

LA NATURALEZA DEL PROCESO EMPRENDEDOR EN ESPAÑA EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL

Fundación **BBVA**

Julio O. de Castro
Rachida Justo
Alberto Maydeu Olivares (Eds.)



LA NATURALEZA DEL PROCESO EMPRENDEDOR EN ESPAÑA
EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL

La naturaleza del proceso emprendedor en España en el contexto internacional

Edición a cargo de:

Julio O. de Castro

Rachida Justo

Alberto Maydeu Olivares

Alicia Coduras Martínez

Cristina Cruz Serrano

Fundación **BBVA**

La decisión de la Fundación BBVA de publicar el presente libro no implica responsabilidad alguna sobre su contenido ni sobre la inclusión, dentro de esta obra, de documentos o información complementaria facilitada por los autores.

No se permite la reproducción total o parcial de esta publicación, incluido el diseño de la cubierta, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión por cualquier forma o medio, sea electrónico, mecánico, reprográfico, fotoquímico, óptico o de grabación sin permiso previo y por escrito del titular del *copyright*.

DATOS INTERNACIONALES DE CATALOGACIÓN

Coduras Martínez, Alicia

La naturaleza del proceso emprendedor en España en el contexto internacional / Alicia Coduras Martínez, Cristina Cruz Serrano ; edición a cargo de Julio O. de Castro, Rachida Justo y Alberto Maydeu Olivares. — Bilbao : Fundación BBVA, 2008.

262 p. ; 24 cm

ISBN: 978-84-96515-63-5

I. Espíritu de empresa 2. Análisis comparado 3. España
I. Cruz Serrano, Cristina II. De Castro, Julio O., ed.
III. Justo, Rachida, ed. IV. Maydeu Olivares, Alberto, ed.
V. Fundación BBVA, ed.

334 (460)

Primera edición, 2008

© los autores, 2008

© Fundación BBVA, 2008

Plaza de San Nicolás, 4. 48005 Bilbao

IMAGEN DE CUBIERTA: © Ilias SELFATI, 2008

Talismán I, 1997

Aguafuerte y aguatinta, 500 x 500 mm

Colección de Arte Gráfico Contemporáneo

Fundación BBVA – Calcografía Nacional

ISBN: 978-84-96515-63-5

DEPÓSITO LEGAL: M-23585-2008

EDICIÓN Y PRODUCCIÓN: Grupo Ibersaf

Impreso por Ibersaf Industrial, S.A.

Impreso en España - *Printed in Spain*

Los libros editados por la Fundación BBVA están elaborados con papel 100% reciclado, fabricado a partir de fibras celulósicas recuperadas (papel usado) y no de celulosa virgen, cumpliendo los estándares medioambientales exigidos por la actual legislación.

El proceso de producción de este papel se ha realizado conforme a las regulaciones y leyes medioambientales europeas y ha merecido los distintivos Nordic Swan y Ángel Azul.

Í N D I C E

| | |
|---|----|
| Introducción. Sobre un análisis sistemático del proceso de creación de empresas en España <i>Julio O. de Castro</i> | 13 |
| 1. Evolución de la investigación en creación de empresas: estado de la cuestión, literatura en el área y contribución de nuestro estudio <i>Julio O. de Castro</i> | 17 |
| 1.1. La literatura sobre creación de empresas y el fenómeno emprendedor: evolución de su análisis e investigación..... | 19 |
| 1.1.1. Evolución de la investigación en creación de empresas..... | 20 |
| 1.2. Contribución del Proyecto GEM a la investigación sobre creación de empresas..... | 27 |
| 1.3. Algunos comentarios acerca de la investigación sobre la actividad emprendedora en España..... | 31 |
| 1.4. Contribución del proyecto a la literatura sobre creación de empresas y el fenómeno emprendedor..... | 33 |
| Bibliografía..... | 36 |
| 2. Indicadores de la actividad emprendedora: algunas contribuciones metodológicas <i>Alberto Maydeu Olivares, Julio O. de Castro y Rachida Justo</i> | 39 |
| 2.1. La medición de la actividad emprendedora..... | 41 |
| 2.2. Medición de la actividad emprendedora en el Proyecto GEM..... | 44 |
| 2.3. Fundamentos teóricos..... | 45 |
| 2.4. Midiendo la propensión emprendedora de un país..... | 46 |
| 2.4.1. El papel de la red social del emprendedor..... | 48 |

| | |
|---|-----|
| 2.4.2. La relación entre propensión emprendedora y redes sociales..... | 51 |
| 2.5. Aplicación al caso español..... | 53 |
| 2.5.1. <i>Proxies</i> de las variables latentes | 59 |
| 2.6. Aplicación al resto de países de la Unión Europea..... | 61 |
| 2.7. Discusión..... | 67 |
| Bibliografía..... | 69 |
| | |
| 3. Relaciones entre desarrollo económico e índices de actividad emprendedora en los países de la Unión Europea | |
| <i>Alberto Maydeu Olivares, Rachida Justo y Julio O. de Castro</i> | 75 |
| 3.1. Actividad emprendedora y desarrollo económico: claroscuros de una relación ambigua..... | 76 |
| 3.1.1. Análisis de la literatura sobre actividad emprendedora y crecimiento económico | 80 |
| 3.1.1.1. Una relación positiva..... | 80 |
| 3.1.1.2. Una relación negativa | 83 |
| 3.1.1.3. Una relación que varía en función del nivel de desarrollo..... | 84 |
| 3.1.2. La regulación de la actividad emprendedora y del crecimiento: implicaciones de política económica en la Unión Europea..... | 86 |
| 3.2. Un análisis empírico de la relación PIB y actividad emprendedora en la Unión Europea..... | 87 |
| 3.2.1. Evolución del PIB per cápita e índices de actividad emprendedora en el período 2001-2004 | 89 |
| 3.2.2. Relación entre el PIB per cápita y los índices de actividad emprendedora en el período 2001-2004 ... | 92 |
| 3.3. Conclusiones..... | 97 |
| Bibliografía..... | 99 |
| | |
| 4. La evolución de la actividad emprendedora entre los años 2000 y 2005: en general y en España | |
| <i>Alicia Coduras Martínez</i> | |
| 4.1. Principales conclusiones en el ámbito internacional acerca de la actividad emprendedora entre los años 1999 y 2005 | 103 |
| 4.2. Evolución de la actividad emprendedora en España entre el año 2000 y el año 2005..... | 113 |

| | |
|---|-----|
| 4.3. Características del emprendedor español: evolución de su perfil entre el año 2000 y el 2005 | 117 |
| 4.4. Tipo de iniciativas puestas en marcha por el emprendedor español..... | 121 |
| 4.5. Evolución de los indicadores de financiación de la actividad emprendedora en España | 126 |
| 4.6. Conclusiones..... | 129 |
| Bibliografía..... | 131 |
| | |
| 5. La motivación para emprender en España y los condicionantes externos que le afectan | |
| <i>Alicia Coduras Martínez</i> | |
| 5.1. Acerca de la motivación para emprender | 133 |
| 5.2. Evolución de las condiciones de entorno para emprender en España en el período 2000-2005..... | 135 |
| 5.3. Potencial emprendedor en la población..... | 143 |
| 5.4. Motivación efectiva que subyace en las iniciativas emprendedoras españolas | 149 |
| 5.5. Conclusiones y recomendaciones..... | 154 |
| Bibliografía..... | 156 |
| | |
| 6. Fuentes de financiación y actividad emprendedora: España en el contexto internacional | |
| <i>Cristina Cruz Serrano</i> | |
| 6.1. Introducción..... | 157 |
| 6.2. El Proyecto GEM y su contribución al estudio de las fuentes de financiación de la actividad emprendedora | 160 |
| 6.3. La financiación de nuevas empresas desde la perspectiva del emprendedor | 162 |
| 6.3.1. La autofinanciación: fondos de capital semilla aportados por el propio emprendedor | 164 |
| 6.3.2. Fuentes de financiación externas utilizadas por el emprendedor..... | 166 |
| 6.4. La financiación de nuevas empresas desde la perspectiva del inversor informal..... | 169 |
| 6.5. El papel del capital riesgo formal en el apoyo al proceso emprendedor..... | 179 |
| 6.6. Conclusiones..... | 184 |
| Bibliografía..... | 188 |

7. La mujer emprendedora

Rachida Justo

| | |
|---|-----|
| 7.1. La actividad emprendedora femenina en España desde una perspectiva internacional..... | 191 |
| 7.2. El apoyo institucional a la mujer emprendedora | 194 |
| 7.3. El género y los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora | 197 |
| 7.3.1. El temor al fracaso..... | 197 |
| 7.3.2. Habilidades y conocimientos para la creación de empresas..... | 198 |
| 7.3.3. Conocer a un emprendedor..... | 199 |
| 7.3.4. Percepción de oportunidades para la creación de empresas..... | 200 |
| 7.4. Conclusiones..... | 201 |
| Bibliografía..... | 202 |

8. Los determinantes del fracaso empresarial

Rachida Justo

| | |
|---|-----|
| 8.1. Introducción..... | 203 |
| 8.2. Definición del ámbito del fracaso empresarial..... | 204 |
| 8.2.1. Conceptos y definiciones | 204 |
| 8.2.1.1. El fracaso como discontinuidad del negocio por cualquier razón..... | 205 |
| 8.2.1.2. El fracaso como bancarrota/pérdidas para los acreedores..... | 206 |
| 8.2.1.3. El fracaso como cierre para prevenir futuras pérdidas..... | 206 |
| 8.2.1.4. El fracaso como incapacidad de sacar el negocio adelante..... | 206 |
| 8.2.2. El alcance del fracaso empresarial..... | 207 |
| 8.2.3. Conclusión..... | 208 |
| 8.3. Causas del fracaso empresarial: desarrollos actuales y futuros desafíos..... | 209 |
| 8.3.1. Las características individuales..... | 210 |
| 8.3.1.1. Los factores demográficos (edad y raza)..... | 210 |
| 8.3.1.2. Atributos del capital humano: educación y experiencia profesional | 213 |
| 8.3.2. Las características organizacionales..... | 215 |

| | | |
|----------|--|-----|
| 8.3.2.1. | Estrategias empresariales..... | 215 |
| 8.3.2.2. | Problemas de gestión..... | 215 |
| 8.3.2.3. | Edad y tamaño de la empresa..... | 216 |
| 8.3.2.4. | Recursos de la empresa y capital financiero... | 217 |
| 8.3.2.5. | Crecimiento de la empresa..... | 218 |
| 8.3.3. | Las condiciones del entorno externo..... | 219 |
| 8.3.3.1. | El sector..... | 219 |
| 8.3.3.2. | Las condiciones de mercado y los cambios macroeconómicos..... | 220 |
| 8.4. | Limitaciones de la investigación previa sobre los factores del fracaso..... | 220 |
| 8.4.1. | Conclusión..... | 221 |
| 8.5. | La dimensión del cierre de negocios en España: un estudio exploratorio en base a los datos del GEM..... | 221 |
| 8.5.1. | El cierre de empresas: España analizada desde una perspectiva internacional..... | 222 |
| 8.5.2. | Cierre de empresas en España: principales motivos y características de los emprendedores..... | 224 |
| 8.5.2.1. | Principales motivos de cierre..... | 224 |
| 8.5.2.2. | Características demográficas y psicológicas de los emprendedores..... | 225 |
| 8.5.3. | Conclusiones..... | 229 |
| | Bibliografía..... | 230 |

9. Conclusiones sobre la naturaleza del proceso emprendedor en el ámbito internacional y en España

Julio O. de Castro

| | | |
|--------|--|-----|
| 9.1. | Una visión general: el proceso de creación de empresas en países desarrollados comparado con el de países en vías de desarrollo.. | 235 |
| 9.1.1. | La relación entre creación de empresas y crecimiento económico: evidencia del estudio y el rol del entorno social del emprendedor..... | 237 |
| 9.1.2. | La medición de la creación de empresas: el rol del entorno social del emprendedor..... | 239 |
| 9.2. | Una visión particular: elementos generales del proceso de creación de empresas en España..... | 242 |
| 9.2.1. | Sobre la financiación del proceso de creación de empresas en España..... | 245 |

| | |
|---|-----|
| 9.2.2. Sobre mujeres emprendedoras en España..... | 247 |
| 9.2.3. El fracaso empresarial en España | 248 |
| | |
| Bibliografía | 250 |
| Índice de cuadros | 251 |
| Índice de esquemas, figuras y gráficos..... | 253 |
| Índice alfabético | 257 |
| Nota sobre los autores | 261 |

Introducción. Sobre un análisis sistemático del proceso de creación de empresas en España

Julio O. de Castro

Instituto de Empresa Business School

ENTENDER las características y la naturaleza del fenómeno emprendedor y sus implicaciones para los individuos, la sociedad y el crecimiento económico, se ha constituido en uno de los puntales fundamentales de la investigación sobre creación de empresas. La teoría nos habla de las características y los modelos aplicables al proceso emprendedor pero también de sus particularidades en cada país. Este proyecto busca conjugar ambas vertientes mediante el análisis del proceso de creación de empresas en España, basado en un modelo que permite hacer comparaciones sistemáticas con el resto de Europa y una selección de países de Latinoamérica.

Esto es posible gracias al Proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor), que se ha constituido en la experiencia de investigación más importante a escala mundial del proceso de creación de empresas y de la relación de dicho proceso con el crecimiento económico. Creado por la London Business School (Reino Unido) y Babson College (Estados Unidos), el GEM es un ambicioso proyecto de investigación que busca proporcionar a los investigadores del área y a las entidades gubernamentales involucradas un instrumento que les permita tanto comparar sistemáticamente las características del proceso de creación de empresas en diferentes países, como diseñar estrategias alternativas ante la saturación de los mercados laborales, impulsando, de paso, la innovación, la productividad y la competitividad. En los estudios e investigaciones del GEM se emplea un mismo instrumento para examinar las características de creación de empresas de los países analizados, lo

que permite hacer una comparación sistemática para determinar en qué variables hay diferencias entre países.

La edición piloto del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) se realizó en 1999 con la intervención de Reino Unido, Estados Unidos, Italia, Francia, Dinamarca, Alemania, Japón, Canadá, Finlandia e Israel. Desde esta primera iniciativa el Proyecto GEM, concebido como un consorcio de investigación sin ánimo de lucro, no ha dejado de crecer en cuanto a participación de países y oferta de productos. Por consiguiente, es un foro compuesto por un número indeterminado de países participantes (en torno a cuarenta en la última edición), aunque se puede afirmar que todos los años participan de manera estable una media de entre 35 y 40 países.

El Proyecto GEM es entonces una base fundamental para entender las características del fenómeno emprendedor de un país y su relación con el crecimiento económico. Otro objetivo fundamental de este estudio a escala nacional es comparar las características del fenómeno en España con el de otros países. Específicamente, en este estudio buscamos determinar las características tanto del emprendedor como del entorno de creación de empresas en España, así como aplicar una base teórica y una metodología rigurosa al diseño del GEM que permitan incrementar la contribución del proyecto al conocimiento sobre el proceso emprendedor en general y, además, aplicar esa teoría y métodos en la comprensión de las características del proceso de creación de empresas en España.

En particular, nuestro proyecto amplía tanto teórica como metodológicamente los objetivos del GEM, y cada uno de los investigadores participantes busca profundizar en los resultados anteriores del GEM y avanzar en el análisis de las características del proceso emprendedor en España. En el primer capítulo del libro, Julio de Castro examina la literatura en el área de emprendedores y posiciona dentro de dicha área la contribución del estudio compendiado en esta obra.

En el segundo capítulo, Rachida Justo, Alberto Maydeu y Julio de Castro se concentran en los aspectos metodológicos y teóricos de la medición de la creación de empresas. En particular, establecen un modelo teórico sobre el proceso de creación de empresas en España, proveen un análisis empírico de dicho modelo, y lo compa-

ran con otros métodos de medición de la actividad emprendedora. La evaluación de esta comparativa indica que su índice mejora los avances introducidos por el TEA (*Total Entrepreneurial Activity*, el índice tradicionalmente utilizado en el GEM) en la medición de la creación de empresas, al incluir la influencia directa del entorno del emprendedor en la medida de creación de empresas. El capítulo continúa con un análisis de la situación en España frente a otros países. Se compara la realidad española en el área de creación de empresas y emprendedores nacientes con la del resto de la Unión Europea y se desarrolla un modelo del proceso emprendedor, comparando el modelo español con el modelo basado en la información sobre la Unión Europea.

A continuación Rachida Justo, Alberto Maydeu y Julio de Castro analizan la relación entre creación de empresas y crecimiento económico en los países de la Unión Europea, que es uno de los temas fundamentales y que más controversias provoca en cuanto al análisis de la creación de empresas. Al igual que el capítulo anterior, sus resultados destacan la importancia del entorno social del emprendedor para entender la relación, medida por PIB, entre creación de empresas y desarrollo económico de los países.

Los siguientes capítulos examinan elementos específicos de la naturaleza del proceso de creación de empresas en España: Cristina Cruz examina el sistema de financiación de nuevas empresas en España, cuyos resultados ponen de manifiesto muchos claroscuros en el financiamiento de la creación de empresas, y propone nuevos modelos para su mejora. Alicia Coduras presenta una visión retrospectiva de los cinco años del Proyecto GEM, examina sus resultados a través del tiempo y traza pautas para el futuro del proyecto. Finalmente, Rachida Justo examina las características de la mujer emprendedora en España y las razones y características de las empresas que cierran.

Este análisis del proceso español de creación de empresas permite una visión global sobre la literatura y la investigación del fenómeno de creación de empresas a escala nacional, de la cual es posible extraer una herramienta de medición más robusta que las usadas hasta ahora en el Proyecto GEM. Esta herramienta, que incluye la medición del efecto del entorno sobre la creación de empresas, es aplicable a otros países, permite un análisis más

sólido y sustancial de la relación entre la creación de empresas y el desarrollo económico en España, y proporciona un análisis de las características de la financiación de nuevas empresas y del rol de la mujer en la creación de nuevas empresas en España.

