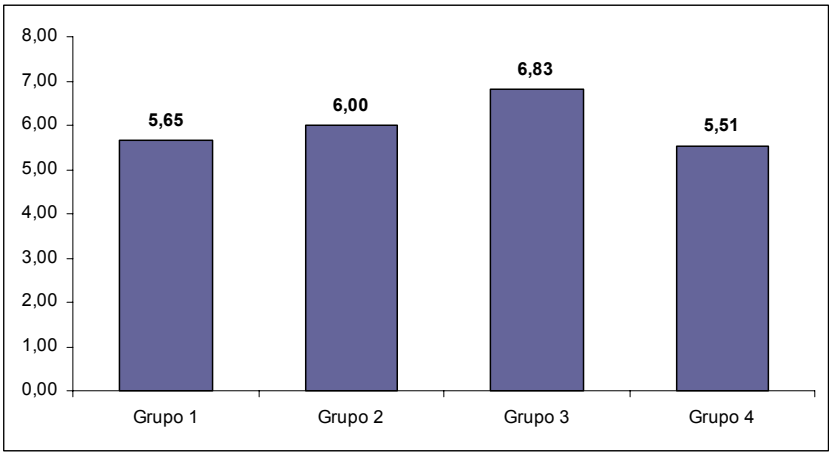


Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

5.8.4. Grupos financieros y creación de empleo

Con respecto a los grupos establecidos en función de la estructura de financiación, y la relación existente con el empleo, se ha realizado el cruce de ambas variables, para determinar si existe algún tipo de relación estadística.

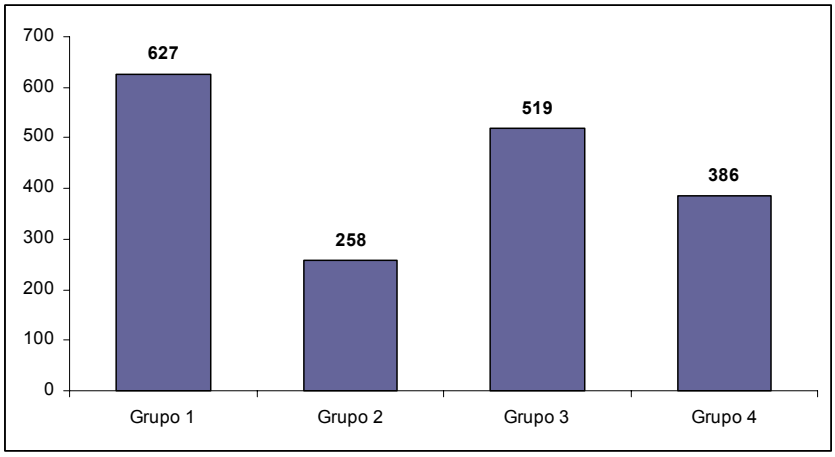
Estructura financiera y creación media de empleo



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

La relación entre la estructura financiera inicial de la empresa y la creación de empleo no presenta una relación claramente diferente. El rango de empleo medio creado en cada uno de los cuatro grupos es tan sólo de 1,32 empleos. Además, la mediana para los cuatro grupos es muy similar. Los tres primeros grupos presentan una mediana con un valor de 5 y sólo el grupo 4 (grupo que se financia mayoritariamente con recursos propios) presenta una mediana de 4. El grupo más eficiente en creación de empleo es el que se financia mayoritariamente con préstamos bancarios (grupo 3), si bien es además el que mayor desviación típica presenta. El segundo grupo más eficiente en la creación de empleo es el grupo 2 (financiación sin recursos propios). Los datos indican que no parece existir una relación estadísticamente significativa entre el tipo de estructura financiera y la creación media de empleo.

Estructura financiera y creación de empleo media total



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

Desde un punto de vista del empleo total creado por las empresas según la estructura financiera inicial, se aprecian grandes diferencias. El grupo 1 es el que más empleo crea de forma absoluta (número de empresas del grupo por el número medio de empleos creados por empresa). En total, el grupo 1 (uso de todas las fuentes posibles de financiación) crea un total de 627 empleos. El segundo grupo que más empleo crea es el que utiliza como fuente de financiación principal los préstamos bancarios, con un total de 519 empleos. Por último, el grupo 2 (no utilizan los recursos propios como fuente de financiación) crea tan sólo 258 empleos. El grupo 4 (usa principalmente los recursos propios como fuente de financiación) crea un empleo medio de 386 puestos de trabajo.