Este estudio presenta un análisis de 360 grados y de gran profundidad de la problemática de creación de empresas en España, sobre el que en un futuro se podrá ahondar más, con el fin de examinar con más detalle las características del proceso. En fin, creemos que con esta obra proporcionamos un buen inicio en la senda del análisis riguroso y sistemático de las características del proceso de creación de empresas en España.

1. Evolución de la investigación en creación de empresas: estado de la cuestión, literatura en el área y contribución de nuestro estudio

Julio O. de Castro

Instituto de Empresa Business School

EL objetivo de este capítulo es sentar las bases del estudio sobre creación de empresas y, al mismo tiempo, situar el proyecto dentro de la investigación tanto en el marco global como en el español. La estructura del capítulo es la siguiente: empezaremos con un análisis de la literatura sobre creación de empresas y su evolución y cambios a lo largo del tiempo. Dentro de este apartado, se prestará especial atención a cómo ha cambiado el enfoque del estudio de los emprendedores, desde el análisis del emprendedor como individuo, es decir, de sus características psicosociales, pasando por el estudio del proceso de creación de empresas, hasta llegar al análisis de las características individuales y sociales como impulsoras del proceso de creación de empresas, y a la naturaleza de los emprendedores nacientes. Las características de este proceso han sido el centro de la investigación sobre creación de empresas en los últimos años (Shane y Venkataraman 2000), período en el cual se ha puesto mayor énfasis en la definición de un paradigma de análisis del proceso de creación de empresas y en el estudio del fenómeno emprendedor y del emprendedor en sí mismo.

El capítulo continúa con el posicionamiento de nuestro estudio dentro de las investigaciones sobre el fenómeno emprendedor, que se hará mediante un análisis de la contribución del Proyecto GEM al estudio de los emprendedores a escala global y de España. El Proyecto GEM se ha convertido en un puntal de la investigación internacional sobre creación de empresas, ya que, por un lado,

permite el análisis de las características del emprendedor y de las condiciones sociales y económicas que empujan el proceso de creación de empresas y, por otro, ofrece una base teórica sólida y un método de investigación que permite el estudio robusto de la problemática del emprendedor y el proceso de creación de empresas. A su vez, el Proyecto GEM permite la comparación de las características de los emprendedores y del proceso de creación de empresas en diferentes países, e incluso, en diferentes regiones dentro de países, lo que permite comparar las diferencias regionales y nacionales. Aunque la iniciativa GEM es un referente clave para el estudio de los emprendedores, a lo largo de varios capítulos de este libro se proponen también diversas alternativas para la investigación dentro del GEM y, más específicamente, en el siguiente capítulo recomendamos un nuevo proceso que mejoraría la herramienta de medición de creación de empresas utilizada hasta ahora, el TEA (*Total Entrepreneurial Activity*).

Tras ofrecer esta perspectiva de la investigación realizada sobre emprendedores, se realiza un análisis de la literatura sobre creación de empresas dentro del contexto español. Vale la pena adelantarse que, hasta la fecha, la investigación sobre emprendedores y creación de empresas ha adolecido de tener una base teórica débil y análisis estadísticos poco rigurosos y casi restringidos al estudio descriptivo. De hecho, una de las principales contribuciones de este proyecto es dotar al análisis del proceso de creación de empresas en España de una base teórica sólida y métodos de investigación rigurosos y contrastados.

Finalmente, el capítulo se cierra con un avance de las contribuciones de este libro al análisis del fenómeno de la creación de empresas en España. Esta contribución se divide en seis puntos: un análisis de la base teórica sobre los emprendedores y el proceso de creación de empresas, el estudio de los nuevos emprendedores y el proceso que los empuja a crear empresas, los avances en la creación de técnicas de medición para los emprendedores nacientes y el análisis de la relación entre creación de empresas y desarrollo económico, dentro del contexto español y, finalmente, el análisis detallado y riguroso del proceso emprendedor en España. Este proyecto da el primer paso para un estudio de largo plazo sobre el proceso emprendedor en España, basado en mode-

los teóricos y empíricos rigurosos, lo que lo diferencia de estudios anteriores, basados en el análisis descriptivo y la base anecdótica para examinar el fenómeno emprendedor.

1.1. La literatura sobre creación de empresas y el fenómeno emprendedor: evolución de su análisis e investigación

Para examinar la literatura sobre creación de empresas, nos centraremos en los artículos más destacados en el área y que han sido considerados como importantes puntos de inflexión en el tema que nos ocupa. Partimos del análisis de las características del emprendedor y de la investigación de las características psicológicas de los emprendedores (Hornaday y Aboud 1971; Brockhaus 1980); continuamos con un estudio sobre las características y propiedades de las organizaciones emergentes y el proceso de creación de empresas (Katz y Gartner 1988; Gartner 1985), investigación clave que cambia la perspectiva de la investigación en el área, ya que pasa de estudiar al emprendedor, a centrarse en el proceso emprendedor; seguimos con la discusión sobre el concepto de la orientación emprendedora y su contribución al estudio del proceso emprendedor (Lumpkin y Dess 1996), y terminamos la sección examinando una serie de artículos que analizan el estado del arte sobre los emprendedores, sus ventajas y desventajas (Bygrave y Hofer 1991; Hofer y Bygrave 1992; Low y MacMillan 1998; Aldrich y Martínez 2001; Ucbasaran, Westhead y Wright, 2001; Low 2001), los diferentes tipos de emprendedores (MacMillan, Block y Subba Narasimha 1986) y, finalmente, proponen un nuevo paradigma para entender el proceso de creación de empresas (Shane y Venkataraman 2000).

El siguiente paso es examinar la literatura y contribuciones sobre nuevos emprendedores basados en el Proyecto GEM y, en particular, la contribución de dicho proyecto al estudio sobre creación de empresas, poniendo especial énfasis en la comparación del GEM con investigaciones anteriores en el área, para, finalmente, examinar la relación entre la creación de empresas y el desarrollo económico de los países.

1.1.1. Evolución de la investigación en creación de empresas

En sus orígenes, la investigación sobre el fenómeno emprendedor se centró en el estudio de observaciones anecdóticas del comportamiento emprendedor, sin disponer de una base teórica. En su revisión de la literatura sobre emprendedores, Timmons (1982) ya se quejaba de que la investigación sobre este fenómeno adolecía de una gran falta de homogeneidad en cuanto a contenido, asunciones y énfasis, y que los artículos analizados carecían de una base teórica robusta para explicar el comportamiento de los creadores de nuevas empresas.

Las primeras investigaciones con cierto rigor teórico en el área de creación de empresas se centraron en determinar las características de los emprendedores y, más en particular, qué características psicológicas diferenciaban a emprendedores de no emprendedores. El razonamiento detrás de esta línea de investigación era que los emprendedores eran diferentes a los no emprendedores en sus perfiles psicológicos y que se podría determinar cuáles eran esas características, lo que permitiría apoyar a los posibles nuevos emprendedores.

En el primero de los dos estudios clásicos a analizar aquí, Hornaday y Aboud (1971) estudiaron las características psicológicas de emprendedores exitosos con el fin de poder diseñar políticas de asistencia a los futuros emprendedores. Los resultados de esta investigación señalaron que los emprendedores de éxito estaban por encima del promedio en cuanto a su nivel de ambición, su necesidad de independencia, su competitividad, su capacidad de resistencia, su capacidad de innovación y su salud física. Uno de los principales problemas de este estudio era el diseño, ya que se centraba en el análisis exclusivo de emprendedores exitosos, y trasladaba esas características a todos los emprendedores. El segundo de estos clásicos, «Differentiating Entrepreneurs from Small Business Owners: A Conceptualization» de Carland, hoy, Boulton y Carland (1984), publicado en *The Academy of Management Review*, propone un modelo para diferenciar entre emprendedores y no emprendedores que, aunque sigue estando basado en un modelo de características psicológicas del emprendedor, ya introduce una de las primeras aproximaciones teóricas serias para entender el proceso de creación de empresas.

Estos estudios e investigaciones fueron duramente criticados porque anteponian las características psicológicas del emprendedor al análisis del proceso de creación y centraban el estudio del proceso emprendedor únicamente en los emprendedores exitosos. Brockhaus (1980), en un estudio de especial importancia para el área de creación de empresas, criticó la selección de emprendedores exitosos para determinar las características psicológicas de los emprendedores y descubrió que la asunción de riesgo, que en estudios anteriores (Mancuso 1975) había sido considerada como una característica importante de los emprendedores, no era diferente en una muestra de emprendedores y no emprendedores. El estudio de Brockhaus se convirtió en un punto de inflexión en el análisis del proceso emprendedor y comenzó un proceso de descrédito de la investigación basada en las características psicológicas de los emprendedores.

Aunque durante muchos años la investigación sobre las características psicológicas del emprendedor se puso en entredicho, otras investigaciones han retomado el tema, en particular el análisis de cómo los emprendedores procesan la información (son destacables por ejemplo, Baron, *Cognitive Mechanisms in Entrepreneurship: Why and When Entrepreneurs Think Differently Than Other People*; y Brigham de Castro y Shepherd, *Mismatch Between Entrepreneurs and Their Firms: The Role of Cognitive Fit/Misfit*, que, si bien consideran las características psicológicas, también toman en cuenta las del entorno y sus efectos en el proceso emprendedor); el análisis de la orientación emprendedora (Lumpkin y Dess 1996) y el estudio sobre cómo los emprendedores reconocen las oportunidades. Un ejemplo paradigmático de este tipo de investigación es «Opportunity Recognition: Perceptions and Behaviors of Entrepreneurs», de Hills, Lumpkin y Singh (1997), publicado en *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Posteriormente, dentro de este capítulo, retomaremos la discusión sobre esta nueva forma de examinar la psicología del emprendedor.

El rechazo al análisis del emprendedor exclusivamente desde el prisma de las características psicológicas, empujó a los investigadores hacia una nueva visión del proceso de creación de empresas que incluye el análisis de las características del emprendedor pero también de las de su entorno. Dentro de este nuevo

paradigma, el entorno y sus efectos sobre el proceso de creación de empresas era tanto o más importante que las características del emprendedor. Esta nueva línea de investigación ya no consideraba las características psicológicas del emprendedor como variable fundamental del comportamiento emprendedor, sino como una más de las variables a incluir en el modelo.

El trabajo fundamental en esta nueva dirección es el realizado por Gartner (1985), «A Conceptual Framework for Understanding the Concept of New Venture Creation», publicado en *The Academy of Management Journal*. Este artículo contribuye al estudio del fenómeno emprendedor, al poner énfasis en el proceso de creación de empresas en lugar de ponerlo sobre el emprendedor. Dentro de esta nueva línea de investigación se plantea que, para entender la creación de empresas, es necesario entender el problema en su contexto (qué empuja a la creación de empresas), y que el emprendedor (individuo) es sólo un elemento más dentro del mismo. En su modelo de creación de empresas, Gartner plantea cuatro esferas del proceso: el individuo, el entorno, la organización (referido a la organización emprendedora) y el proceso en sí mismo.

Al examinar al individuo dentro de este modelo, Gartner incluye también consideraciones sobre el capital humano dentro del contexto del proceso emprendedor. En este análisis se consideran no sólo las variables psicológicas de la literatura precedente (necesidad de control, ansias de éxito y propensión al riesgo), sino que se incorporan también variables relacionadas al capital humano del individuo (nivel de educación, edad, experiencia y satisfacción en empleos anteriores, y la presencia de padres emprendedores). En este modelo, el impulso para la creación de empresas desde el punto de vista del individuo depende no sólo de las variables psicológicas, sino también de la presencia del capital humano que permita o acelere la decisión de crear. En cuanto al proceso, Gartner se centra en seis áreas: la búsqueda de oportunidades, la acumulación de recursos, la compra de productos y servicios, el proceso de producción, la posibilidad de crear una organización que sostenga el proceso emprendedor y, por último, de responder a la sociedad y a los gobiernos.

En lo que se refiere al entorno, Gartner pone énfasis en aquellas características del contexto que impulsan y aceleran el proceso de creación de empresas, tales como la presencia de capital, emprendedores con experiencia, una fuerza de trabajo especializada, servicios de apoyo, respaldo por parte del gobierno y proximidad de universidades, por mencionar algunos. Finalmente, la investigación se centra en la forma en la que el emprendedor estructura su negocio: la estrategia a seguir, la forma de entrar en el mercado y la manera de enfrentarse a la competencia. Gartner argumenta que una de las principales contribuciones de este modelo es que nos permite examinar diferentes tipos de emprendedores.

Hasta la publicación de este estudio, el emprendedor había sido tratado como un ente homogéneo con una serie de características psicológicas, lo que lo convierte en una de las principales contribuciones para el conocimiento de la problemática del emprendedor. Este modelo permite la heterodoxia entre emprendedores y plantea la necesidad de estudiar no sólo a los emprendedores, sino también sus diferencias y el rol que diferentes características tienen sobre el proceso emprendedor. Permite también establecer que, aunque hay muchas similitudes, también hay diferencias, porque cada parte del modelo funciona de manera distinta, y nos da la oportunidad de analizar las características del proceso emprendedor y de los emprendedores en diferentes países, y especificar las características diferenciadoras del proceso en cada país.

Katz y Gartner (1988) continúan en esta dirección y en su artículo «Properties of Emerging Organizations», publicado en *The Academy of Management Review*, discuten las características que deben primar en el examen del proceso de creación de empresas para diferenciar entre nuevos tipos de empresas, sobre los que los investigadores tienen diferentes niveles de interés. Es de esperar que diferentes tipos de empresas impliquen diferentes tipos de asistencia, y de problemáticas. Las empresas de nueva creación con perspectivas de fuerte crecimiento tienen una casuística diferente de las empresas cuyo objetivo principal es el de sustituir el trabajo retribuido y proveer de sustento a sus creadores. Katz y Gartner destacan la intencionalidad en la creación, que se da

cuando el individuo está buscando información para crear una empresa; los recursos, que son los elementos físicos que se tienen que combinar para crear una organización; los límites (*boundaries*), o fronteras entre la organización y el entorno, y que sirven para determinar la identidad de la organización; y, finalmente, la naturaleza del intercambio, que son las transacciones que la nueva empresa va a llevar a cabo. Desde el punto de vista de la investigación en creación de empresas, Katz y Gartner sostienen que estas propiedades nos sirven para identificar y clasificar nuevas empresas, contribuyendo al argumento de que existe mucha variedad entre los distintos tipos de nuevas empresas, y destacan la necesidad de clasificar y examinar las características de los subgrupos de nuevas empresas.

El interés en estudiar diferentes tipos de emprendedores y de nuevas empresas abrió un gran abanico de oportunidades a los investigadores del área. Dos de estas son interesantes de examinar en este punto. La primera es la idea de los emprendedores corporativos. Hasta la publicación de este artículo, la idea de emprendedor se había centrado en el estudio de la creación de nuevas empresas; sin embargo, los investigadores comienzan a discutir la posibilidad de que existan variaciones en el proceso emprendedor y diferentes tipos de emprendedores, incluso dentro de empresas ya establecidas. Esto es lo que se ha venido a llamar emprendedores corporativos. MacMillan, Block y Subba Narasimha (1986) presentaron uno de los estudios fundamentales en esta línea, en el que plantean que las características de los emprendedores corporativos son únicas y que los métodos de creación y planificación tradicionales de nuevas empresas no se deben aplicar al entorno corporativo.

Otra escuela de investigación aboga por la investigación acerca de los emprendedores nacientes (*nascent entrepreneurs*).¹ En esta investigación se argumenta que el examen a posteriori de los emprendedores tiene un sesgo implícito ya que se basa en la memoria de los emprendedores acerca del proceso, cuando en realidad lo

¹ Tal y como veremos en los capítulos siguientes, un emprendedor naciente es un emprendedor que está involucrado en el proceso de lanzamiento de una empresa, el cual lleva, como mucho, algunos meses de actividad.

realmente importante es capturar el proceso de toma de decisiones en el momento que ocurre. Investigadores como Davidson y Honing (2002) y Shaver, Carter, Gartner y Reynolds (2001), han concentrado sus investigaciones en el estudio del desarrollo de los emprendedores nacientes y su proceso de toma de decisiones. Esta línea de investigación es de fundamental importancia para este proyecto, ya que el GEM está basado en la metodología y en los fundamentos teóricos del estudio de emprendedores nacientes y muchos de los investigadores que diseñaron el estudio fundacional de esta área de investigación, el PSED (Panel Study of Entrepreneurial Dynamics), estuvieron también implicados en la creación y desarrollo del Proyecto GEM.

Finalmente, una gran cantidad de artículos desarrollados en su mayoría durante la década de los noventa, se han concentrado en examinar la historia de la investigación en el área de creación de empresas y en esbozar cuáles deberían ser las directrices principales para su investigación. Esta línea argumental se concentra especialmente en el análisis de la base teórica para estudiar el fenómeno de creación de empresas, la definición del área de creación de empresas como área de investigación y la dirección futura de la investigación en el área. Dos artículos de Hofer y Bygrave, «Theoryzing About Entrepreneurship» (1991) y «Researching Entrepreneurship» (1992), publicados en la revista *Entrepreneurship Theory and Practice*, examinan esta problemática. En el primero de estos artículos, los autores argumentaban que el área de creación de empresa ofrecía todas las características de legitimidad académica excepto una base teórica sólida. Estos problemas estaban basados en la dificultad de llegar a un acuerdo en las definiciones y en qué constituye el proceso de creación de empresas y proponían poner más énfasis en la teoría evolutiva para enfrentar estos problemas. En Hofer y Bygrave (1992), examinan el proceso en el contexto de la creación de empresas y los problemas que supone, y sugieren que la investigación para el área de creación de empresas debe combinar teorías desarrolladas en el área con otras importadas de otros campos.