5.9. Grupos financieros

5.9.1. Clasificación de los grupos financieros

Un dicho castellano señala que Dios los cría y ellos se juntan. La gente se siente más cómoda con aquellos que son similares y tienden, de forma natural, a relacionarse entre ellos. Un largo número de artículos indican que las personas que forman el equipo humano inicial en la nueva empresa comparten muchas características comunes. Así por ejemplo, son muy parecidos en actitudes y valores, factores de carácter social,

como edad, género, ocupación o incluso la etnia. Comparten intereses comunes en casi todos los aspectos (Baron y Shane, 2005). Esto lleva a que los equipos fundacionales de las nuevas empresas consistan en personas que mantienen un bagaje similar, experiencias y formación prácticamente iguales (personas que comparten el mismo curriculum hablan el mismo idioma, pueden conversar más rápidamente y con mayor facilidad que personas que no comparten experiencias similares). Los ingenieros tienden a trabajar con otros ingenieros, incluso en los mismos campos de actividad. Los científicos tienden a trabajar con otros científicos, manteniendo formaciones similares, a ser posible, etc.

Aunque este hecho puede ser un buen punto de partida, ya que la comunicación entre los miembros del equipo de trabajo parece ser beneficiosa también puede suponer desventajas. La más importante es que tanto conocimiento y experiencia similar pueden colapsar la empresa. Imaginemos un grupo de ingenieros que desarrollan un nuevo producto. Desde el punto de vista técnico, el nuevo producto puede ser extraordinario pero, ¿tienen los conocimientos suficientes sobre marketing, aspectos legales, recursos humanos, etc.? ¿Poseen los conocimientos y habilidades necesarios para vender su producto? ¿y para recaudar los fondos económicos necesarios?

A la hora de reunir los recursos necesarios en las nuevas empresas, es preciso pensar también en el tipo de recursos humanos necesarios, en su calidad y su cantidad. Las nuevas empresas muestran serios problemas a la hora de reclutar personal. Al ser nuevas las empresas y desconocidas para los demás, no pueden ofrecer la seguridad de las empresas ya establecidas y conocidas. Por eso, lo más habitual es que los empresarios busquen los recursos humanos dentro de sus propias redes de relaciones sociales. Es decir, buscan los empleados a través de contactos personales directos o bien contactos personales indirectos, mediante las recomendaciones de otras personas que ellos conocen y en la que confían. En general este hecho puede ser beneficioso para los nuevos empresarios por varios motivos.

En primer lugar, contratar a gente conocida, como por ejemplo, miembros de su propia familia, o compañeros de trabajos anteriores, agiliza la adquisición de los recursos

humanos necesarios. En segundo lugar, es más fácil convencer a personas conocidas de forma directa o indirecta para que trabajen en una nueva empresa que no es conocida y por lo tanto no transmite una seguridad laboral adecuada.

El problema planteado inicialmente vuelve a aparecer. En muchos casos, los recursos humanos que integran la empresa mantienen una similitud grande en cuanto a valores y características culturales. Este hecho dificulta la integración en las nuevas empresas de segmentos del mercado laboral de difícil colocación, como pueden ser los discapacitados y los inmigrantes.

En este trabajo se plantea la cuestión acerca de la estructura de los empleados en las nuevas empresas. Se estudian cuestiones sobre si existen realmente tipos diferentes de estructuras de empleo y, en caso positivo, qué consecuencias generan en las nuevas empresas.

En primer lugar se ha planteado la existencia de estructuras de mano de obra diferentes. Para ello se ha realizado un análisis cluster jerárquico entre las empresas de la muestra. Este análisis se basa en distancias euclídeas. Como consecuencia del análisis realizado se han detectado 5 grupos en función a la distinta composición del empleo. Estos cinco grupos se diferencian por la composición de la fuerza laboral según la distribución porcentual de los siguientes elementos:

- Hombres.
- Mujeres.
- Inmigrantes.
- Mayores de 45 años.
- Menores de 30 años.
- Discapacitados.

Según los resultados obtenidos, las características principales de cada uno de los grupos es la siguiente:

- Grupo 1:

  Este grupo de empresas se caracteriza por tener una estructura laboral basada principalmente en hombres menores de 30 años y con una alta participación de mujeres, pero por debajo del 50%.

- Grupo 2:

  Las empresas de este grupo están formadas por hombres menores de 30 años y con una baja participación de mujeres e inmigrantes. Estos grupos son similares en su participación, al igual que el de los mayores de 45 años.

- Grupo 3:

  Este grupo se caracteriza por tener una estructura laboral en la que los hombres y las mujeres participan de forman similar, con escasa implicación de otros grupos y con diferentes edades.

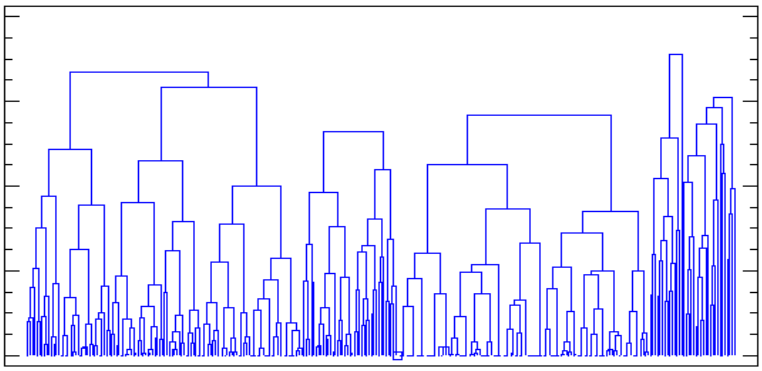
- Grupo 4:

  Las empresas de este grupo se caracterizan por una alta participación de las mujeres menores de 30 años. Tienen una pequeña proporción de hombres y de inmigrantes.