Low y MacMillan (1998) y Low (2001) examinan las contribuciones y limitaciones de la investigación en el área de los emprendedores y la creación de empresas, y sugieren la importancia

de una definición del concepto de emprendedor y del proceso de creación de empresas que unifique la investigación en el área, además de plantear la necesidad de basar la investigación sobre una base teórica sólida y de explorar modelos que examinen su causalidad. En el segundo de estos artículos, Low (2001), al examinar lo que llama *adolescencia del área de creación de empresas*, critica la ausencia de consideración por parte de otros científicos sociales del área de creación de empresas y señala la necesidad de incrementar las expectativas de investigación en esta área. En línea con los argumentos anteriores, otros investigadores han presentado sus propuestas: unos, una visión basada en un modelo teórico sistémico para entender el proceso de creación de empresas (Neck, Meyer, Cohen y Corbett 2004), y otros, un enfoque que examine tanto el contexto como el proceso de creación de empresas (Ucbasaran, Westhead, y Wright 2001), y la necesidad de entender los comportamientos de diferentes tipos de emprendedores (nacientes, novicios, portafolio y aquellos que continuamente crean nuevas empresas, a los que ellos llaman *habituales*) y las diferentes formas organizacionales (emprendedores en corporaciones, emprendedores familiares, franquiciadores, etc.), además del examen de los emprendedores tradicionales.

Finalmente, Shane y Venkataraman (2000), en un artículo publicado en *The Academy of Management Review*, titulado «The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research», sintetizan los argumentos anteriores y proponen una estructura para enmarcar las investigaciones sobre el emprendimiento basada en una definición que engloba tres áreas: cómo y por qué aparecen y son detectadas nuevas oportunidades de negocios, por qué algunos individuos descubren esas oportunidades, y cuáles son las formas utilizadas para explotar esas oportunidades. Su modelo se centra en el análisis de las oportunidades de creación de negocios y, aunque es el paradigma que domina en la actualidad, algunos críticos alegan que otras partes importantes del proceso, como por ejemplo el examen de las características de empresas de rápido crecimiento, no están considerados en el modelo. La investigación que se propone en este proyecto se fundamenta en este modelo, aplicado sobre empresas nacientes, aunque se comprenden y conocen las limitaciones que implica para nuestro análisis del proceso de creación de empresas.

1.2. Contribución del Proyecto GEM a la investigación sobre creación de empresas²

El Proyecto GEM constituye uno de los avances más significativos en el estudio del proceso de creación de empresas. Como argumenta Hindle (2005, 9): «Antes de la aparición del Proyecto GEM, la mayoría de los estudios sobre desarrollo económico se concentraban en el análisis de empresas establecidas —el sector de más estatus en la economía—. El valor de las empresas emergentes no se incluía en la mayoría de los intentos de contabilizar el rendimiento económico. El GEM permite analizar factores que afectan específicamente al sector de empresas de nueva creación». Como hemos comentado en la introducción, el Proyecto GEM se puso en marcha de la mano de dos prestigiosas escuelas de negocios: Babson College en los Estados Unidos y London Business School en el Reino Unido, para poder tener una medición unificada a escala global y consistente en los diferentes países de la actividad emprendedora, de los elementos que la afectan y de las consecuencias de esta actividad sobre el desarrollo económico. A dichas escuelas se unieron otras entidades de Alemania, Francia, Italia, Finlandia, Dinamarca, Israel, Canadá y Japón, para proceder a la prueba piloto de la metodología que debía sustentar el Proyecto. En 1999 vio la luz el primer informe GEM, que comparaba la actividad emprendedora de estos países e iniciaba la búsqueda de respuestas a los interrogantes planteados. En su edición más reciente, el Proyecto ha sido realizado por más de 150 investigadores de los 34 países participantes bajo el patrocinio de más de 100 entidades colaboradoras que van desde ministerios a empresas privadas. El Proyecto GEM se viene financiando gracias a estas colaboraciones, y no existe ningún precedente en este ámbito de investigación de una iniciativa tan ambiciosa y participativa. El Proyecto GEM combina una base teórica sólida basada en el estudio de empresas nacientes (Shaver et al. 2001), con rigor estadístico y en el desarrollo de la base de datos, lo que permite comparar la actividad emprendedora en diferentes países mediante un ins-

² El desarrollo de esta sección del capítulo estuvo a cargo de Alicia Coduras.

CUADRO 1.1 (cont.): Listado de países participantes en las distintas ediciones del Proyecto GEM por años

| | | | | | |
|----|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 27 | Nueva Zelandia |
| 28 | Hungría | Hungría | | Hungría | Hungría |
| 29 | Portugal | | | Portugal | Portugal |
| 30 | | Tailandia | | | |
| 31 | | China | China | | |
| 32 | | Chile | Chile | | Chile |
| 33 | | Taiwan | | | |
| 34 | | Hong Kong | Hong Kong | Hong Kong | Hong Kong |
| 35 | | Croacia | Croacia | Croacia | Croacia |
| 36 | | Eslovenia | Eslovenia | Eslovenia | Eslovenia |
| 37 | | Islandia | Islandia | Islandia | Islandia |
| 38 | | Suiza | Suiza | | Suiza |
| 39 | | | Grecia | Grecia | Grecia |
| 40 | | | Uganda | Uganda | Uganda |
| 41 | | | Venezuela | | Venezuela |
| 42 | | | | Jordania | Jordania |
| 43 | | | | Ecuador | Ecuador |
| 44 | | | | Perú | Perú |
| 45 | | | | | Austria |
| 46 | | | | | Puerto Rico |

Desde el punto de vista metodológico, la participación es bastante representativa en cuanto al panorama internacional, si bien falta la incorporación de más países africanos, sudamericanos y asiáticos. Así, clasificando los países por regiones mundiales, en el cuadro 1.2 se puede apreciar la representatividad alcanzada hasta el momento.

CUADRO 1.2: Listado de países participantes en las distintas ediciones del Proyecto GEM por continentes

| | |
|--------------------------------|---|
| América del Norte | |
| Participan en GEM | Faltan |
| Canadá, Estados Unidos, México | México está a la espera de poder regresar |

CUADRO 1.2 (cont.): Listado de países participantes en las distintas ediciones del Proyecto GEM por continentes

| América Central | |
|--|---|
| Participan en GEM | Faltan |
| Puerto Rico | Belice, Cuba, Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Jamaica, Haití, República Dominicana |
| América del Sur | |
| Participan en GEM | Faltan |
| Argentina, Brasil, Ecuador, Perú, Venezuela, Chile | Colombia, Guayana, Guayana Francesa, Surinam, Bolivia, Paraguay, Uruguay |
| Europa | |
| Participan en GEM | Faltan |
| Islandia, Noruega, Suecia, Finlandia, Dinamarca, Reino Unido, Irlanda, Países Bajos, Bélgica, Francia, Alemania, España, Portugal, Suiza, Italia, Austria, Polonia, Hungría, Eslovenia, Croacia, Grecia, Rusia | Luxemburgo, República Checa, Estonia, Letonia, Lituania, Bulgaria, Yugoslavia, Rumanía, Ucrania, República Eslovaca, Albania, Turquía, Bielorrusia, Moldava, Georgia, Kazajistán, Armenia, Azerbaiyán, Turkmenistán, Uzbekistán, Chipre |
| África | |
| Participan en GEM | Faltan |
| Sudáfrica Uganda | Sahara, Marruecos, Argelia, Túnez, Libia, Egipto, Sudán, Chad, Níger, Malí, Mauritania, Senegal, Guinea Bissau, Guinea, Sierra Leona, Gambia, Liberia, Burkina Faso, Costa de Marfil, Ghana, Togo, Benin, Nigeria, Camerún, República Centroafricana, Guinea Ecuatorial, Gabón, República Popular del Congo, Zaire, Sudán, Etiopía, Eritrea, Somalia, Djibouti, Kampala, Ruanda, Burundi, Kenia, Tanzania, Zambia, Zaire, Angola, Malawi, Mozambique, Zimbabwe, Namibia, Botswana, República Malgache, Transkei, Lesotho, Swazilandia, Ciskei |
| Asia | |
| Participan en GEM | Faltan |
| Israel, Jordania, India, Tailandia China, Japón, Corea del Sur, Japón Taiwán, Hong Kong | Siria, Líbano, Palestina, Irak, Irán, Kuwait, Arabia Saudí, Yemen, Omán, Emiratos Árabes Unidos, Afganistán, Pakistán, Sri Lanka, Nepal, Bután, Bangladesh, Birmania, Mongolia, Indonesia, Malasia, Camboya, Vietnam, Laos, Filipinas, Corea del Norte |
| Oceanía | |
| Participan en GEM | Faltan |
| Australia, Nueva Zelanda | Nueva Guinea |

La idea original del Proyecto fue de Michael Hay (LBS) y Bill Bygrave (Babson College), quienes enseguida fueron asistidos en su diseño metodológico por Paul Reynolds, que fue puesto al frente del Proyecto como investigador principal. A los efectos de analizar en profundidad la relación entre el fenómeno emprendedor y el crecimiento económico, se definió el *entrepreneurship* de la siguiente forma: «Cualquier intento de puesta en marcha o creación de un nuevo negocio, desde el autoempleo a la expansión o desarrollo de un negocio o empresa ya existente, por un individuo, equipo de personas o compañía ya establecida».

Se trata de una definición amplia que trata de captar cualquier iniciativa emprendedora sin distinción de su importancia en términos de volumen de negocio, de años de actividad o de dimensión en cuanto a plantilla. Estos aspectos se analizan después, pero no resultan restrictivos a la hora de considerar el impacto en el crecimiento económico, pues de esta forma se incluyen todos los esfuerzos emprendedores por minúsculos que puedan ser.

1.3. Algunos comentarios acerca de la investigación sobre la actividad emprendedora en España

Nuestro proyecto se enmarca dentro de las nuevas líneas de investigación del proceso emprendedor en España, y sigue las mismas líneas que la investigación internacional. Antes de la década de los noventa, la investigación del proceso emprendedor se desarrolló en muy escasa medida y la investigación realizada se desarrolló dentro del área de la economía y se limitaba a análisis descriptivos de las características del emprendedor. Por ejemplo, Veciana y Llonch (1979) en un artículo en la *Revista de Economía Industrial*, describieron el proceso de creación de nuevas empresas industriales en el sector metalúrgico de Cataluña y, posteriormente, Veciana (1989) detalló las características específicas del emprendedor español en un artículo en *Papeles de Economía Española*. Estos artículos, aunque son una interesante primera aproximación al estudio del emprendedor español, son básicamente descriptivos y ofrecen un análisis estadístico limitado. La investigación sobre el fenómeno de creación de empresa se veía simplemente como re-

sidual dentro del área de economía y no era reconocida como un área de investigación propia, lo que implicaba un retraso de una década con respecto a la investigación internacional en el área.

Sin embargo, esa visión comienza a cambiar con el primer artículo sobre creación de empresas en España publicado en una revista del más alto nivel internacional. Lafuente y Salas (1989), en *Strategic Management Journal*, publicaron un artículo titulado «Types of entrepreneurship and firms: The case of new Spanish firms», en el que discuten las características del proceso emprendedor en España. Utilizando una muestra de 360 empresas manejadas por gerentes/propietarios, Lafuente y Salas desarrollan diversas tipologías de emprendedores (*craftman, family oriented, risk oriented, managerial*), detallan las características personales, el origen y los tipos de emprendedores y examinan los rendimientos de cada uno. Los resultados obtenidos indicaban que había diferencias significativas con respecto a emprendedores y empresas de cada tipo, en especial en variables como el número de empleados y su evolución a través del tiempo. Lafuente y Salas contribuyen a la literatura sobre creación de empresas en España en tres puntos: primero, se alejaron del análisis tradicional basado en la teoría económica y se centraron en la investigación sobre creación de empresas, examinando no sólo el entorno económico, sino también las características del emprendedor y su entorno. Segundo, en línea con la tendencia en la investigación sobre creación de empresas en el resto del mundo, partieron de una base teórica fuerte. Y tercero, el análisis de los datos estaba basado en análisis estadísticos rigurosos y no sólo en análisis descriptivos sencillos. Como hemos discutido con anterioridad en este capítulo, estos tres puntos han sido fundamentales para el avance de la investigación sobre creación de empresas en España.

Las nuevas investigaciones en el área de creación de empresas en España siguen las directrices de Lafuente y Salas, desarrollando trabajos que combinan una base teórica rigurosa con análisis estadísticos robustos. En cualquier caso, ha habido otras aportaciones en esta línea como, por ejemplo, las de Entrialgo (2000a), Fernández (2000b) y Entrialgo y Vázquez (2001), que examinaron el fenómeno de la diversidad de conocimientos

en los gerentes, la relación entre el proceso emprendedor y la creación de empresas, y el efecto del contexto organizacional en la creación de empresas en España; o la de Veciana, Aponte y Urbano (2005) quienes examinaron la actitud de los estudiantes hacia la creación de empresas; o los informes del Proyecto GEM (Coduras et al. 2003-2004; De Castro et al. 2002; De la Vega et al. 2005) que utilizan una fuerte base teórica y análisis estadísticos rigurosos, con datos tanto del emprendedor como de su contexto, para examinar el proceso de creación de empresas en España.

1.4. Contribución del proyecto a la literatura sobre creación de empresas y el fenómeno emprendedor

El presente proyecto de investigación intenta conseguir un avance significativo tanto desde el punto de vista de la investigación sobre el fenómeno de creación de empresas, progresando en lo que ha logrado el Proyecto GEM y mejorando en la medida de lo posible la contribución y métrica de este estudio, como también, en el análisis y conocimiento de las características del proceso de creación de empresas en España. Una de las principales ventajas del Proyecto GEM es que, además de partir de una base teórica sólida, recopila información sistemática de cerca de 40 países, lo que permite una comparación de las características de los procesos de creación de empresas en estos países. En particular, la contribución de este estudio se centra en cinco puntos:

- a) El análisis del proceso emprendedor y de creación de empresas con una fuerte base teórica. Como hemos comentado anteriormente, uno de los principales problemas de la investigación sobre creación de empresas en general y más específicamente en España, es la presencia de gran cantidad de estudios descriptivos sin una base teórica sólida. Nuestro estudio continúa las pautas dictadas por Shane y Venkataraman (2000) y Gartner (1985) acerca de la nece-

sidad de aplicar fundamentos teóricos sólidos a la investigación sobre creación de empresas, que permitan el avance del conocimiento en esta área. Una base teórica sólida también permitirá aunar el análisis de las características del emprendedor y del entorno.

- b) Continuando los estudios de Ucbasaran, Westhead y Wright (2001), Shaver, Carter et al. (2001) y Reynolds (1992a), nuestro proyecto se concentra en el proceso de la creación, nacimiento, de empresas y en los emprendedores nacientes. El análisis realizado se basa en los puntos de vista teóricos y de análisis empírico en el proceso de creación de nuevas empresas, y en las variables que impulsan el nacimiento de éstas, tanto desde el punto de vista del emprendedor como de su entorno. Es decir, pretende entender los primeros pasos del proceso emprendedor y las variables que empujan a este proceso. Este elemento, en conjunción con la base teórica que explica el proceso, nos permite examinar en detalle las variables que afectan el proceso de nacimiento de empresas.
- c) Nuestro proyecto examina la relación entre creación de empresas y crecimiento económico ya que, como hemos argumentado anteriormente, una de las asignaturas pendientes en el proceso emprendedor es el análisis de esta relación. Una de las grandes ventajas del estudio GEM es que, al disponer de fuentes de información tanto del entorno económico y social como del proceso de creación de empresas, permite una primera aproximación al análisis de la relación entre la creación de empresas y el desarrollo económico. En este caso, las fuentes de información proceden tanto de fuentes públicas como del propio emprendedor, lo que reduce la probabilidad de sesgo porque el origen de la información sea de una sola fuente y momento. La información disponible abarca varios años, lo que permitirá una mayor solidez y comparaciones interanuales y/o de estacionalidad.
- d) La investigación en este proyecto deja a un lado el análisis descriptivo y/o la base anecdótica que ha primado en la investigación sobre el proceso emprendedor, especialmente en España, y añade al análisis una base teórica consistente y un análisis

basado en datos con alto nivel de fiabilidad y características estadísticas robustas. Estos datos permiten también comparar la información sobre creación de empresas en España, con la de otros países de la Unión Europea y algunos países de Latinoamérica, para los cuales existen series históricas del Proyecto GEM. Esta comparación, tanto de los procesos de creación de empresas como de los emprendedores de diferentes países, es fundamental desde el punto de vista de políticas públicas que empujen el proceso de creación de empresas, lo cual es un objetivo común de todos los participantes. Además, permite determinar las diferencias en las tasas y en los procesos y contribuye a la propuesta de políticas públicas que impulsen realmente el proceso de creación de nuevas empresas.

- e) Más aún, esta investigación proporciona una nueva herramienta de medición de la creación de empresas que mejora la anteriormente utilizada en el Proyecto GEM: el TEA (*Total Entrepreneurial Activity*). La medida propuesta incluye una aproximación del efecto del entorno sobre la creación de nuevas empresas y es más estable en el tiempo. El siguiente capítulo describe en detalle el proceso de determinación y las características de esta nueva medida, que se consigue a partir de la muestra española del GEM y se compara con las de otros países con un alto grado de fiabilidad y estabilidad.
- f) Finalmente, nuestro estudio incluye una contribución al análisis del proceso emprendedor en España. Este estudio, el primero sobre el proceso de creación de empresas en España con una fuerte base teórica y rigor empírico, permite, además, comparar las características españolas con las de otros países, de modo que se pueden hacer recomendaciones acerca de cómo mejorar el proceso y qué variables permitirían esta mejora en España en comparación con otros países. Se examina también la relación entre la creación de empresas y el crecimiento económico, las características y problemas en la financiación de nuevas empresas, y la situación de las empresas familiares y de las mujeres emprendedoras en España, además de la evolución del Proyecto GEM español. En definitiva, este proyecto busca ofrecer una visión global y una aproximación profunda a la problemática del proceso de creación de empresas en España.