- Grupo 5:

  Este grupo se caracteriza por una alta participación de hombres menores de 30 años, por una la participación de personas mayores de 45 años importante, así como la de los inmigrantes. Por el contrario, las empresas de este grupo no tienen ningún discapacitado entre sus empleados.

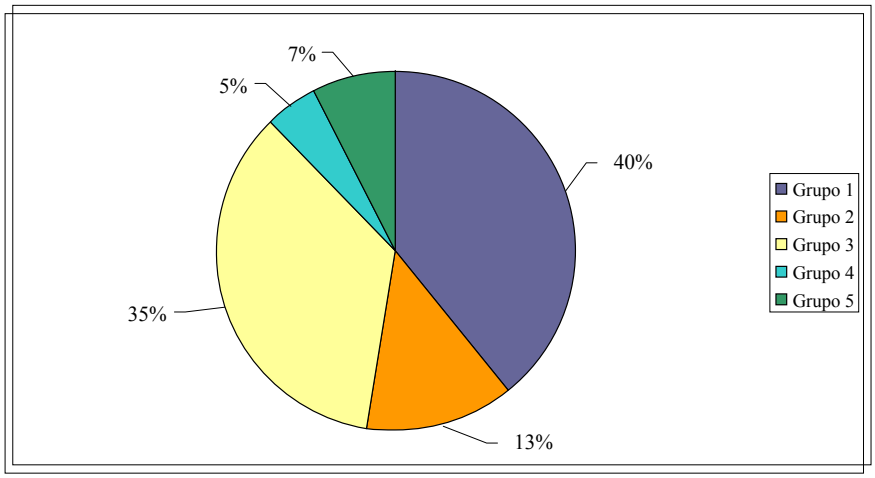
El resultado gráfico del análisis de *cluster* efectuado se muestra en el siguiente gráfico:



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

La mayor parte de las empresas se concentran en los grupos 1 y 3, que representan entre ambas las tres cuartas partes de las empresas de la muestra. El grupo 1, mayoritariamente hombres menores de 30 años con alta participación de mujeres, con un 40%, y el grupo 3, formado por empresas que tienen una composición similar de hombres y mujeres de edad cercana a los 40 años. Les siguen el grupo 3, con una estructura laboral de hombres menores de 30 años. Por último se encuentran dos grupos, el 4 y el 5, cuya participación es de un 12%. El grupo 5, hombres menores de 30 años, con alta participación de personas mayores de 45 años e inmigrantes, donde no aparece ningún discapacitado, con una participación del 7%. Por último, el grupo menos numeroso, el grupo 4, está formado por mujeres de 30 años. El gráfico siguiente muestra la distribución porcentual de los diferentes grupos de empleo de las empresas de la muestra:

Distribución de las empresas por estructura laboral

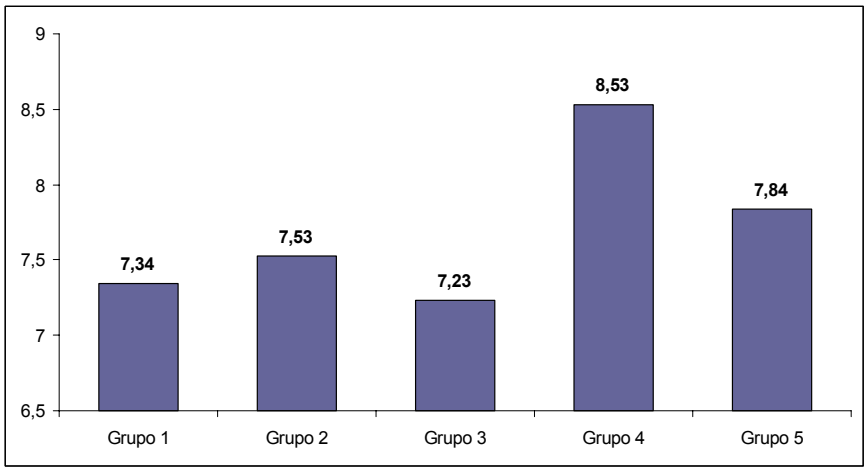


Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

5.9.2. Grupos laborales y grado de satisfacción del emprendedor

El grupo 4 (mayoritariamente mujeres) es el que presenta un mayor grado de satisfacción, si bien la participación de la mujer no es un factor decisivo en el grado de satisfacción de los emprendedores en función del grupo laboral al que pertenezca la empresa. Por el contrario, el grupo 3 (participación igualitaria entre hombres y mujeres) es el que presenta menor grado de satisfacción. El siguiente gráfico recoge los resultados de la relación entre el grado de satisfacción del emprendedor con la estructura laboral de la empresa.

Grupos de empleo y grado de satisfacción del emprendedor



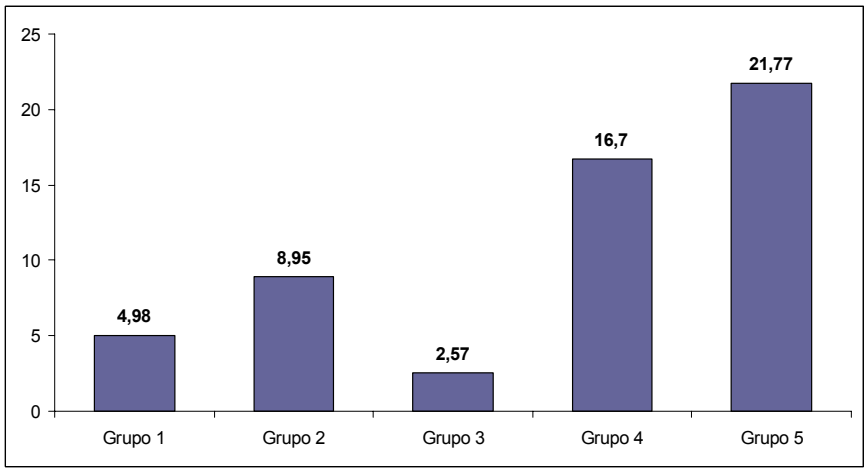
Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

La participación en la empresa de personas de más de 45 años tampoco parece tener una relación con el grado de satisfacción de la empresa. De igual manera la participación de trabajadores inmigrantes o discapacitados.

5.9.3. Grupos laborales y creación de empleo

En el análisis de los grupos laborales se estableció un análisis para determinar el grado de relación existente con la creación de empleo. El siguiente gráfico muestra el empleo medio de las empresas pertenecientes a cada uno de las cinco estructuras de empleo detectadas.

Grupos de empleo y empleo medio creado



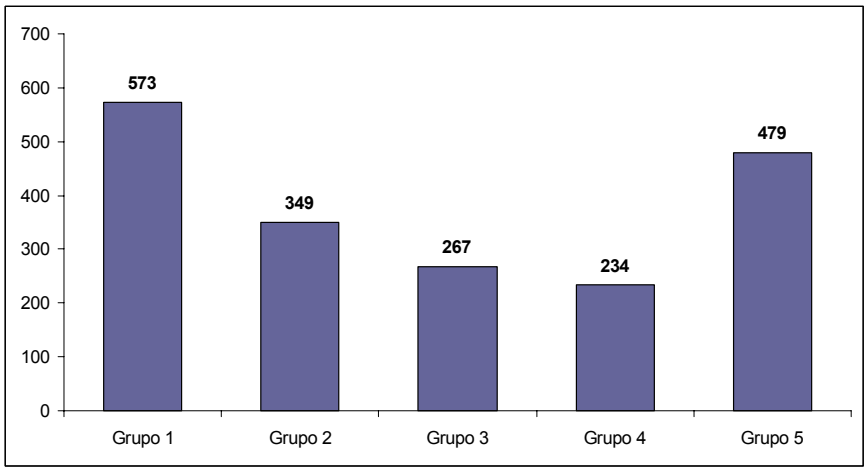
Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

Como puede observarse, el Grupo 5 (menores de 30 años con alta participación de mayores de 45 años e inmigrantes) es el más eficiente creando empleado, con una media por empresa de 21,77 empleos creados. En este grupo existían empresas con un número de empleados alto, en algún caso superior a los criterios de PYME de la Unión Europea. El segundo grupo más eficiente en creación de puestos de trabajo es el 4 (mujeres menores de 30 años), que tienen empresas de 16,7 empleados. El tercer grupo es el 2 (hombres menores de 30 años) con una media de casi 9 empleados por empresa.

Parece ser que las empresas que más puestos de trabajo crean por término medio son aquellas en las que la participación mayoritaria es de personas menores de 30 años, con independencia del género. Tal vez este hecho sea debido a la juventud media de la plantilla, que favorezca un ambiente de innovación.

En términos absolutos, la mayor creación de puestos de trabajo se sitúa por el contrario en el Grupo 1 (hombres menores de 30 años, con una alta participación de mujeres). El siguiente gráfico muestra la creación total media de empleo según las diferentes estructuras laborales detectadas.

Grupos de empleo y empleo medio total creado



Fuente: Elaboración propia. Encuesta EOI: emprendedores, financiación y empleo, 2005.

6. CONCLUSIONES

El fenómeno de la creación de empresas puede explicarse considerando la unión entre las iniciativas de determinadas personas y las oportunidades de negocio existentes en el entorno. Este proceso, importante en el tejido industrial español, ha comenzado a ser analizado en profundidad en los últimos años. Su conocimiento sistemático permitirá mejorarlo. El objetivo de este estudio es ampliar este conocimiento.