Bibliografía

- ALDRICH, H. E. y M. A. MARTÍNEZ. «Many Are Called, but Few Are Chosen: An Evolutionary Perspective for the Study of Entrepreneurship». *Entrepreneurship: Theory and Practice* 25 n.º 4 (2001): 41-60.
- AMAT I SALAS, J. M. y A. CODURAS. «The Global Entrepreneurship Monitor Project». *Informe Ejecutivo España 2000*. Madrid: Instituto de Empresa Business School, 2000.
- BARON, R. A. «Cognitive Mechanisms in Entrepreneurship: Why and When Entrepreneurs Think Differently Than Others». *Journal of Business Venturing* 18 n.º 3 (1998): 275-294.
- BRIGHAM, K. H. et al. «A Person-Organization Fit of Owner-Managers' Cognitive Style and Organizational Demands». *Entrepreneurship Theory and Practice* 31 n.º 1 (2007): 29-51.
- BROCKHAUS, R. H. «Risk Taking Propensity of Entrepreneurs». *The Academy of Management Journal* 23 n.º 3 (1980): 509-520.
- . «Entrepreneurship and Family Business Research: Comparisons, Critique, and Lessons». *Entrepreneurship: Theory and Practice* 19, n.º 1 (1994): 25-39.
- . «Psychological and environmental factors which distinguish the successful from the unsuccessful Entrepreneur». *Academy of Management Proceedings*, 1980.
- BYGRAVE, W. D. y C. HOFER. «Researching Entrepreneurship». *Entrepreneurship Theory and Practice* 16 n.º 3 (1991): 91-100.
- CARLAND, H., BOULTON y CARLAND. «Differentiating Entrepreneurs from Small Business Owners: A Conceptualization». *The Academy of Management Review* 9 n.º 2 (1984): 354-359.
- CARTER, N. M, W. B. GARTNER y P. D. REYNOLDS. «Exploring Start-up Event Sequences». *Journal of Business Venturing* 3 (1996): 11-151.
- CODURAS, A. y R. JUSTO. «The Global Entrepreneurship Monitor Project». *Informe Ejecutivo España 2002*. Madrid: Instituto de Empresa Business School, 2002.
- . *Global Entrepreneurship Monitor 2002 Spanish Executive Report*. Madrid: Instituto de Empresa Business School, 2003.
- CODURAS, A., P. LÓPEZ, R. JUSTO e I. DE LA VEGA. *Global Entrepreneurship Monitor 2003 Spanish Executive Report*. Madrid: Instituto de Empresa Business School, 2004.
- DAVIDSSON, O. y B. HONING «The Role of Social and Human Capital among Nascent Entrepreneurs». *Journal of Business Venturing* 18 (2003): 301-331.
- DE CASTRO, J., J. PISTRUI, A. CODURAS, B. COHEN y R. JUSTO. «The Global Entrepreneurship Monitor Project». *Informe Ejecutivo España 2001*. Madrid: Instituto de Empresa Business School, 2001.
- DE CASTRO, J., A. CODURAS, B. COHEN, J. PISTRUI y R. JUSTO. *Global Entrepreneurship Monitor 2001 Spanish Executive Report*. Madrid: Instituto de Empresa Business School, 2002.
- DE LA VEGA, I., A. CODURAS, C. CRUZ, y R. JUSTO. *Global Entrepreneurship Monitor 2004 Spanish Executive Report*. Madrid: Instituto de Empresa Business School, 2005.
- DELMAR, F. y P. DAVIDSON. «Where Do They Come From? Prevalence and Characteristics of Nascent Entrepreneurs». *Entrepreneurship & Regional Development* 12 (2000): 1-23.
- ENTRIALGO, M., E. FERNÁNDEZ y C. VÁZQUEZ. «Implication of Managerial Knowledge Diversity: Some Spanish Evidence». *Journal of Entrepreneurship* 9 n.º 1 (2000a): 35-48.
- . «Linking Entrepreneurship To Strategic Management: Evidence From Spanish SMES». *Technovation* 20 (2000b): 427-436.
- . «The Effect of Organizational Context on SME Entrepreneurship: Some Spanish Evidence». *Small Business Economics* 16 (2001): 223-236.

- GARTNER, W. B. «A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation». *Academy of Management Review* 10 n.º 4 (1985): 696-706.
- GARTNER, W. B., K. G. SHAVER y E. J. GATEWOOD. «Doing It For Yourself: Career Attributions of Nascent Entrepreneurs». *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA 1: Babson College, 2000.
- HILLS, G. E., G. T. LUMPKIN y R. P. SINGH. «Opportunity Recognition: Perceptions y Behaviors of Entrepreneurs». *Frontiers of Entrepreneurship Research* Boston, MA: Babson College, 1997.
- HINDLE, K. «A Measurement Framework for International Entrepreneurship Policy Research: From Impossible Index to Malleable Matrix». *A Measurement Framework for International Entrepreneurship Policy Research*, 2005.
- HOFER, C. y W. BYGRAVE. «Theorizing About Entrepreneurship». *Entrepreneurship Theory and Practice* 16 n.º 2 (1992): 13-22.
- HOMADAY, J. A. «Research about Living Entrepreneurs». En D. L. SEXTON y J. D. KASARDA, eds. *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 20-38). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1982.
- HORNADAY, J. y J. ABOUD. «Characteristics of Successful Entrepreneurs». *Personnel Psychology* 24 (1971): 141-153.
- KATZ, J. y W. B. GARTNER. «Properties of Emerging Organizations». *The Academy of Management Review* 13 n.º 1 1988: 429-441.
- LAFUENTE, A. y V. SALAS. «Types of Entrepreneurship and Firms: The case of new Spanish firms». *Strategic Management Journal* 10 n.º 1 (1989): 17-30.
- LOW, M. y I. MACMILLAN. «Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges». *Journal of Management* 14 n.º 2 (1998): 139-161.
- LOW, M. «The Adolescence of Entrepreneurship Research: Specification of Purpose». *Entrepreneurship, Theory and Practice* 25 n.º 4 (2001): 17-26.
- LUMPKIN, G. T. y G. G. DESS. «Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance». *The Academy of Management Review* 21 n.º 1 (1996): 135-172.
- MACMILLAN, I. C., Z. BLOCK y P. N. NARASIMHA. «Corporate Venturing: Alternatives, Obstacles Encountered and Experience Effects». *Journal of Business Venturing* 1 n.º 2 (1986): 177-191.
- MANCUSO, J. R. *The Entrepreneurs' Quiz*. Englewood NJ: PrenticeHall, 1975.
- NECK, H. M., G. D. MEYER, B. COHEN y A. C. CORBETT. «An Entrepreneurial System View of New Venture Creation». *Journal of Small Business Management* 42 n.º 2 (2004): 190-208.
- REYNOLDS, P. D. «Predicting New-Firm Births: Interactions of Organizational and Human Populations». En D. L. SEXTON y J. D. KASARDA, eds. *The State of the Art of Entrepreneurship* (pp. 268-300). Boston: PWS-Kent, 1992a.
- . «Sociology and Entrepreneurship. Concepts and Contributions». *Entrepreneurship Theory and Practice* 16 n.º 2 (1992b): 47-70.
- REYNOLDS, P. D., D. J. STOREY y P. WESTHEAD. «Cross-National Comparisons of the Variation in New Firm Formation Rates». *Regional Studies* 28 n.º 4 (1994): 443-456.
- REYNOLDS, P. D., M. HAY y S. M. CAMP. *Global Entrepreneurship Monitor. 1999 Executive Report*. Londres: Babson College, London Business School y The Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, 1999.
- REYNOLDS, P. D., W. D. BYGRAVE y A. ERKKO. *GEM Global Report 2003*. Kansas MO: Kauffman Foundation, Babson College y London Business School, 2004.

- SEXTON, D. L. «Research Needs and Issues in Entrepreneurship». En J. A. KATZ y R. BROCKHAUS, eds. *Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 383-389). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1982.
- SHANE, S., L. KOLVEREID y P. WESTHEAD. «An Exploratory Examination of the Reasons Leading to New Firm Formation Across Country and Gender». *Journal of Business Venturing* 6 (1991): 431-446.
- SHANE, S. y S. VENKATARAMAN. «The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research». *Academy of Management Review* 25 n.º 1 (2000): 217-226.
- SHAVER, K. G., N. M. CARTER, W. B. GARTNER y P. D. REYNOLDS. «Who Is a Nascent Entrepreneur? Decision Rules for Identifying and Selecting Entrepreneurs in the Panel Study of Entrepreneurial Dynamics (PSED)» (summary). En SAPIENZA, H. J., W. D. BYGRAVE, E. AUTIO, C. G. BRUSH, P. DAVIDSSON, P. G. GREEN y P. D. REYNOLDS, eds. *Frontiers of Entrepreneurship Research 2001* (p. 122). Wellesley, MA: Babson College, 2001.
- TIMMONS, J. «New Venture Creation: Models and Methodologies». *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood: Prentice-Hall, 1982.
- UCBASARAN, D., P. WESTHEAD y M. WRIGHT. «The Focus of Entrepreneurial Research: Contextual and Process Issues». *Entrepreneurship: Theory and Practice* 24 n.º 4 (2001): 57-81.
- URBANO, D. «Marco institucional formal de la creación de empresas en Cataluña». Tesis Doctoral. Barcelona: Departamento de Economía de la Empresa. UAB, 2001.
- VECIANA, J. M. y J. LLONCH. «La creación de nuevas industrias en el sector metalúrgico en Cataluña. Período 1967-1976». *Revista de Economía Industrial* 154 (1979): 31-45.
- VECIANA, J. M. «Características del empresario en España». *Papeles de Economía Española* 39 (1989): 19-36.
- VECIANA, J. M., M. APONTE y D. URBANO. «University Student's Attitudes Towards Entrepreneurship: A Two Countries Comparison». *International Journal of Management and Entrepreneurship* 1 n.º 2 (2005): 165-182.

2. Indicadores de la actividad emprendedora: algunas contribuciones metodológicas

Alberto Maydeu Olivares

Julio O. de Castro

Rachida Justo

Instituto de Empresa Business School

MEDIR la cantidad e impacto de la creación de nuevas empresas y la actividad emprendedora dentro y a través de las distintas sociedades ha sido una preocupación importante en la literatura de la actividad emprendedora (Acs, Audretsch y Evans 1994; Reynolds, Hay y Camp 1999; Carree et al. 2002; Verheul et al. 2002; Acs y Storey 2004). Muchos estudiosos han defendido la existencia de un vínculo entre la actividad emprendedora y el desarrollo económico (OECD 1998; Verheul et al. 2002), pero la medición de una relación como ésta necesita basarse en una medida apropiada de la actividad emprendedora.

Los estudiosos se encuentran con dificultades concretas cuando se trata de las comparaciones de la actividad emprendedora en distintos países. Hasta hace poco, la investigación emprendedora internacional se ha quedado corta en cuanto a la aseguración de la muestra, los instrumentos y las equivalencias en la recogida de datos a través de los países (Coviello y Jones 2004) limitando seriamente la validez de los resultados de la investigación. Una nueva e importante herramienta para comparar la actividad emprendedora en diferentes países es el proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que pretende calcular la proporción de población adulta que está involucrada en la puesta en marcha de un negocio en los distintos países en un momento determinado. El GEM representa un intento único, tanto de proporcionar medidas homogéneas de la actividad

empresadora entre países, como de averiguar la relación entre actividad emprendedora y desarrollo económico.¹ Sin embargo, a pesar incluso del consenso sobre su importancia, los estudiosos de la actividad emprendedora no se ponen de acuerdo en determinar si la medida empleada en este proyecto es adecuada para calcular y comparar la actividad emprendedora en un país y entre varios de ellos.

Nuestra contribución se centra en dos aspectos fundamentales. En primer lugar, permite medir la probabilidad de comportamiento emprendedor. A diferencia de anteriores medidas de la actividad emprendedora, donde los individuos se consideran emprendedores o no emprendedores, nosotros defendemos teóricamente y analizamos empíricamente la noción de niveles y probabilidad de comportamiento emprendedor. En lugar de clasificar a los individuos como emprendedores o no emprendedores, adoptamos una visión más dinámica del fenómeno, diferenciando a los individuos por su propensión a dedicarse a actividades emprendedoras. Así, favorecemos el examen de las diferencias a través del tiempo, tanto en el interior de un país como entre varios países.

En segundo lugar, al utilizar el enfoque de la teoría de redes sociales (*social network*), introducimos el entorno social emprendedor como un indicador clave de la probabilidad de actividad emprendedora. Sostenemos que el nivel de actividad emprendedora de un individuo se ve determinado por el contexto social en que se desarrolla esta actividad. Este contexto no es uniforme y su efecto varía debido a factores como las redes sociales, la educación, el género, etc. Como consecuencia, la red social personal de un emprendedor se trata aquí como una variable aleatoria que cambia de individuo a individuo.

Lo esencial del modelo teórico que proponemos es el uso de dos variables latentes continuas: la primera refleja la propensión emprendedora de un individuo, es decir, su probabilidad de tomar parte en la creación de una nueva empresa. La segunda

¹ Para más detalles sobre el Proyecto GEM véase Acs et al. (2005); Coduras et al. (2005); Reynolds et al. (2004); y Sternberg y Litzemberger (2004). Información detallada también disponible en la página web del consorcio de investigación: <http://www.gemconsortium.org>.

dimensión refleja el entorno social del individuo y capta los elementos del entorno próximo que pueden afectar la propensión emprendedora de una persona. Sostenemos que esta medida debería construirse dentro del análisis de la actividad emprendedora y debería ayudar a proporcionar un fuerte indicador del impacto a largo plazo de la actividad emprendedora.

El propósito de este artículo es proponer un nuevo enfoque para medir la actividad emprendedora, complementario a los enfoques empleados recientemente en comparaciones entre países. Nuestras hipótesis serán comprobadas utilizando los datos disponibles del Proyecto GEM para comparar los niveles de actividad emprendedora a través de los países. Si bien reconocemos la contribución de estudios anteriores² que —como el Proyecto GEM— han medido la actividad emprendedora como un medio para conseguir elementos que permitan comprender las dinámicas de la actividad emprendedora, intentamos proporcionar un nuevo modelo de actividad emprendedora que, junto con las medidas existentes, nos ayudará a lograr una visión más consistente y exhaustiva de la variación del fenómeno emprendedor en un país y entre varios países.

2.1. La medición de la actividad emprendedora

Mientras que la mayoría de los estudiosos coinciden en la necesidad de medir la creación de nuevas empresas y la actividad emprendedora y su impacto en la riqueza de las sociedades, no hay consenso en cómo hacerlo ni en lo adecuado de las medidas previas y actuales (Davidsson 2004; Dennis 1997, 1999; Gartner y Shane 1995; Verheul et al. 2002; Williams 1993). Hay algunas razones para esta falta de acuerdo. En primer lugar, la literatura existente sobre actividad emprendedora ha propuesto una amplia colección de definiciones diferentes para este fenómeno (Hébert y Link 1989; Gartner 1990; Praag 1999; Shane y Venkataraman 2000). La actividad emprendedora es además un concepto multi-

² Véase, por ejemplo, el proyecto PSED (<http://projects.isr.umich.edu/PSED/index.cfm>).

dimensional que, según el aspecto en el que se centre la investigación y la perspectiva teórica tomada, puede referirse a realidades sociales muy distintas (Verheul et al. 2002; Davidsson 2004). De hecho, existen dos perspectivas diferenciadas en la literatura sobre la actividad emprendedora (Bruyat y Julien 2000; Davidsson 2004). La primera, siguiendo el trabajo fundador de dos teóricos franceses, Turgot y Say, considera la actividad emprendedora como cualquier cosa relacionada con negocios poseídos independientemente y sus propietarios-gerentes. La segunda sigue el enfoque de Cantillon y Schumpeter³ y estudia a los emprendedores a través de su rol fundamental en la economía como innovadores.

Esta diversidad de definiciones tiene, a su vez, implicaciones importantes para la medición de los niveles de actividad emprendedora (Reynolds 1992a). Por ejemplo, este nivel puede variar dependiendo de la perspectiva adoptada por los investigadores para determinar quién es un emprendedor, en particular si la creación de una empresa para el autoempleo se incluye en la medida de la actividad emprendedora, o si sólo se incluyen las firmas que comenzaron con la perspectiva de crear valor. Además, muchas firmas iniciadas con el propósito de crear autoempleo no serían incluidas en la medida de la actividad emprendedora si el criterio para la inclusión es la creación de valor de la firma y las expectativas de futuro crecimiento.

En segundo lugar, la medición de la actividad emprendedora en un país depende del nivel de análisis elegido por el investigador. En su revisión de estudios longitudinales sobre actividad emprendedora, Gartner y Shane (1995) identificaron dos tipos de investigación: la investigación centrada en el nivel de actividad individual (por ejemplo, el autoempleo) para medir el fenómeno emprendedor y la que tenía que ver sobre todo con la actividad emprendedora en el ámbito de actividad empresarial (por ejemplo, la creación de una organización). Sin embargo, ambos enfoques presentan deficiencias inherentes; las mediciones centradas en los individuos no sólo ignoran a las empresas sino que también subestiman algunos tipos específicos de emprendedores (por ejemplo, los autoempleados que contratan otros emplea-

³ Para más información sobre J. Turgot, J. B. Say, R. Cantillon y J. Schumpeter, v. Herbert & Link (1982).

dos). Esto contrasta con la medición de creación de empresas, que a menudo no es capaz de captar los negocios iniciados como *proprietorships* o *partnerships*.

Un tercer asunto planteado por los investigadores tiene que ver con los enfoques metodológicos utilizados para medir la actividad emprendedora. Los estudiosos han expresado preocupaciones respecto a la infravaloración de las entradas y salidas del mercado de nuevas empresas y el efecto que tiene esta infravaloración en la medición del impacto de la actividad emprendedora (Bates 2005; Birley 1984; Davidsson 2004; Dennis 1997, 1999; Williams 1993). Además, muchas de las bases de datos utilizadas por los estudiosos de la actividad emprendedora han sido diseñadas con fines distintos al estudio de la misma, lo que hace de ellas una herramienta menos adecuada para calibrar el fenómeno de la actividad emprendedora desde un punto de vista académico.