Los emprendedores que han participado en este estudio aportando sus datos en encuestas así como las empresas que han creado pueden ser considerados representativos del resto del país.

Las empresas representadas por sus creadores se caracterizan por tener generalmente pocos socios. De hecho, el número de socios suele ser 2 o menos en más del 80% de los casos.

El mayor número de empresas creadas en los últimos años se refieren a actividades orientadas a los clientes, como empresas de servicios, comercio y restauración y turismo. El número de empresas relativas a la transformación (industria, construcción, por ejemplo) es menor.

En general, las empresas se sitúan con mayor facilidad en núcleos de población y provincias dinámicas económica y socialmente, como por ejemplo, Madrid y Barcelona.

Por su parte, los emprendedores se caracterizan por un nivel de estudios relativamente bajo, lo que hace que la probabilidad de éxito de la iniciativa empresarial sea, a priori, menor. Aproximadamente, un tercio de la población emprendedora está en posesión de algún título universitario. En este sentido se deberían establecer medidas encaminadas a mejorar el nivel educativo de la sociedad en general. El perfil de los emprendedores españoles mejora, si bien sigue manteniendo rasgos más parecidos a los de los países en vías de desarrollo.

La mayor parte de los emprendedores carece de experiencia previa en la creación de empresas. Solo el 29% de los emprendedores encuestados poseen experiencia previa en la creación de empresas. Este dato reduce la probabilidad de éxito *a priori* de las iniciativas de creación de empresas. De igual forma, el emprendedor español no suele compaginar varios negocios al mismo tiempo, lo que impide el trasvase de conocimiento necesario para aumentar la probabilidad de éxito de una nueva empresa. Sólo de 17% de los emprendedores encuestados mantiene varios negocios simultáneamente. Aunque no tienen una experiencia propia en la creación de empresas, sí tienen relación familiar con otros emprendedores, lo que les permite adquirir conocimientos y habilidades para desarrollar con éxito el proceso de creación de empresas y su crecimiento futuro. En este sentido sería conveniente desarrollar políticas y programas encaminados a mejorar la preparación y la formación de los futuros emprendedores con el objeto de aumentar tanto la probabilidad de poder explotar una oportunidad de negocio como la de tener una mayor probabilidad de éxito con la iniciativa.

La motivación que impulsa a una persona a la creación de una empresa es debido fundamentalmente a explotar una oportunidad de negocio que han detectado (77,7% de los casos) si bien existe un 20,2% que lo hacen para resolver una situación de desempleo. Los datos, similares a los ofrecidos por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) para España en el año 2004, pueden ser debidos al incremento de la presencia de jóvenes licenciados en el ámbito de la actividad emprendedora por no poder cubrir sus expectativas profesionales en otros ámbitos o bien a la estabilización de la situación de parte de los inmigrantes o una mayor incorporación de la mujer a la creación empresarial.

Dada la situación de nuestra población, cada vez más envejecida, la incorporación de inmigrantes a nuestra economía y la falta de alternativas de trabajo para buena parte de los recién titulados universitarios, no sería de extrañar que esta situación se mantuviese, pues muchos jóvenes tendrán que contemplar el ámbito emprendedor como una vía profesional interesante para encauzar sus expectativas profesionales.

Sin embargo, la creación de empresas se produce en las empresas de la muestra como una respuesta a la visión de explotar una oportunidad de negocio (77,7%) frente al 20,1% que lo hace por resolver un problema de desempleo o empleo con muy baja estabilidad.

Uno de los aspectos más importantes derivados de la creación de empresas es la generación de empleo que supone esta actividad en cualquier país. Sin embargo, se ha podido constatar a través de diversos estudios que un mayor índice de actividad emprendedora no implica necesariamente un volumen mayor de creación de puestos de trabajo.

Las nuevas empresas que logran sobrevivir a los primeros años de vida, sí generan empleo. En las empresas de la muestra, el empleo creado en el primer año se puede doblar en cinco años. El tamaño medio de una empresa en el primer año de vida es de 3,50 empleos y al cabo de cinco años de casi 8.

Aproximadamente el 40% de los puestos de trabajo creados por las nuevas empresas son ocupados por personas que provenían de una situación de desempleo. Este valor se ha incrementado en las empresas que se han creado este año, llegando hasta una tasa del 50%.

Por sector de actividad, las empresas españolas crean más empleo en sectores más orientados a la transformación, como pueden ser la construcción, el transporte y la industria. Los sectores más orientados a los clientes, como son el comercio, la restauración y el turismo y los servicios son menos eficientes y crean menos empleo total. Por su parte la agricultura sigue con tasas tanto de empleo medio como de empleo total por debajo de los sectores de transformación y de orientación al cliente.

La incorporación de la mujer al mundo laboral sigue siendo una asignatura pendiente. Las empresas creadas en estos últimos años mantienen tasas de empleo femenino en torno al 30% de los puestos de trabajo totales. Las empresas creadas en el último año,

sin embargo han aumentado este ratio hasta casi el 60%. Será necesario esperar para comprobar si esta variación es de carácter estructural o meramente coyuntural.

La mujer supera al hombre en puestos de trabajo en el sector del comercio y ocupan las dos terceras partes del empleo creado por las nuevas empresas en los últimos años. Las tasas mayores de empleo femenino se obtienen en sectores más orientados a los clientes, como por ejemplo el comercio, los servicios y la restauración y el turismo, con tasas de empleo similares a la de los hombres. Los sectores más orientados a la transformación (construcción, transporte e industria) mantienen tasas de ocupación de las mujeres inferiores a la cuarta parte.

Con respecto a grupos con dificultad de empleo, ninguna de las empresas tiene una representación significativa de discapacitados en plantilla. La tasa más alta se observa en las empresas creadas en los años 2002, 2003 y 2004, sin sobrepasar el 3% de empleo. Los inmigrantes tienen cuotas de empleo en torno al 20%, aunque se ha producido una reducción de este colectivo en las empresas creadas en los últimos años. Los mayores de 45 años también han reducido su participación en las empresas creadas en estos últimos años. La creación de empresas genera empleo de forma mayoritaria para el colectivo de menores de 30 años.

La financiación de las nuevas empresas se realiza básicamente a través de los recursos propios de los emprendedores y de los préstamos bancarios, con una baja participación de inversores particulares. Las aportaciones de familiares y amigos así como el dinero procedente de subvenciones es importante pero no alcanzan ninguno de ellos el 10%.

El capital inicial de las nuevas empresas se destina principalmente a la financiación de la infraestructura necesaria para llevar a cabo las actividades de la empresa como por ejemplo la adquisición de locales, equipos y vehículos y nuevas tecnologías, lo que supone aproximadamente tres cuartas partes. La contratación de nuevo personal supone una quinta parte de las necesidades de financiación. Tan solo el 13% de las necesidades de financiación se destinan a la adquisición de nuevas tecnologías, lo que permite comprobar que el nivel tecnológico de las nuevas empresas no es muy alto.

La inversión inicial necesaria presenta una gran variabilidad entre las empresas encuestadas, con una inversión media por empresa en torno a los 200.000 euros. Sin embargo existen muchas empresas con muy bajas inversiones y muy pocas cuyas necesidades iniciales son muy altas, llegando incluso al millón de euros.

La inversión inicial depende en gran medida del año de inicio de las actividades, como respuesta a la situación económica y social del momento, y en particular a su estabilidad y confianza. El clima económico general, razonablemente estable, por el momento, permite que se mantengan relativamente bajos los tipos de interés, de forma que este hecho actúa como elemento favorecedor para la puesta en marcha de nuevos negocios y buenas ideas e iniciativas emprendedoras.

El tiempo esperado de recuperación de la inversión es relativamente corto. Más de dos tercios de los emprendedores encuestados espera una recuperación de la inversión en menos de tres años, si bien esperan recuperar sólo parte de la inversión realizada o como mucho lo que han invertido (44,2%). Las expectativas de recuperación de la cantidad invertida no son muy optimistas.

Con las inversiones realizadas y la puesta en marcha del nuevo negocio, las empresas obtienen unas ventas que dependen en gran medida del año de constitución de la empresa. Es curioso que los niveles de facturación de las empresas creadas durante el año 2003 y 2002 tienen ventas que duplican la media de las empresas creadas en otros años. Esto puede ser debido a la existencia en estos años de empresas que se alejan de los parámetros de definición de una Pyme, según la Unión Europea.

La actividad de creación de una nueva empresa depende en gran medida de las habilidades y capacidades del emprendedor, si bien es difícil que una sola persona domine todas las áreas funcionales que necesita para llevar a buen puerto su iniciativa. Es por ello que las Administraciones Públicas y otros organismos facilitan ayudas a los emprendedores. Ahora bien, tan sólo el 15% de los emprendedores de la muestra ha recibido asesoramiento por parte de alguna de las Administraciones Públicas que lo prestan.

De entre las Administraciones Públicas, las más cercanas a la realidad local del emprendedor son las que realmente llevan a cabo la actividad de ayuda al emprendedor. El 43% del asesoramiento recibido proviene de organismos de la Comunidad Autónoma donde se localiza el emprendedor. Un porcentaje similar pero algo inferior proviene de los propios municipios. Tan sólo el 17% del asesoramiento prestado procede de la administración estatal.

Del asesoramiento prestado por parte de las Administraciones Públicas, las áreas funcionales que mayor atención reciben son las de carácter horizontal, es decir, comunes para todas las empresas, como son, por ejemplo, los aspectos jurídico-legales, la contabilidad y las finanzas, aspectos todos ellos sometidos a gran normalización y estandarización. Los aspectos mas concretos y específicos, la parte "dura" del negocio, reciben poco asesoramiento y se refieren, por ejemplo, a las áreas de Investigación y Desarrollo, logística y producción, etc.