Aplicadas a comparaciones entre países, las cuestiones de medición relacionadas con la actividad emprendedora se hacen aún más problemáticas y el investigador tiene que hacer frente a elementos adicionales a tener en cuenta. Por un lado, la ausencia de un acuerdo universal sobre los indicadores apropiados hace particularmente difícil proporcionar comparaciones significativas y fiables del nivel de actividad emprendedora entre países (OECD 1998). Verheul et al. (2002, 7) afirman que los niveles nacionales de creación empresarial pueden, efectivamente, estar determinados por un amplio espectro de factores, cuya importancia varía según «el enfoque disciplinario, el nivel de análisis, la discriminación entre factores de oferta y demanda y una distinción entre la influencia en la tasa actual y de equilibrio de la actividad emprendedora».

Por otro lado, los niveles de actividad emprendedora en un país pueden estar afectados por asuntos contextuales como la existencia de un entorno solidario u hostil para la creación de empresas. Además, el país puede estar experimentando un contexto económico único o especial en el momento en que la actividad emprendedora está siendo medida. Este argumento es consecuente con la reivindicación de Gartner y Shane (1995) de que las medidas de las tasas de actividad emprendedora necesitan reflejar tanto una estructura a largo plazo como algún tipo de medida del efecto del entorno.

2.2. Medición de la actividad emprendedora en el Proyecto GEM

El Proyecto GEM constituye una herramienta de investigación muy importante, que puede permitir a los investigadores en creación de empresas resolver problemas relacionados con la medición de la actividad emprendedora en distintos países. Sin embargo, la instrumentación de las medidas empleadas en este proyecto no es ideal y, como cualquier otra medida, puede ser mejorada. Además, el GEM proporciona una base de datos muy rica que no ha sido explotada por completo y creemos que nuestro estudio puede ayudar a presentar estos datos de manera más respetuosa con las complejas realidades de la actividad emprendedora.

Uno de los resultados más conocidos del Proyecto GEM es una estimación de la actividad emprendedora de un país, el índice de actividad emprendedora total (TEA). El Proyecto GEM está diseñado para superar algunos problemas aparecidos en investigaciones anteriores sobre la medida de la actividad emprendedora. Si atendemos a las sugerencias de Gartner y Shane (1995), es una medida anual diseñada para captar la actividad emprendedora y sus efectos a través del tiempo. Intentando cumplir el reto de obtener una muestra representativa de los procesos de creación de empresas independientes en marcha y, por tanto, respondiendo a las preocupaciones de Dennis (1997), Williams (1993) y Birley (1984), el Proyecto GEM también está basado en una muestra aleatoria muy amplia de individuos adultos, a los que se les presentan tres preguntas exploratorias centrales para identificar si están en el proceso de crear una nueva empresa:

- q_1 : si el individuo está actualmente involucrado en una nueva empresa (indicación de ser un emprendedor emergente)
- q_2 : si su trabajo actual incluye una nueva empresa (*intrapreneur*⁴ emergente o emprendedor corporativo)
- q_3 : si el individuo es el propietario/ gerente de un nuevo negocio (propietario-gerente).

⁴ Siguiendo la nomenclatura vigente, en el resto de este artículo nos referiremos al *intrapreneur* como el emprendedor dentro de la empresa existente.

Los individuos que se identifican a sí mismos como emprendedores emergentes, *intrapreneurs* emergentes, o propietarios-gerentes de nuevas empresas, son dirigidos a una entrevista más larga donde se les preguntan cuestiones específicas sobre ellos mismos y sus empresas. El índice TEA resultante presenta, por tanto, la ventaja de tratar el asunto de los niveles de análisis planteado por Gartner y Shane (1995), ya que permite captar tanto el autoempleo individual como la creación de nuevas empresas.

A pesar de su utilidad, el Proyecto GEM todavía se esfuerza en alcanzar el reconocimiento académico con respecto a su índice TEA como herramienta fiable para medir la actividad emprendedora en distintos países (Hindle 2005). Creemos que una posible manera de disminuir la reticencia de los investigadores a sacar el máximo partido a los datos del GEM es mejorando la medición de los niveles de actividad emprendedora para cada país.⁵ Por tanto, una contribución significativa de este artículo es un reexamen de la manera de medir la actividad emprendedora utilizando los datos GEM existentes.

2.3. Fundamentosteóricos

En este estudio proponemos un enfoque basado en un modelo alternativo para medir y comparar la actividad emprendedora en un país y a través de varios países, un enfoque que introduce dos modificaciones importantes respecto a las propuestas tradicionales utilizadas para medir el nivel de actividad emprendedora en un país.

En primer lugar, y en lugar de ver la actividad emprendedora como una variable dicotómica, si los individuos son o no son emprendedores, introducimos la noción de una probabilidad de comportamiento emprendedor. Así, nuestro modelo mide esta probabilidad y crea un índice que es una variable continua que permite a los individuos variar en su propensión a asumir actividades emprendedoras.

⁵ Si bien reconocemos que el Proyecto GEM se beneficiaría de un repaso sustancial del cuestionario utilizado actualmente, los cambios en éste afectan a la capacidad de realizar análisis continuos y longitudinales. Por tanto, las mejoras propuestas en este artículo se relacionan con el enfoque elegido para medir la actividad emprendedora, no con el cuestionario en sí mismo.

En segundo lugar, a partir de la teoría de redes sociales, basamos nuestro modelo en la asunción de que la actividad emprendedora está afectada por el contexto social en el que se desarrolla, de tal manera que una medida de la red personal del emprendedor, en combinación con una medida de su propensión a tomar parte en una actividad emprendedora, proporcionan una medida más rica del impacto y la fuerza del comportamiento emprendedor en países específicos. En tanto que la medida de la actividad emprendedora directa es importante, creemos que es incompleta sin un examen del entorno social emprendedor y su impacto en la probabilidad de crear nuevas empresas.

2.4. Midiendola propensión emprendedora de un país

Siguiendo la visión de Gartner (1988) de que «¿quién es emprendedor?» es la pregunta equivocada, nosotros defendemos que «¿cuántos emprendedores hay en un país?» o «¿qué país tiene la mayor tasa de emprendedores?», es una pregunta incompleta (Hindle 2005) y debería ser reemplazada por un cálculo de la propensión relativa de un país a la actividad emprendedora. Asumiendo que los emprendedores «no son una población bien definida sino un objetivo impreciso y móvil» (Davidsson 2004, 70), creemos que los investigadores deberían ser cautelosos cuando comparan el nivel de actividad emprendedora naciente de los países y deberían matizar el índice TEA con una medida que capte el potencial emprendedor actual y futuro de un país.

El índice nacional TEA se calcula como la proporción de entrevistados clasificados como emprendedores nacientes en una muestra nacional representativa. Cada individuo de la muestra es clasificado como emprendedor o no emprendedor según sus respuestas a las cuestiones que van de q_1 a q_3 en la encuesta GEM. Defendemos que el uso de estas clasificaciones pasa por alto una dimensión esencial del fenómeno emprendedor, que consiste en que los individuos pueden mostrar una propensión o nivel variable de actividad emprendedora.

El concepto de grados de actividad emprendedora (*degrees of entrepreneurship*) fue introducido por primera vez por Cooper y Dunkelberg (1986) para ilustrar cómo las diferentes maneras de convertirse en propietario de un negocio demostraban distintos niveles de intensidad emprendedora. Algunos estudiosos asumieron esta noción para estudiar el nivel individual (Tay 1998) y las variaciones en el nivel organizacional (Schafer 1990) en la tendencia emprendedora.⁶ Más recientemente, Davidsson (2004, 29) actualizó esta idea y subrayó la importancia de estudiar «por qué, cuándo y cómo los individuos, organizaciones, regiones, sectores, culturas, naciones (u otras unidades de análisis) difieren en su propensión a descubrir y explorar nuevas ideas». Siguiendo este razonamiento, presentamos una mejora del índice TEA basada en la proposición de que el comportamiento emprendedor debería medirse como un continuo. En concreto, afirmamos que, en lugar de tratar la actividad emprendedora como una variable dicotómica, parece más legítimo considerar que algunos agentes económicos muestran una mayor propensión emprendedora⁷ que otros.

H_{1a} : la propensión de los individuos a la actividad emprendedora es una variable latente continua con múltiples indicadores posibles.

H_{1b} : ejemplos específicos de actividad emprendedora (como estar involucrado en la creación de una nueva empresa)

⁶ Es importante apuntar que la noción de propensión a la actividad emprendedora utilizada en este artículo es diferente de un concepto similar empleado por algunos estudiosos que adoptan un enfoque de rasgos para definir a los emprendedores y las particularidades de una persona para convertirse en emprendedora. Este es el caso, por ejemplo, de la construcción «orientación de actitud a la actividad emprendedora», que se posiciona en el campo de la sociología (Robinson et al. 1991), utilizada para medir la actitud emprendedora a través de tres dimensiones. Comportamiento, creencia y emoción. Sin embargo, es interesante anotar que Kollmann et al. (2005) consideran que estos tres factores están conectados a la actitud del individuo hacia un estímulo particular del entorno. Nuestro estudio establece el mismo tipo de conexión.

⁷ Aunque admitimos que la idea de una propensión emprendedora no debería estar limitada a las diferencias cuantitativas, nos concentraremos en este artículo en esta dimensión, ya que el GEM explora la dimensión cualitativa de forma bastante efectiva. El proyecto utiliza la distinción entre actividad emprendedora por necesidad y por oportunidad para ilustrar cómo los países pueden tener tasas similares de creación de empresas, que representan niveles muy diferentes de oportunidad emprendedora real y rentable (v. Davidsson 2004; Reynolds et al. 2004; Acs et al. 2005).

están relacionados con la propensión de los individuos a la actividad emprendedora a través de una relación de umbral.

2.4.1. El papel de la red social del emprendedor

La investigación en sociología sugiere que las posiciones en una estructura social influyen en las actitudes, comportamientos y resultados de los actores que ocupan esas posiciones (Granovetter 1985). Esta influencia social representa actualmente una línea de investigación emergente en el campo de la actividad emprendedora (Dodd 1997; Stuart y Sorenson 2004) que es resultado del desarrollo de dos corrientes importantes: redes organizativas y red personal del emprendedor.⁸ Nuestro estudio recurre a esta segunda construcción teórica y estudia su impacto en la frecuencia de creación de nuevas empresas.

Teniendo presente que los investigadores han adoptado distintas definiciones de lo que es una red personal, cada una en un ámbito diferente, adoptamos la definición de Gilmore y Carson (1999, 31): «Un grupo de personas que pueden conocerse o no las unas a las otras y que, de alguna manera, contribuyen a la actividad emprendedora, ya sea de forma pasiva, reactiva o proactiva, lo hayan elegido específicamente o no».

El principio más importante en los estudios sobre actividad emprendedora basada en redes personales es que las personas involucradas en redes pro-emprendedoras tienen más posibilidades de tomar parte en una de estas actividades. Este argumento proviene de la investigación pionera de Aldrich y Zimmer (1986), en la que se subraya la necesidad de examinar los procesos de actividad emprendedora en el contexto de su entorno. Además, si pensamos en ideas, conocimiento y capital como los principales componentes que los emprendedores deben reunir en la creación de una nueva empresa, las relaciones sociales proporcionan las conexiones necesarias para unir estos ingredientes. Las relaciones sociales dan forma a los flujos de información que permi-

⁸ V. O'Donnell et al. (2001) para un repaso de la literatura sobre las distintas perspectivas y corrientes de investigación que comprenden el análisis de redes en la actividad emprendedora.

ten identificar oportunidades prometedoras y crean los vínculos a través de los cuales fluye el capital, ayudando a los emprendedores a superar los obstáculos para la movilización de recursos.

Aunque ha habido pocos intentos de relacionar empíricamente microestructuras sociales con la incidencia de la actividad emprendedora, los sociólogos han insistido en repetidas ocasiones en que los vínculos personales tienen un impacto directo en la decisión de un individuo de fundar una nueva empresa. Por ejemplo, Stuart y Sorenson (2004, 223) presentan los resultados de una investigación anterior en la que demuestran que «la propensión de los académicos a dedicarse a la actividad emprendedora [...] dependía en gran medida de hasta qué punto sus redes y entorno de trabajo incluían científicos pro-emprendedores. [...] En cualquier situación en la que la actividad emprendedora viole las normas, cabe esperar que los procesos basados en la influencia de las redes sociales estarán detrás de la creación de nuevas empresas». Esto refuerza el argumento de Aldrich y Zimmer (1986) de que los enfoques tradicionales en la investigación acerca de la actividad emprendedora internacional han ignorado el carácter relacional del proceso emprendedor, enfatizando en exceso modelos deterministas basados en la cultura nacional.

El concepto de una red social personal es particularmente útil para estudiar la propensión a la actividad emprendedora por países como una suma de las probabilidades individuales de que cada uno lleve a cabo una actividad emprendedora. En línea con el argumento de O'Donnell et al. (2001), creemos que este enfoque proporciona algunas ventajas respecto a otros para explicar la creación de nuevas empresas. Estas ventajas incluyen: *a)* la integración del entorno, *b)* su perspectiva dinámica, y *c)* su capacidad para explicar por qué algunos individuos ponen en marcha empresas mientras que otros no lo hacen (Aldrich y Zimmer 1986; Johannisson 1987). A partir de los datos GEM, nuestro estudio presenta tres tipos de variables que reflejan hasta qué punto un individuo se encuentra involucrado en una red social emprendedora:

Conocer a un emprendedor es una de las vías más obvias para familiarizarse y tener inclinación hacia una carrera emprendedora. Como hemos comentado anteriormente, los emprendedores necesitan

establecer conexiones para identificar oportunidades y recabar los recursos necesarios para comenzar las operaciones. En algún punto, antes o durante este proceso, los emprendedores pueden estar influidos por agentes de socialización que les motivan y ayudan a poner en marcha sus nuevas empresas.

La actividad de los Business Angel no es sólo una manifestación directa de los esfuerzos emprendedores; es también una muestra de la posición privilegiada de una persona en una red emprendedora. Como afirman Stuart y Sorenson (2004, 213):

Una razón por la que las redes sociales conforman el proceso emprendedor de una manera tan determinante, es porque proporcionan los conductos por los que fluye la información privada. Dado que los individuos ocupan posiciones heterogéneas en las redes, su acceso a la información varía y, dado que el reconocimiento de oportunidades emprendedoras depende del acceso a información privada, las diferencias de posición en la red pueden explicar en buena medida la variación interindividual en el acceso al conocimiento necesario para distinguir oportunidades atractivas para nuevos negocios.

En este sentido, cuando los individuos contribuyen a la actividad emprendedora como inversores, pasan a formar parte de la red involucrada en el proceso de creación de la empresa. Su integración en este particular proceso circular les proporciona una información continua que puede estimular incluso más su interés y conocimiento sobre el proceso emprendedor.

*La percepción de buenas oportunidades en la propia región.*⁹ La geografía de la actividad emprendedora, que ha dado lugar a

⁹ Debería subrayarse aquí que la recepción de oportunidades se utiliza también en algunos modelos como medida de la propensión de un individuo a la actividad emprendedora. Por ejemplo, Parnell, Crandall y Menefee (1995) incluyeron «las creencias personales sobre oportunidades emprendedoras en la economía (i. e., retribuciones financieras, empleo, etc.)» como uno de los factores de percepción que miden la propensión emprendedora, es decir, la inclinación de cada uno a elegir una carrera emprendedora. Sin embargo, estos modelos se centran en las percepciones del individuo para explicar el comportamiento, mientras que nuestro enfoque pone el énfasis en la inclusión de la condición del entorno exterior, en particular el que está inmediatamente relacionado con el individuo, como desencadenante del comportamiento emprendedor.

la popular *tesis del distrito industrial*, es considerada por algunos como el resultado de la influencia de la estructura de las redes sociales sobre la identificación de oportunidades y la movilización de recursos. Esta perspectiva puede tipificarse por la idea de que «como los emprendedores utilizan los contactos de sus redes sociales para fundar empresas, como las redes de contactos de los individuos se concentran en la región donde trabajan y viven, y como las firmas ya establecidas producen muchos de los recursos que se emplean en la creación de otras nuevas (conocimiento tácito y mano de obra cualificada), las nuevas empresas de una industria tienden a surgir en el mismo lugar en el que ya hay otras» (Stuart y Sorenson 2004, 221). Nuestra investigación utiliza esta misma idea y la conecta con el argumento anteriormente mencionado de que las posibilidades de que una persona tome parte en una actividad emprendedora dependen de su posición privilegiada en una red emprendedora. Además, hay argumentos razonables para asumir que la identificación de una buena oportunidad en una región refleja, hasta cierto punto, las oportunidades y limitaciones que surgen de las relaciones que insertan a un individuo en un círculo social. Cuantos más individuos estén inscritos en círculos sociales favorables a la actividad emprendedora, más oportunidades verán.

2.4.2. Larelación entre propensión emprendedora y redes sociales

Los resultados y argumentos de anteriores investigaciones indican que la investigación que se centra únicamente en medir las entradas de firmas infravalora el alcance de la actividad emprendedora y su impacto en la sociedad. Según Krueger y Brazeal (1994, 92): «Pocas investigaciones han conceptualizado o medido el potencial emprendedor, aunque el interés en la pre-aparición de actividad emprendedora ha crecido recientemente [...], sin embargo, las medidas del potencial emprendedor parecen quedar reducidas a varios perfiles ad hoc de la personalidad y las características, con una validez predictiva mínima [...]». Reconociendo que la actividad emprendedora no se desarrolla en el vacío, los autores discutían la importancia de desarrollar un «potencial emprendedor» para que los emprendedores potenciales puedan encontrar condiciones adecuadas para

el desarrollo de sus ideas. Implícita en la noción de «potencial emprendedor» se encuentra la siguiente idea (Krueger y Brazeal 1994, 92):

El grupo, organización o comunidad posee cierto potencial para la actividad emprendedora. El entorno no necesita ser ya rico en emprendedores, sino tener un potencial para incrementar la actividad emprendedora [...]. Independientemente del nivel existente de actividad emprendedora, este caldo de cultivo crea unos fértiles cimientos para los emprendedores potenciales donde y cuándo ellos perciben una oportunidad personalmente viable. Así, el *potencial emprendedor* requiere *emprendedores potenciales*.