Este hecho pone de manifiesto dos aspectos importantes. En primer lugar la cercanía física y el conocimiento profundo del entorno cercano al emprendedor por parte de la Administración Pública son necesarias para prestar un buen servicio. En segundo lugar la posibilidad de poder ampliar y prestar servicios específicos y especializados en las áreas funcionales más internas de la nueva empresa, con el objeto de facilitar al emprendedor herramientas y conocimientos específicos que aumenten su capacidades para que su probabilidad de éxito sea mayor, en beneficio de toda la sociedad.

Sería necesario realizar un estudio más en profundidad para determinar, en base a estos datos, la necesidad de racionalizar las ayudas ofrecidas por las Administraciones Públicas, dedicando los esfuerzos de la Administración Central a generar un entorno común de estabilidad económica y social y dejando el asesoramiento especializado en manos de las Administraciones Públicas más cercanas a la realidad del emprendedor, sin duplicar esfuerzos innecesariamente.

En general, los emprendedores se encuentran satisfechos con los resultados obtenidos al desarrollar su idea de negocio. Más del 70% de los emprendedores se declaran satisfechos o muy satisfechos con la nueva empresa, con una media de 7,3 sobre 10.

Por sectores de actividad, las empresas de transformación son las que mayor nivel de satisfacción generan, mientras que los empresarios que actúan en sectores de actividad más enfocados a los clientes presentan un nivel de satisfacción algo menor.

La falta de experiencia previa en los negocios ofrece niveles de satisfacción algo mayores, así como si el emprendedor mantiene varios negocios de forma simultánea.

El grado de satisfacción aumenta también con el nivel educativo del emprendedor. Así a mayor nivel educativo, mayor el grado de satisfacción que declara. Este hecho, se relaciona también con el nivel de empleo creado con la nueva empresa. A mayor nivel de empleo creado, mayor es el nivel de satisfacción declarado por el emprendedor.

Del análisis de los datos obtenidos se han podido identificar 4 grupos diferentes en cuanto a la estructura financiera de la empresa creada, si bien la estructura financiera no tiene una relación directa con otras variables como puede ser la satisfacción del emprendedor o la creación de empleo.

De igual forma, se han identificado 5 grupos diferentes de estructura de personal de las nuevas empresas. En este caso, parece que existe una relación entre el número de empleos creados y la estructura laboral. Las empresas en las que predomina un personal joven son las que crean más números de puestos de trabajo.

Con todo esto, se pueden establecer algunas recomendaciones de carácter general para la mejora del proceso de creación de empresas y del espíritu emprendedor en España.

En primer lugar, la educación debe ir orientada a mejorar el espíritu emprendedor en el conjunto de la sociedad, mejorando también el nivel educativo de los propios

emprendedores a través de programas de formación específica desde las Administraciones Públicas.

Las entidades de apoyo a las iniciativas emprendedoras, tanto gubernamentales como de otros tipos, deben analizar cuidadosamente el estado de las condiciones del entorno a nivel regional y local, siendo más acertado el diseño de políticas públicas específicas y adaptadas a pequeños territorios que el diseño de políticas globales para todo el país. Así hay temas que se pueden mejorar a nivel, como son las condiciones de atención al emprendedor en materia de seguridad social y desempleo. Sin embargo, hay otros que resultarán más acertados si se atienden desde un conocimiento profundo del entorno cercano al emprendedor.

BIBLIOGRAFÍA

- Alicia Coduras, Rachida Justo, Ignacio de la Vega – Global Entrepreneurship Monitor – Instituto de Empresa School Business. Madrid, 2005.
- Aldrich, H. y Wiedenmayer, R. – From Traits to rates: an ecological perspective and organizational foundings – Advances in entrepreneurship, Firm Emergence and Growth – 1993.
- Aldrich, H. – Organizations Evolving – Sage, 1999.
- Amit et. al. – Why do venture capital firms foster the most promising entrepreneurial firms? – Californi Management Review – 1998.
- Audretsch, D. – New firm survival and the technological regime – Review of Economics and Statistics – 1991.
- Baron, R. y Shane, S – Entreprenuership: A Process Perspective – Thomsom – 2005.
- Bates, T. – Entrepreneur human capital inputs and small business longevity – The review of Economics and Statistics – 1990.
- Bates, T. – A comparison of franchise and independent small business survival rates – Small Business Economics – 1994.
- Blanchflower, D. y Oswald, A. – Latent entrepreneurship across nations – European Economic Review – 1998.
- Borjas, G. y Bronars – Consumer discrimination and self-employment – Journal of Political Economy – 1989.
- Bruderl, J. y Preisendorfer, P. – Network support and the success of newly founded business – Small Business Economics – 1998.
- Campbell, C. – A decision theory model for entrepreneurial acts – Entrepreneurship Theory and Practice – 1992.
- Carroll , G. y Hannan M. – The demography of corporations and industries – Princeton University Press – 2000.
- Clouse, V. – A controlled experiment relating entrepreneurial education to students "Start-up decisions" – Journal of Small Business Management – 1990.
- Cooper, A. y Bruno, A. – Success among higah technology firms – Business Horizons – 1978.
- Cooper, A., *et al.* – The role of incubator organizations in the founding of growth – oriented companies – Frontiers of Entrepreneurship Research – 1985.
- Dean et. al. – Differences in large and small firm responses to environmental context: strategic implications from a comparative analysis of business formations – Strategic Management Journal – 1998.
- Dean, T. y Meyer, G. – New venture formation in manufactoring industries: A conceptual and empirical análisis – Frontiers of Entrepreneurship Research – 1992.

- Deninson et. al. – Networks, founding conditions, and imprinting processes: Examining the process of organizational creation – Academy of Management Meetings – 1994.
- Dorfman, N. – Innovation and market structure: Lessons from the computer and semiconductor industries – Ballinger Publishing Company – 1987.
- Dosi, G. – Sources, procedures and microeconomic effects of innovaton – Journal of Economic Literature – 1988.
- Dunkelberg, W., et al. – New firm growth and performance - Frontiers of Entrepreneurship Research – 1987.
- Einsenhardt K. y Schoonhoven, K. – Failure of entrepreneurial firms: Ecological, upper echelons and strategics explanations in the US semiconductor industry – Stanford University – 1995.
- Garvin, D. – Spin-offs and the new firm formation process – California Management Review – 1983.
- Hansen, E. y Allen, K. – The creation corridor: environmental load and pre-organization information-processing ability – Entrpreneurship Theory and Practice – 1992.
- Harper, D. – Institutional conditions for entrepreneurship – New York University – 1997.
- Herbert, R. y Link, A. – The Entrepreneur: Mainstream Views and Radical Critiques – Praeger – 1988.
- Hubbard, R. The golden goose? Understanding and taxing the saving of entrepreneurs – Advances in Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth – 1998.
- Jovanovic, B. – Selection and the evolution of industry – Econometrica – 1982.
- Kent, C. et. al. – Managers and entrepreneurs: do lifetime experiences matter? – Frontiers of Entrepreneurship Research – Babson College – 1982.
- Klepper, S. y Sleeper, S. – Entry by spin-offs – Canegie Mellon University – 2001.
- Knight, F. – Risk, uncertainty and profit. Augustus Kelly – 1921.
- Long, J. – The income tax and self-employment – Natoinal Tax Journal – 1982.
- Lorrain, J. y Dussault, L. – Relation between psychological characteristics, administrative behaviors and success of founder entrepreneurs at the start-up stage – Frontiers of Entrepreneurship Research – 1988.
- Palacios, Miguel – Estudio de la estructura y de los factores claves de éxito de las competiciones de creación de empresas y diseño de un modelo para la Universidad Politécnica de Madrid. Tesis Doctoral. Madrid, 2005.
- Ranger-Moore, J. – If bigger is better, is older wiser? Organizational age and size in the New York life insurance industry – American Sociological Review – 1997.
- Reynolds, P. y Whithe, S. – The entrepreneurial process: Economic growth, men, women and minorities – Westport, CT, US: Quorum Books – 1997.

- Robert A. Baron y Scott A. Shane. - Enterpreneurship: A Process Perspective. - Thomsom South-Western, 2005.
- Roberts, E. – High stakes for high tech entrepreneurs: understanding venture capital decision making – Sloan Mnagement Review – 1991.
- Romanelli, E. y Schoonhoven, K. – The local origins of new firms – The Entrepreneurial Dynamic – Standford, University Press – 2001.
- Roure, J. y Maidique, M. – Linking pre-funding factors and high-technology success: an exploratory study – Journal of Business Venturing – 1986.
- Schoonhoven, K., Eisenhardt, K. y Lyman K. – Speeding products to market: Waiting time to first product introduction in new firms – Administrative Science Quarterly – 1990.
- Shane, S. y Khurama, R. – Career experiencies and firm foundings – Academy of Management Meetings – 2001.
- Shane, Scott – A General Theory of Entrepreneurship: The Individual – Opportunity Nexus – Edward Elgar Publishing, Inc. 2003.
- Storey, D. y Tether, B. – New technology-based firms in the European Union: an introduction – Research Policy – 1998.
- Taylor, M. – Earnings, independence or unemployment: why become self-employed? – Oxford Bulletin of Economics and Statistics – 1996.
- Venkataraman, S. – The distinctive domain of entrepreneurship research: An editor´s perspective – Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth – JAI Press – 1997.
- Von Mises, L. – Human Action: a treatise on economics – Yale University Press – 1949.
- Wyant, R. – The business failure record – Dun and Bradstreet – 1977.
- Zucker, et. al. – Intellectual human capital and the birth of US biotechnology enterprises – American Economic Review – 1998.
- Carta Europea de la Pequeña Empresa. Lisboa, 2000. Comisión de la Unión Europea.
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Dirección General de Política de la Pyme – Retrato de las Pyme, Mayo 2005. http://europa.eu.int