(Krueger y Brazeal, 1994: p. 92)

Algunos enfoques tradicionales han propuesto la existencia de distintas «propensiones a la actividad emprendedora» de acuerdo con la cultura o país de origen. Aunque está ampliamente reconocido que las normas sociales y culturales tienen un efecto indirecto en la elección de la carrera emprendedora (Hoftstede, 1980; Davidson, 1995; Verheul et al., 2002; Wennekers et al. 2001), algunos investigadores consideran que estos modelos socioculturales de actividad emprendedora son demasiado deterministas. Aldrich y Zimmer (1986, 7-8) aseguran:

El mayor problema con este enfoque es que los grupos que, presuntamente, son propensos a desarrollar una actividad emprendedora sólo manifiestan esta predisposición bajo condiciones limitadas y específicamente nacionales e históricas. Los resultados de la investigación sugieren que deberíamos atribuir el florecimiento de la predisposición en el seno de un grupo a condiciones situacionales, en lugar de deterministas.

En este estudio partimos de la literatura anterior y defendemos la existencia de una influencia del entorno que afecta la propensión de un individuo a la actividad emprendedora. Pero, en lugar de recurrir a modelos deterministas, prestamos atención a

las condiciones situacionales bajo las que los emprendedores crean una nueva empresa. Específicamente, sostenemos que el entorno social emprendedor afecta al nivel de actividad emprendedora y que la suma de un modelo de redes sociales a la actividad emprendedora proporciona una sólida descripción del proceso emprendedor. Así,

H_2 : La actividad emprendedora se verá positivamente influida por el entorno social emprendedor.

2.5. Aplicación caso español

Para este estudio utilizamos una muestra de 7.000 españoles entrevistados en la encuesta GEM 2003. La muestra fue obtenida a través de una empresa especializada en encuestas telefónicas.

Mientras que el índice TEA está construido alrededor de medidas directas de las actividades emprendedoras de los individuos (creación independiente de una empresa, trabajo actual que implique poner en marcha nuevas empresas, actual propietario/gerente de un negocio), no incluye otros indicadores directos o indirectos de actividad que también tiene un impacto real sobre la actividad emprendedora de los individuos. No obstante, las bases de datos del GEM sí proporcionan algunos tipos de indicadores ambientales: medidas a nivel macro del entorno nacional para la actividad emprendedora, valoraciones de los expertos sobre el entorno emprendedor del país y valoración de los individuos adultos del entorno próximo percibido.

Este tercer conjunto de variables es de especial interés para esta investigación, ya que ofrece la posibilidad de usar las respuestas de una muestra de emprendedores y no-emprendedores, dos grupos que muestran diferencias significativas en sus percepciones del entorno emprendedor. Además, consecuente con Denis (1997) y Aldrich et al. (1989), dentro del análisis del entorno nos concentramos en el examen de la familiaridad del entorno y los procesos intra-población, ya que estas variables se relacionan con el entorno emprendedor próximo a los individuos, esto es, los elementos del entorno que están cerca de

una persona, y que pueden fomentar su propensión a fundar un negocio. Este entorno próximo es, en nuestra opinión, más propenso a influir en el comportamiento de los individuos.

Nuestro modelo está basado en el supuesto de que la actividad emprendedora de los individuos y el entorno próximo son variables continuas latentes que están relacionadas con las preguntas de la encuesta, observadas a través de una relación de umbral (*threshold relationship*). Proporcionamos una valoración de la bondad del ajuste del modelo que proponemos, así como combinaciones lineales de los indicadores del GEM que pueden ser usados como *proxies* válidos de las variables latentes en nuestro modelo.

De acuerdo con la especificación del TEA del GEM, utilizamos tres indicadores de la actividad emprendedora directa (q_1 , q_2 y q_3) e incluimos tres preguntas de la encuesta GEM como indicadores del entorno social emprendedor. Éstas son las preguntas:

- q_4 : actividad de *business angels*,
- q_5 : conocer a un emprendedor,
- q_6 : buenas oportunidades para crear una empresa en tu área en los próximos 6 meses.

Un supuesto importante de esta investigación es que las variables q_1 - q_3 y q_4 - q_6 son *proxies* para dos variables latentes (continuas), la actividad emprendedora y el entorno social emprendedor, respectivamente. El cuadro 2.1 proporciona las frecuencias para las variables GEM empleadas en este estudio. Cinco individuos rechazaron responder a una o más de estas variables y fueron eliminados de futuros análisis. Así, el tamaño efectivo de la muestra es de 6.995 observaciones.

Nuestra hipótesis es que detrás de las respuestas de un individuo a las preguntas de la encuesta subyace un modelo de dos factores, tal y como se representa en el esquema 2.1. La primera variable latente (factor) corresponde a la propensión del individuo a tomar parte en actividades emprendedoras. Este factor tiene cuatro indicadores (de q_1 a q_4).¹⁰ La segunda variable latente

¹⁰ Es interesante subrayar que, desde nuestro punto de vista, ser un *business angel* es también un indicador de actividad emprendedora, aunque no se tiene en cuenta

CUADRO 2.1: Frecuencias de variables seleccionadas

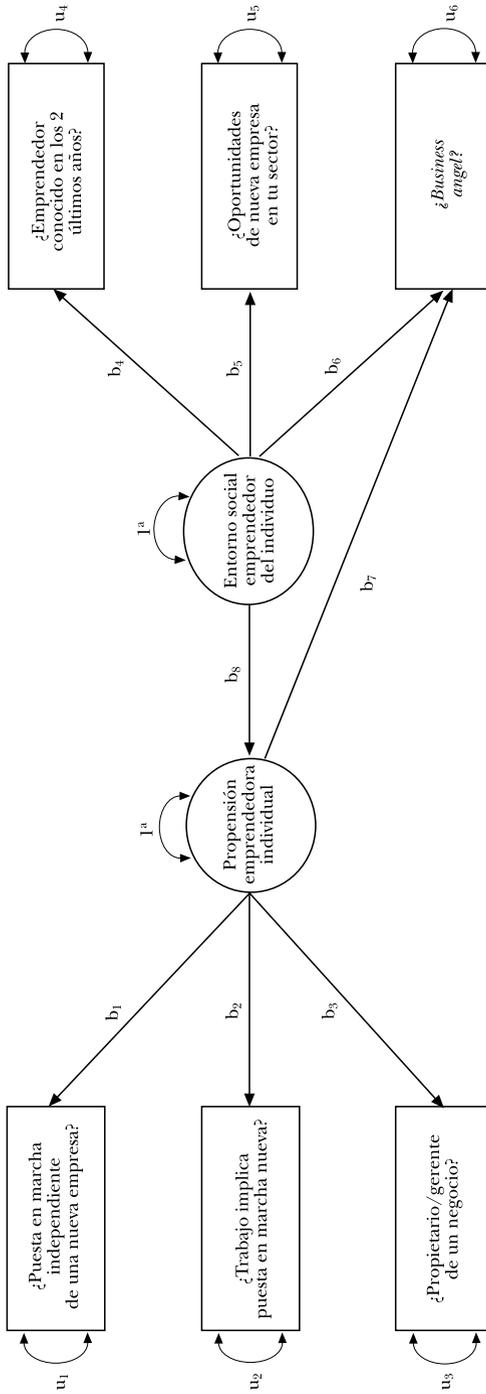
| Pregunta | Variable | No | No sabe | Sí | Total |
|----------|---|-------|---------|-------|-------|
| q_1 | ¿Puesta en marcha independiente de una nueva empresa? | 6.708 | 0 | 297 | 7.005 |
| q_2 | ¿Trabajo actual implica la puesta en marcha de una nueva empresa? | 6.877 | 4 | 114 | 6.995 |
| q_3 | ¿Propietario/gerente de un negocio? | 6.333 | 1 | 661 | 6.995 |
| q_4 | ¿ <i>Business angel</i> en los últimos tres años? | 6.766 | 0 | 229 | 6.995 |
| q_5 | ¿Conoce emprendedor en los últimos dos años? | 4.769 | 144 | 2.082 | 6.995 |
| q_6 | ¿Oportunidades de crear una nueva empresa en los próximos seis meses? | 3.097 | 1.580 | 2.318 | 6.995 |

corresponde al entorno emprendedor de los individuos con tres indicadores (q_4 , q_5 , q_6). También proponemos como hipótesis que la propensión a desarrollar actividades emprendedoras de los individuos está determinada por su entorno social emprendedor, único para cada individuo (es decir, que cambia de individuo a individuo).

De acuerdo con esta perspectiva, presentamos un modelo de propensión emprendedora y entorno social emprendedor y defendemos la existencia de una relación entre estas dos dimensiones, cada una de ellas medida mediante un cierto número de indicadores. El esquema 2.1 presenta nuestro modelo.

en el índice TEA. Incluimos las inversiones de business angels en nuestra medida EA y creemos que el GEM debería reconsiderar y recalibrar la medida TEA, incluso si esto implica reanalizar los datos de años anteriores para que las comparaciones de año en año sean adecuadas y válidas.

ESQUEMA 2.1: Un modelo bidimensional de la actividad emprendedora



^a Parámetros fijados para propósitos de identificación.

Dado que los errores aleatorios del modelo y las variables latentes están probablemente inducidos por un amplio conjunto de causas, asumimos que los errores aleatorios y las variables latentes están distribuidos normalmente. Ahora bien, para vincular este modelo teórico a las respuestas individuales observadas, asumimos una relación de umbral de manera que para cada variable observada:

$$q_i = \begin{cases} \text{No} & \text{si} & q_i^* < \tau_{i,1} \\ \text{No sabe} & \text{si} & \tau_{i,1} \leq q_i^* \leq \tau_{i,2} \\ \text{Sí} & \text{si} & q_i^* > \tau_{i,2} \end{cases} \quad (2.1)$$

donde los τ son umbrales que cambian de variable a variable, y q_{i1}^* son las puntuaciones de la propensión que subyace debajo de cada respuesta categórica observada.

Debe notarse que asumimos que la respuesta *no sé* proporciona información sobre la propensión emprendedora y el entorno social del individuo.¹¹ Además, la incorporación de respuestas *no sé* al modelo lleva a una reducción sustancial de los casos inutilizables. Si hubiésemos tratado las respuestas *no sé* como datos perdidos, el tamaño de la muestra efectiva hubiera sido 5.313 (una pérdida del 24% de los datos).

Ajustamos este modelo de ecuaciones estructurales utilizando Mplus (Muthén y Muthén 2001). El modelo se ajusta bien, dado el tamaño de la muestra empleada: $\chi^2 = 15,1$ con 7 grados de libertad ($p = 0,03$), RMSEA = 0,01. El cuadro 2.2 proporciona las estimaciones para los parámetros b del modelo (pendientes *probit*) junto con sus errores estándar. Además, el

¹¹ Nuestro modelo está basado en el supuesto de que las respuestas *no sé* no se deben al azar. Davidsson (2004) expresó preocupaciones acerca de que el GEM dependiera de «la interpretación subjetiva del entrevistado de qué debería ser contado y qué no, como estar intentando empezar un negocio». También afirmó que el problema podría variar según las diferencias culturales, mencionando el ejemplo de Alemania e Irlanda, donde una proporción considerable de respuestas *no sé* podrían ocurrir cuando el entrevistado habría querido decir *sí*. Siguiendo la idea de grados de actividad emprendedora mencionados anteriormente, asumimos que la pauta observada por los datos que faltan es la siguiente: cuando el entrevistado responde *no sé*, está eligiendo en realidad una respuesta intermedia entre el *sí* y el *no*.

cuadro 2.3 proporciona el R^2 para cada una de las seis variables utilizadas.

Como puede verse en estos cuadros, la variable que el modelo predice peor es si habrá buenas oportunidades de crear negocios en los próximos seis meses ($R^2 = 6\%$). Por otro lado, la variable que mejor predice el modelo es si el trabajo actual implica la creación de un negocio ($R^2 = 90\%$). Esta última es el mejor indicador de la propensión de un individuo a tomar parte en actividades emprendedoras (v. cuadro 2.2). Por otro lado, el mejor indicador del entorno empresarial de los individuos es si han conocido a un emprendedor en los últimos dos años. Finalmente, como proponíamos en nuestra hipótesis, ser un *business angel* es un *proxy* débil (aunque significativo) de la propensión de los individuos a tomar parte en una actividad emprendedora.

CUADRO 2.2: Parámetros estimados y errores estándar para los parámetros pendientes

| Parámetro | b_1 | b_2 | b_3 | b_4 | b_5 | b_6 | b_7 | b_8 |
|----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Estimación | 0,51 | 0,86 | 0,45 | 0,65 | 0,24 | 0,30 | 0,18 | 0,47 |
| Error estándar | 0,04 | 0,06 | 0,04 | 0,08 | 0,03 | 0,08 | 0,07 | 0,09 |

Nota: N = 6,995

CUADRO 2.3: Proporción de varianza explicada para cada uno de los indicadores del modelo

| Variable | Pregunta | R^2 |
|----------|--|-------|
| q_1 | ¿Puesta en marcha independiente de una nueva empresa? | 0,32 |
| q_2 | ¿Trabajo actual implica la puesta en marcha de una nueva empresa? | 0,90 |
| q_3 | ¿Propietario/ gerente de un negocio? | 0,25 |
| q_4 | ¿ <i>Business angel</i> en los últimos tres años? | 0,18 |
| q_5 | ¿Conoce emprendedor en los últimos dos años? | 0,42 |
| q_6 | ¿Oportunidades de crear una nueva empresa en los próximos 6 meses? | 0,06 |

De particular interés es el efecto de la propensión de los individuos a tomar parte en actividades emprendedoras en su entorno social emprendedor. Este efecto es significativo y fuerte, $R^2 = 18\%$.

En conclusión, hemos verificado que nuestro modelo para la actividad emprendedora del GEM es apoyado por los datos. Este modelo asume dos variables latentes continuas, en oposición a la categorización binaria actual del TEA, que clasifica a los encuestados como emprendedores o no emprendedores. Además, permite que los investigadores hagan poderosas inferencias estadísticas sobre el fenómeno emprendedor. En nuestro modelo, las principales cantidades de interés son las medias de las variables latentes que tienen que ver con la propensión de un individuo a tomar parte en actividades emprendedoras y con su entorno emprendedor. Lo interesante es investigar cómo estas medias cambian a lo largo del tiempo en un país y comparar resultados entre diferentes países. También posibilita la comparación de umbrales y pendientes (*slopes*) de las variables latentes a través del tiempo en un mismo país y comparaciones entre diferentes países. Finalmente, la metodología propuesta permite incorporar variables exógenas adicionales a nuestro modelo, como la formación de los individuos, las variables económicas de los países y el entorno cultural del país. Esto permite investigar los efectos de estas variables en las medias de las variables latentes del modelo, en los umbrales y en la evolución temporal de las variables latentes como en un análisis *probit* multivariado (v. Muthén 1979; Browne y Arminger 1995; Tay 1998).

No obstante, aunque óptimo estadísticamente, el enfoque aquí propuesto requiere una habilidad estadística considerable. Por tanto, en la siguiente sección consideramos construir combinaciones lineales de los indicadores que pueden ser usadas como una aproximación a las variables latentes de nuestro modelo.

2.5.1. *Proxies de las variables latentes*

La posición de cada individuo en las dos variables latentes de nuestro modelo del nivel de actividad emprendedora (así como los errores estándar para esas estimaciones) pueden obtenerse integrando la distribución posterior de las variables latentes, dadas las respuestas de cada entrevistado a los seis indicadores considerados

en este estudio. Investigamos en esta sección si, alternativamente, pueden obtenerse *proxies* adecuados para estas estimaciones por el siguiente procedimiento: codificamos las respuestas de los indicadores q_1 a q_6 como *No* = 0, *No sabe* = 1, y *Sí* = 2. Entonces calculamos:

$$PEI = (q_1 + q_2 + q_3 + q_4) / 8 \quad (2.2)$$

$$ESEI = (q_4 + q_5 + q_6) / 6 \quad (2.3)$$

Aquí, PEI y ESEI son índices normalizados (es decir, se sitúan entre 0 y 1) de la propensión de los individuos a tomar parte en actividades emprendedoras y del entorno emprendedor de los individuos, respectivamente. Para investigar la validez convergente y discriminante de estos *proxies*, calculamos las correlaciones entre éstos y nuestras estimaciones de las variables latentes para cada sujeto (obtenidas por integración bidimensional). Éstas se muestran en el cuadro 2.4.

Como puede verse en el cuadro, las *proxies* que proponemos correlacionan 0,90 con nuestras estimaciones de las variables latentes. Por lo tanto, muestran una alta validez de convergencia y pueden ser utilizadas como *proxies* válidas de las variables latentes. Sin embargo, nótese que el uso de *proxies* subestima la correlación entre actividad emprendedora y entorno emprendedor, porque no

CUADRO 2.4: Correlaciones entre el TEA, punto estimado de las variables latentes y las variables latentes *proxies*

| | TEA | PEI | ESEI |
|----------------------------|------|------|------|
| Actividad emprendedora | 0,73 | 0,89 | 0,47 |
| Entorno social emprendedor | 0,29 | 0,41 | 0,90 |
| TEA | 1,00 | 0,70 | 0,10 |
| PEI | 0,70 | 1,00 | 0,22 |
| ESEI | 0,10 | 0,22 | 1,00 |

Nota: Todas las correlaciones son significativas ($\alpha = 0,01$); la actividad emprendedora y el entorno son las estimaciones de las variables latentes de cada sujeto obtenidas por integración, PEI y ESEI son nuestras *proxies* de esas variables latentes.

toma en cuenta la falta de fiabilidad de las *proxies*. La correlación entre las *proxies* es sólo 0,22 (v. cuadro 2.4) mientras que la correlación entre las variables latentes es 0,47 (v. b_8 en cuadro 2.2).

Asimismo, el índice TEA correlaciona 0,70 con la *proxy* de actividad emprendedora (esto es, PEI) pero sólo 0,10 con la *proxy* de entorno social emprendedor (esto es, ESEI). Así, aunque está basada en principios muy distintos, nuestra medida de la actividad emprendedora (PEI) correlaciona fuertemente con el índice TEA.

2.6. Aplicación resto de países de la Unión Europea

En la sección anterior hemos presentado un modelo para medir la propensión de los individuos de una sociedad a tomar parte en la creación de una nueva empresa, así como para evaluar el entorno social emprendedor de los individuos de esa sociedad. El modelo captura estadísticamente estos dos conceptos utilizando variables aleatorias continuas no observadas (rasgos latentes). Asimismo, hemos identificado seis preguntas dentro de la base de datos del GEM que consideramos pueden ser indicadores válidos (*proxies*) de esos rasgos latentes (v. esquema 2.1). El modelo propuesto postula la existencia de una relación *probit* entre las respuestas de los individuos a las preguntas de la encuesta GEM y las variables latentes del modelo, donde las respuestas *no sé* son tratadas como una respuesta intermedia entre las respuestas *no* y *sí*.

En la sección anterior hemos aplicado este complejo modelo a los datos españoles del GEM correspondientes al año 2003, verificando que el modelo presenta un buen ajuste a esos datos. Asimismo, hemos propuesto dos índices fácilmente calculables (los índices PEI y ESEI), que hemos verificado que se comportan como *proxies* válidos de los valores no observados de las variables latentes. Nuestro objetivo es utilizar estos índices para medir la evolución de la actividad y el entorno emprendedores dentro de un mismo país a lo largo del tiempo, así como para comparar la actividad y el entorno emprendedores entre países diferentes. Para ello, es necesario verificar que el modelo puede ser extrapolado a otros países.

En esta sección evaluamos la bondad de ajuste del modelo en todos aquellos países de la Unión Europea que participaron en el

Proyecto GEM entre los años 2001 y 2003. El cuadro 2.5 presenta un listado de los países en los que se evaluó la bondad de ajuste.¹²

CUADRO 2.5: Listado de países de la Unión Europea en los que se evalúa la bondad del ajuste del modelo, con indicación del tamaño muestral por cada año

(entre paréntesis, el porcentaje de casos válidos para cada muestra)

| País | Código | Año 2001 | Año 2002 | Año 2003 |
|--------------|--------|--------------|---------------|-----------------|
| Grecia | GR | — | — | 2.000 (65,30%) |
| Países Bajos | NL | 2.013 (100%) | 3.510 (100%) | 3.505 (54,98%) |
| Bélgica | BE | 2.038 (100%) | 4.057 (100%) | 2.184 (56,82%) |
| Francia | FR | 1.991 (100%) | 2.029 (100%) | 2.000 (98,91%) |
| España | ES | 2.016 (100%) | 2.000 (100%) | 7.000 (99,93%) |
| Hungría | HU | 2.000 (100%) | 2.000 (100%) | — |
| Italia | IT | 1.973 (100%) | 2.002 (100%) | 1.967 (49,82%) |
| Reino Unido | UK | 5.398 (100%) | 16.002 (100%) | 21.666 (59,84%) |
| Dinamarca | DK | 2.022 (100%) | 2.009 (100%) | 2.008 (57,82%) |
| Suecia | SE | 2.056 (100%) | 1.999 (98,3%) | 2.025 (99,80%) |
| Polonia | PL | 2.000 (100%) | 2.000 (100%) | — |
| Alemania | DE | 7.058 (100%) | 15.041 (100%) | 7.534 (61,93%) |
| Portugal | PT | 2.000 (100%) | — | — |
| Israel | IE | 1.971 (100%) | 2.000 (100%) | 1.971 (60,58%) |
| Finlandia | FI | 2.001 (100%) | 2.005 (100%) | 2.005 (61,30%) |
| Eslovenia | SI | — | 2.030 (100%) | 2.012 (62,38%) |

Nota: Cuando el tamaño de la muestra era mayor de 2.000 casos, se utilizaron submuestras aleatorias de 2.000 sujetos por cada país y año en los análisis.

Obsérvese en el cuadro como nuestra sugerencia de tratar las respuestas *no sé* como una categoría intermedia nos permite analizar el 100% de los sujetos encuestados en los años 2001 y 2002 en la mayor parte de países. Por el contrario, en el año 2003 un porcentaje en algunos casos elevado de los encuestados no pue-

¹² Nótese que en este cuadro, así como en análisis posteriores, se incluyen también algunos países que no pertenecen a la Unión Europea a fin de valorar la generalización de los resultados a otros países de nuestro entorno.

den ser analizados. Ello se debe a un cambio en la metodología GEM por el cual si un encuestado contestaba negativamente a las preguntas q_1 a q_3 no continuaba la entrevista y por tanto para esos sujetos no se dispone de sus respuestas a las preguntas q_4 a q_6 . Los resultados del análisis se presentan en el cuadro 2.6.

CUADRO 2.6: Bondad de ajuste del modelo en países europeos por año

| País | 2001 | | | 2002 | | | 2003 | | |
|--------------|--------------------------|-------------|-------------|--------------------------|-------------|-------------|-------------------------|-------------|-------------|
| | Chi (p) | RMSEA | CFI | Chi (p) | RMSEA | CFI | Chi (p) | RMSEA | CFI |
| GR | * | * | * | * | * | * | ** | ** | ** |
| NL | 283,11 (0,00) | 0,14 | 0,68 | 10,91 (0,14) | 0,02 | 0,99 | 20,70 (0,00) | 0,04 | 0,93 |
| BE | 10,60 (0,16) | 0,02 | 1,00 | 10,63 (0,16) | 0,02 | 1,00 | 16,01 (0,03) | 0,03 | 0,96 |
| FR | 3,33 (0,85) | 0,00 | 1,00 | 12,29 (0,09) | 0,02 | 0,99 | 26,98 (0,00) | 0,04 | 0,96 |
| ES | 10,45 (0,16) | 0,02 | 1,00 | 12,51 (0,08) | 0,02 | 0,99 | 5,57 (0,58) | 0,00 | 1,00 |
| HU | 28,25 (0,00) | 0,04 | 0,97 | ** | ** | ** | * | * | * |
| IT | 17,70 (0,01) | 0,03 | 0,99 | 117,36 (0,00) | 0,09 | 0,89 | ** | ** | ** |
| UK | 11,39 (0,12) | 0,02 | 1,00 | 10,30 (0,17) | 0,02 | 0,99 | 11,30 (0,13) | 0,02 | 0,98 |
| DK | 25,40 (0,00) | 0,04 | 0,97 | 12,92 (0,07) | 0,02 | 0,97 | 21,91 (0,00) | 0,04 | 0,87 |
| SE | 8,53 (0,29) | 0,01 | 1,00 | 3,78 (0,81) | 0,00 | 1,00 | 4,66 (0,70) | 0,00 | 1,00 |
| PL | 30,75 (0,00) | 0,04 | 0,96 | 10,66 (0,15) | 0,02 | 0,99 | * | * | * |
| DE | 7,75 (0,38) | 0,01 | 1,00 | 9,66 (0,21) | 0,01 | 1,00 | 25,97 (0,00) | 0,05 | 0,96 |
| PT | 17,12 (0,02) | 0,03 | 0,98 | * | * | * | * | * | * |
| IE | 10,85 (0,15) | 0,02 | 1,00 | 10,06 (0,19) | 0,02 | 1,00 | 15,50 (0,03) | 0,03 | 0,95 |
| FI | 25,01 (0,00) | 0,04 | 0,96 | 19,30 (0,01) | 0,03 | 0,98 | ** | ** | ** |
| SI | * | * | * | 28,94 (0,00) | 0,04 | 0,94 | 11,04 (0,14) | 0,02 | 0,99 |
| TOTAL | 74.776 (0,00) | 0,02 | 0,99 | 65.706 (0,00) | 0,02 | 0,99 | 83,60 (0,00) | 0,03 | 0,97 |

* Muestra no disponible.

** No convergencia.

En este cuadro, además de presentar la prueba de *chi*-cuadrado y su *p*-valor, incluimos dos índices adicionales de bondad de ajuste: el Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA: Steiger y Lind 1980) y el Comparative Fit Index (CFI: Bentler 1990). Valores del CFI por encima de 0,95 y valores del RMSEA por debajo de 0,05 indican un buen ajuste del modelo.

Como se observa en el cuadro 2.6, el ajuste del modelo es bueno en todos los países y años considerados, excepto en el caso de Países Bajos en el año 2001, en el que el modelo no se ajusta bien. Asimismo, observamos en el cuadro que, en algunos casos, la estimación del modelo propuesto no converge. Con todo, los resultados obtenidos justifican claramente la utilización de este modelo para medir la evolución de la actividad emprendedora en Europa. Así, procedemos a calcular los índices de propensión emprendedora individual (PEI), y entorno social emprendedor del individuo (ESEI) para cada uno de los países de la Unión Europea de los que se dispone de datos en el período 2001-2003.

En el cuadro 2.7 examinamos las correlaciones entre los índices propuestos (PEI y ESEI), así como del índice TEA en la Unión Europea en el período 2001-2003.

CUADRO 2.7: Correlaciones de los valores de los índices TEA, PEI y ESEI entre 2001 y 2003

| | TEA 2001 | TEA 2002 | TEA 2003 | PEI 2001 | PEI 2002 | PEI 2003 | ESEI 2001 | ESEI 2002 | ESEI 2003 |
|-----------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------|-------------------|-------------------|--------------|
| TEA 2001 | 1 | | | | | | | | |
| TEA 2002 | 0,83 ^b | 1 | | | | | | | |
| TEA 2003 | 0,46 | 0,57 | 1 | | | | | | |
| PEI 2001 | 0,76 ^b | 0,81 ^b | 0,63 ^a | 1 | | | | | |
| PEI 2002 | 0,50 | 0,65 ^a | 0,66 ^a | 0,80 ^b | 1 | | | | |
| PEI 2003 | 0,39 | 0,47 | 0,74 ^b | 0,76 ^b | 0,80 ^b | 1 | | | |
| ESEI 2001 | 0,07 | 0,23 | 0,58 | 0,38 | 0,62 ^a | 0,54 | 1 | | |
| ESEI 2002 | 0,01 | 0,28 | 0,45 | 0,20 | 0,58 ^a | 0,37 | 0,92 ^b | 1 | |
| ESEI 2003 | 0,32 | 0,49 | 0,44 | 0,43 | 0,58 ^a | 0,38 | 0,87 ^b | 0,90 ^b | 1 |

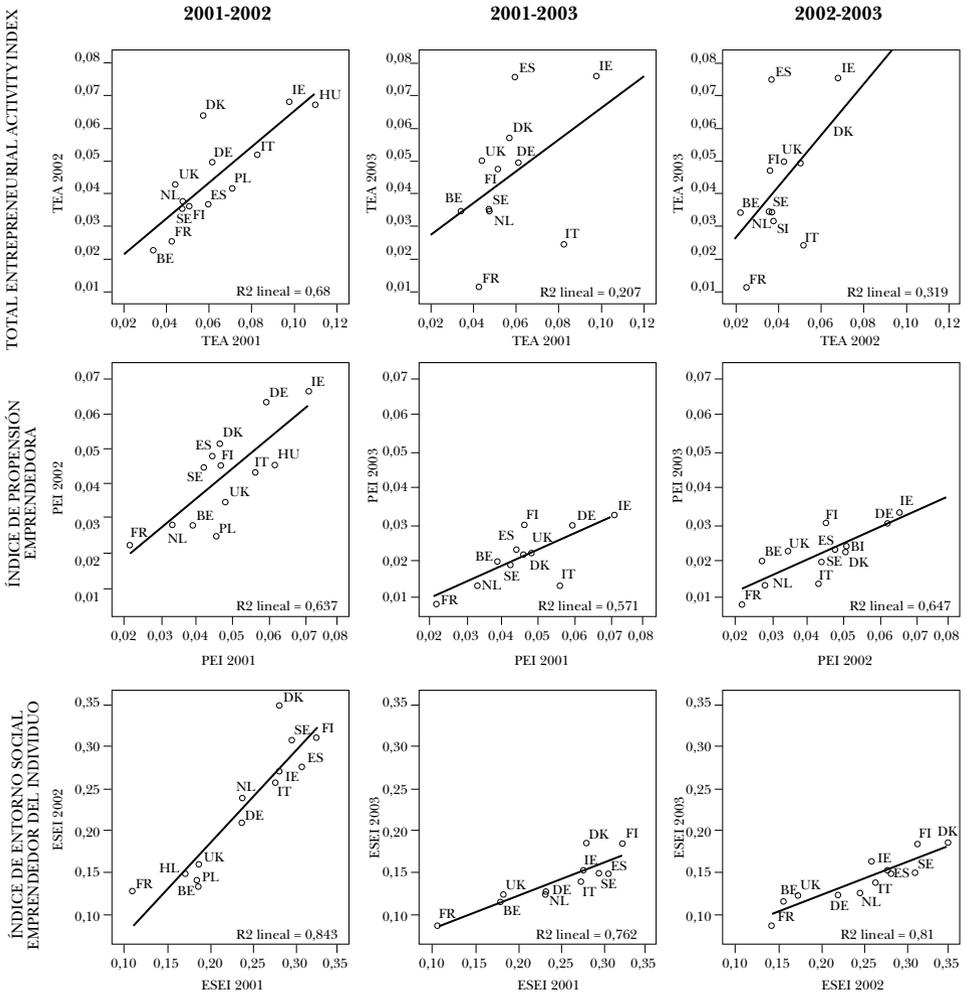
^a La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

^b La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Nota: Se muestran en gris las correlaciones entre los valores del mismo índice en distintos años.

Como puede observarse en este cuadro, el índice ESEI es el más estable en el período investigado, con correlaciones interanuales entre 0,87 y 0,92. El índice PEI es asimismo muy estable, con correlaciones entre 0,76 y 0,80. El índice TEA es el menos estable, con correlaciones entre 0,46 y 0,83. Esto último puede verificarse gráficamente en el gráfico 2.1, en la que se presentan diagramas de dispersión para cada una de estas correlaciones.

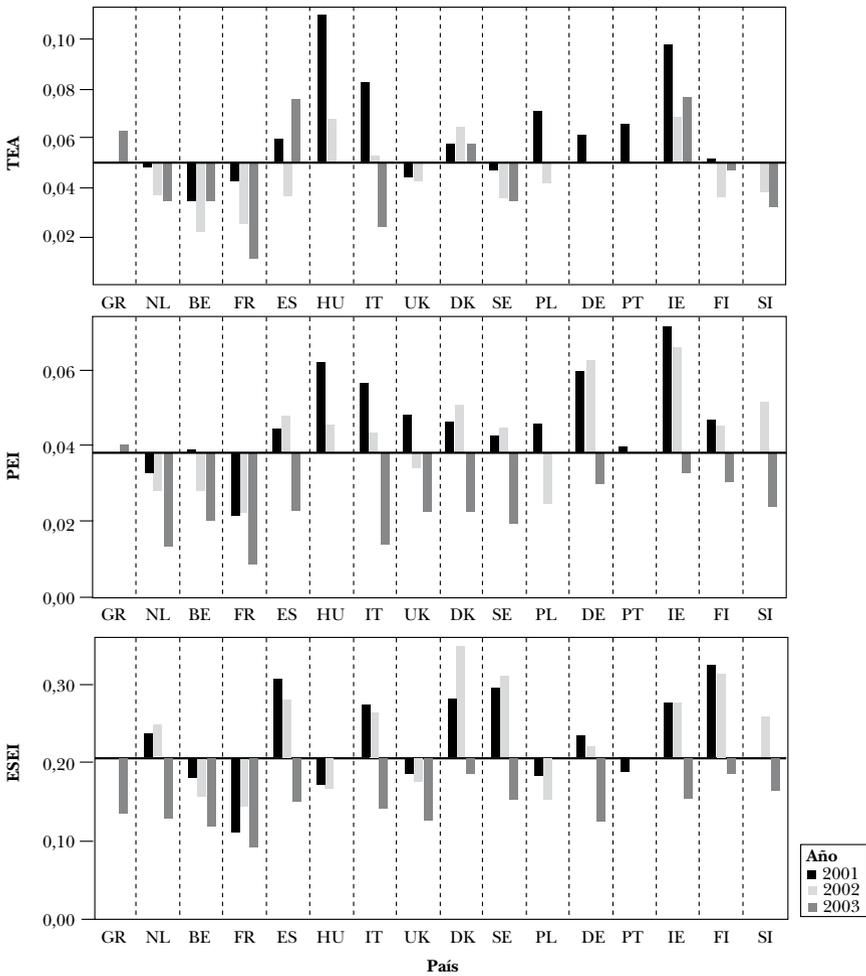
GRÁFICO 2.1: Gráficos de dispersión de los índices TEA, EA y EE medios en los años recogidos



Asimismo, es de interés señalar cómo en el cuadro 2.7 el índice TEA correlaciona sustancialmente con el índice PEI correspondiente al mismo año. En 2001 la correlación es 0,76, en 2002 la correlación es 0,65, y en 2003 la correlación es 0,74.

Finalmente, el gráfico 2.2 presenta los índices TEA, PEI y ESEI para cada país de la Unión Europea participante en el Proyecto GEM entre 2001 y 2003.

GRÁFICO 2.2: Índices TEA, PEI y ESEI por país y año



En este gráfico, la línea de origen es la del valor promedio del índice en Europa durante el período 2001-2003 y las barras representan el valor del índice en cada país para cada uno de esos años.

2.7. Discusión

La medida de la actividad emprendedora en diferentes países es una preocupación importante tanto para los investigadores interesados por la actividad emprendedora, como para los asuntos relacionados con las políticas públicas (Birley 1984; Dennis 1997; Haswell y Holmes 1989; Laitinen 1992; Williams 1993). En este artículo hemos reexaminado este asunto, introduciendo la noción de propensión de actividad emprendedora. Esto implica un cambio significativo en la forma de ver la actividad emprendedora. Además, incluimos y medimos los efectos del entorno emprendedor en la actividad emprendedora. Consideramos que son contribuciones significativas al examen y medición de la actividad emprendedora.

Los argumentos basados en redes tienen un potencial significativo para mejorar nuestra comprensión de la propensión de un individuo a tomar parte en una actividad emprendedora. En este sentido, nuestro estudio aborda los problemas de los sociólogos, proporcionando un test empírico y una validación de la afirmación general de que la incidencia de la actividad emprendedora depende de la estructura de la red social de un individuo (Stuart y Sorenson 2004). Además, de acuerdo con estos argumentos teóricos, nuestros resultados indican que el contexto personal de un individuo afecta significativamente a las particularidades que le llevarán a tomar parte directamente en una actividad emprendedora, y sugieren que si no consideramos este efecto, infravaloraremos la dimensión de la actividad emprendedora en un país.

También las medidas del estudio suponen una mejora respecto a enfoques previos. Abogamos por la medición de la propensión a la actividad emprendedora, la cual es medida de forma transparente mediante una puntuación continua, aunque acotada entre 0 y 1. Este punto es una novedad significativa respecto a la investigación

previa en actividad emprendedora, y en particular respecto a la medida TEA del GEM. La utilización, como en el TEA, de una clasificación en la que los individuos están catalogados como emprendedores o no emprendedores, refleja un enfoque estático del fenómeno, mientras que el empleo de la propensión, calculada como una variable que va de 0 a 1, permite a los investigadores tener una visión dinámica del proceso e incorporar la noción de la probabilidad de la actividad emprendedora a través del tiempo. Creemos que esta es una contribución significativa, que incita a repensar los enfoques tradicionales al examinar la actividad emprendedora.

También es importante la introducción de la noción de umbrales en el contexto de la creación de nuevas empresas. Nuestro modelo también permite examinar los umbrales que determinan cuándo la gente pone en marcha empresas. Este es un punto muy importante tanto para la investigación académica como para la planificación de políticas públicas. Desde la perspectiva de la investigación, nos acerca a identificar los elementos que determinan o no la probabilidad de crear nuevas empresas. Futuras investigaciones definirán qué variables determinan estos umbrales.

Dado que nos adherimos a una perspectiva dinámica del fenómeno emprendedor y vemos a los individuos como poseedores de cierta propensión a ser emprendedores, podemos hacer deducciones de manera más efectiva sobre la actividad emprendedora de un país o región. Este enfoque puede no resolver por completo la cuestión de cómo comparar idealmente la actividad emprendedora de un país con la de otro, pero supone un paso hacia la medición de esta diferencia de manera más consistente. Además, creemos que este enfoque nos permite desarrollar preguntas de investigación, metodologías y técnicas que harán justicia a la complejidad de la actividad emprendedora (Gartner 1985, 1988). Es más, sostenemos que la actividad emprendedora no es una realidad clara que pueda definirse aproximadamente en números; es, por el contrario, un potencial que la gente tiene en ciertos grados y que, combinado con circunstancias específicas, puede dar lugar a la puesta en marcha de nuevas empresas.

En este punto es importante advertir que la medida TEA, como nuestras medidas PEI y ESEI, son simplemente índices. No representan el porcentaje de emprendedores actuales o potencia-

les. Mientras que es tentador considerar el TEA como el porcentaje de emprendedores, y hay evidencias de que algunas veces se utiliza erróneamente como tal, el valor de estos índices está en su capacidad para realizar comparaciones en el tiempo dentro de un país o región, o entre países y regiones, más que en proporcionar valores absolutos de la actividad emprendedora.

Finalmente, reconocemos que la medición de la actividad emprendedora siempre será un asunto discutible y no es nuestra intención reabrir el debate sobre la definición de actividad emprendedora. No obstante, consideramos que proponiendo una medida alternativa y consistente para la comparación internacional de la actividad emprendedora, podríamos contribuir de manera significativa al avance del conocimiento académico, además de proporcionar a los diseñadores de las políticas públicas aportaciones útiles para diseñar programas que aumenten la riqueza económica de sus países en el contexto de la competencia global.

Bibliografía

- ACS, Z. J., D. B. AUDRETSCH y D. S. EVANS. *The Determinants of Variations in Self-employment Rates Across Countries and Over Time*. Nueva York: Mimeo, 1994.
- ACS, Z. J., B. CARLSSON y C. KARLSSON. *Entrepreneurship, Small and Medium-Sized Enterprises and the Macroeconomy*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999.
- ACS, Z. J. y D. STOREY. «Introduction: Entrepreneurship and Economic Development». *Regional Studies* 38 n.º 8 (2004): 871-877.
- ACS, Z. J., P. ARENIUS, M. HAY y M. MINNITI. *Global Entrepreneurship Monitor 2004 Executive Report*. Londres: Babson College y London Business School, 2005.
- ALDRICH, H. E. «Using an Ecological Perspective to Study Organizational Founding rates». *Entrepreneurship Theory and Practice* 14 n.º 3 (1990): 7-24.
- ALDRICH, H. y C. ZIMMER. «Entrepreneurship Through Social Networks». En SEXTON, D. L. y R. W. SMILOR, ed. *The Art and Science of Entrepreneurship* (pp. 3-23). Cambridge, MA: The Ballinger Publishing Company, 1986.
- ALDRICH, H. E. et al. «In Pursuit of Evidence: Sampling Procedures for Locating New Businesses». *Journal of Business Venturing* 4 (1989): 367-386.
- ALDRICH, H. E., A. ELAM y P. R. REESE. «Strong Ties, Weak Ties and Strangers: Do Women Business Owners Differ from Men in Their Use of Networking to Obtain Assistance?». En BIRLEY, S. y I. MACMILLAN, eds. *Entrepreneurship in a Global Context*. Londres: Routledge, 1996.
- ARENIUS, P. y M. MINNITI. «Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship». Documento presentado en GEM 2005 Conferencia. Budapest: 25-27 mayo, 2005.
- AUDRETSCH, D. B. y M. FRITSCH. «Geography of Firm Births in Germany». *Regional Studies* 28 n.º 4 (2000): 359-365.

- AUDRETSCH, D. B. y A. R. THURIK. «Capitalism and Democracy in the 21st Century: from the Managed to the Entrepreneurial Economy». *Journal of Evolutionary Economics* 10 n.º 1 (2000): 17-34.
- BATES, T. «Analysis of Young, Small Firms that Have Closed: Delineating Successful from Unsuccessful Closures». *Journal of Business Venturing* 20 n.º 3 (2005): 343-358.
- BENTLER, P. M. «Comparative Fit Indexes in Structural Models». *Psychological Bulletin* 107 n.º 2 (1990): 238-246.
- BIRLEY, S. «Finding the New Firm». *Proceedings of the Academy of Management* 47 (1984): 64-68.
- BLANCHFLOWER, D. G. «Self-Employment in OECD Countries». *Labour Economics* 7 (2000): 471-505.
- BROWNE, M. W. y G. ARMINGER. «Specification and Estimation of Mean and Covariance Structure Models». En ARMINGER, G., C. C. CLOGG y M. E. SOBEL, eds. *Handbook of Statistical Modeling for the Social and Behavioral Sciences*. Nueva York: Plenum Press (1995): 185-249.
- BROWNE, M. W. y R. CUDECK. «Alternative Ways of Assessing Model Fit». En BOLLEN, K. A. y J. S. LONG, eds. *Testing Structural Equation Models* (pp. 136-162). Newbury Park, CA: Sage, 1993.
- BRUYAT, C. y P. A. JULIEN. «Defining the Field of Research in Entrepreneurship». *Journal of Business Venturing* 16 (2000): 165-180.
- BUSENITZ, L. G. et al. «Entrepreneurship Research in Emergence: Past Trends and Future Directions». *Journal of Management* 29 n.º 3 (2003): 285-308.
- CARREE, M. A. et al. «Economic Development and Business Ownership: An Analysis Using Data of 23 Modern Economies in the Period 1976-1996». *Small Business Economics* 19 n.º 3 (2002): 271-291.
- CHANDLER, G. N. y D. LYON. «Issues of Research Design and Construct Measurement in Entrepreneurship Research: The Past Decade». *Entrepreneurship Theory and Practice* 25 n.º 4 (verano 2001): 101-113.
- CODURAS, A. et al. *The Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Executive report Spain 2004*. Madrid: Najeti Chair-Instituto de Empresa Business School, 2005.
- CODURAS, A. y R. JUSTO. *The Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Executive report Spain 2002*. Madrid: Najeti Chair-Instituto de Empresa Business School, 2003.
- COOPER, A. y W. C. DUNKELBERG. «Entrepreneurship and Paths to Business Ownership». *Strategic Management Journal* 7 n.º 1 (1986): 53-69.
- COVIELLO, N. E. y M. V. JONES. «Methodological Issues in International Entrepreneurship Research». *Journal of Business Venturing* 19 n.º 4 (2004): 485-508.
- DAVIDSSON, P. «Culture, Structure and Regional Levels of Entrepreneurship». *Entrepreneurship and Regional Development* 7 (1995): 41-62.
- . *Researching Entrepreneurship*. Nueva York: Springer Verlag, 2004.
- DE CASTRO, J. et al. *The Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Executive Report Spain 2001*. Madrid: Najeti Chair-Instituto de Empresa Business School, 2001.
- DENNIS JR., W. J. «More Than You Think: An Inclusive Estimate of Business Entries». *Journal of Business Venturing*. May 12 (1997): 175-196.
- . «Business Starts and Stops». *Wells Fargo/NFIB Series*, November, Washington, DC: The NFIB Education Foundation, 1999.
- DODD, S. D. «Social Network Membership and Activity Rates: Some Comparative Data». *International Small Business Journal* 15 n.º 4 (1997): 80-87.

- GARTNER, W. B. «A Conceptual Framework for Describing and Classifying the Phenomenon of New Venture Creation». *Academy of Management Review* 10 n.º 4 (1985): 696-706.
- . «Who is an Entrepreneur? Is the Wrong Question». *American Small Business Journal* (1988): 11-31.
- . «What Are We Talking When We Talk About Entrepreneurship?». *Journal of Business Venturing* 5 n.º 1 (1990): 15-28.
- GARTNER, W. B. y S. A. SHANE. «Measuring Entrepreneurship Over Time». *Journal of Business Venturing* 10 n.º 4 (1995): 283-301.
- GILMORE, A. y D. CARSON. «Entrepreneurial Marketing by Networking». *New England Journal of Entrepreneurship* 12 n.º 4 (1999): 31-38.
- GNYAWALI, D. R. y D. S. FOGEL. «Environment for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications». *Entrepreneurship Theory and Practice* 18 (1994): 43-62.
- GRANOVETTER, M. «Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness». *American Journal of Sociology* 91 n.º 3 (1985): 481-510.
- HASWELL, S. y S. HOLMES. «Estimating the Small Business Failure Rate: A Reappraisal». *Journal of Small Business Management* (julio 1989): 68-74.
- HERBERT, R. F. y A. N. LINK. *The Entrepreneur*. Nueva York: Preager, 1982.
- . «In Search of the Meaning of Entrepreneurship». *Small Business Economics* 1 n.º 1 (1989): 39-49.
- HINDLE, K. *A Measurement Framework for International Entrepreneurship Policy Research: From Impossible Index to Malleable Matrix*. Documento inédito, 2005.
- HOFSTEDE, G. *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Beverly Hills, CA: Sage, 1980.
- JACKSON, J. E. y G. RODKEY. «The Attitudinal Climate for Entrepreneurial Activity». *Public Opinion Quarterly* 58 n.º 3 (1994): 358-380.
- JOHANNISSON, B. «Anarchists and Organizers-Entrepreneurs in a Network Perspective». *International Studies of Management and Organisation* 17 (1987): 49-63.
- KEEBLE, D. y S. WALKER. «New Firms, Small Firms, and Dead Firms: Spatial Patterns and Determinants in the United Kingdom». *Regional Studies* 28 n.º 4 (1994): 411-427.
- KIRCHHOFF, B. A. y B.D. PHILLIPS. «The Effect of Firm Formation and Growth on Job Creation in the United States». *Journal of Business Venturing* 3 (1989): 261-272.
- KOLLMANN, T., J. CHRISTOFOR y A. KUCKERTZ. «Explaining Entrepreneurial Orientation: Conceptualization of a Cross-Cultural Research Framework». Paper presented at the *EURAM 2005 Conference*. Munich: May 4-7, 2005.
- KRUEGER, N. F. «The Impact of Prior Entrepreneurial Experience on Perceived New Venture Feasibility and Desirability». *Entrepreneurship Theory and Practice* 18 n.º 1 (1993): 5-21.
- KRUEGER JR., N. F. y D. V. BRAZEAL. «Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs». *Entrepreneurship Theory and Practice* 18 n.º 3 (1994): 91-104.
- LAITINEN, E. K. «Prediction of Failure of a Newly Founded Firm». *Journal of Business Venturing* 7 n.º 4 (1992): 323-340.
- LUMPKIN, G. T. y G. G. DESS. «Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance». *Academy of Management Review* 21 n.º 1 (1996): 135-172.
- MURPHY, G., J. W. TRAILER y R. C. HILL. «Measuring Performance in Entrepreneurship Research». *Journal of Business Research* 36 (1996): 15-23.

- MUTHÉN, B. «A Structural Probit Model with Latent Variables». *Journal of the American Statistical Association* 74 (1979): 807-811.
- MUTHÉN, L. y B. MUTHÉN. *MPLUS*. Los Angeles, CA: Muthén & Muthén, 2001.
- NAMAN, J. L. y D. SLEVIN. «Entrepreneurship and the Concept of Fit: A Model and Empirical Tests». *Strategic Management Journal* 14 (1993): 137-153.
- NOORDERHAVEN, N. G. et al. *Self-Employment out of Dissatisfaction*. Tinbergen Institute Discussion Paper 99-089/3. Rotterdam: Tinbergen Institute, 1999.
- O'DONNELL, A. et al. «The Network Construct in Entrepreneurship Research: A Review and Critique». *Management Decision* 39 n.º 9 (2001): 749-760.
- OECD. *Fostering Entrepreneurship, the OECD Jobs Strategy*. París: OECD, 1998.
- PARNELL, J. A., W. R. CRANDALL y M. MENEFFEE. «Examining the Impact of Culture on Entrepreneurial Propensity». *Academy of Entrepreneurship Journal* 1 n.º 1 (1995): 39-52.
- PFEFFER J. y G. R. SALANCIK. *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*. Nueva York: Harper and Row, 1978.
- PRAAG, M. C. VAN «Some Classic Views on Entrepreneurship». *The Economist* 147 n.º 3 (1999): 311-335.
- PRAAG, M. C. VAN y H. VAN OPHEM. «Determinants of Willingness and Opportunity to Start As an Entrepreneur». *Kyklos* 48 (1995): 513-540.
- REYNOLDS, P. D. «Predicting New-Firm Births: Interactions of Organizational and Human Populations». En SEXTON, D. L. y J. D. KASARDA, eds. *The State of the Art of Entrepreneurship* (pp. 268-300). Boston: PWS-Kent, 1992a.
- . «Sociology and Entrepreneurship. Concepts and Contributions». *Entrepreneurship Theory and Practice* 16 n.º 2 (1992b): 47-70.
- REYNOLDS, P. D., D. J. STOREY y P. WESTHEAD. «Cross-National Comparisons of the Variation in New Firm Formation Rates». *Regional Studies* 28 n.º 4 (1994): 443-456.
- REYNOLDS, P. D., M. HAY y S. M. CAMP. *Global Entrepreneurship Monitor. 1999 Executive Report*. Londres: Babson College, London Business School y The Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership, 1999.
- REYNOLDS, P. D., W. D. BYGRAVE y A. ERKKO. *GEM Global Report 2003*, Kansas MO: Kauffman Foundation, Babson College y London Business School, 2004.
- ROBINSON, P. B. et al. «An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship». *Entrepreneurship Theory and Practice* 15 n.º 4 (1991): 13-31.
- SCHAFFER, D. S. «Level of Entrepreneurship and Scanning Source Usage in Very Small Businesses». *Entrepreneurship Theory and Practice* 15 n.º 2 (1990): 19-31.
- SHANE, S. y S. VENKATARAMAN. «The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research». *Academy of Management Review* 25 n.º 1 (2000): 217-227.
- SHAPERO, A. «Self-Renewing Economies». *Economic Development Commentary* 5 (abril 1981): 19-22.
- . «Social Dimensions of Entrepreneurship». En C. KENT, D. SEXTON y K. VESPER, eds. *The Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 72-90). Englewood Cliffs, Nueva York: Prentice Hall, 1982.
- STEIGER, J. H. y J. M. LIND. *Statistically Based Tests for the Number of Common Factors*. Documento presentado en el encuentro anual de la Psychometric Society. Iowa City, IA, 1980.
- STERNBERG, R. y T. LITZENBERGER. «Regional Clusters in Germany-Their Geography and Their Relevance for Entrepreneurial Activities». *European Planning Studies* 12 n.º 6 (2004): 767.

- STOREY, D. J. «Six Steps to Heaven: Evaluating the Impact of Public Policies to Support Small Business in Developed Economies». En SEXTON, D. L. y H. LANDSTRÖM, eds. *Handbook of Entrepreneurship* (pp. 176-194). Blackwell: Oxford, 1999.
- STUART, T. E. y O. SORENSON. «Social Networks and Entrepreneurship». En AGARWAL, R., S. ALVAREZ, O. SORENSON, eds. *Handbook of Entrepreneurship* (211-228). Nueva York: Kluwer, 2004.
- TAY, R. S. «Degree of Entrepreneurship: An Econometric Analysis Using the Ordinal Probit Model». *Journal of Small Business and Entrepreneurship* 15 n.º 1 (1998): 83-99.
- UCBASARAN, D. P. WESTHEAD y M. WRIGHT. «The Focus of Entrepreneurial Research: Contextual and Process Issues». *Entrepreneurship Theory and Practice* 25 n.º 4 (verano 2001): 57-80.
- VAN DE VEN, A. H. «The Development of an Infrastructure for Entrepreneurship». *Journal of Business Venturing* 8 n.º 3 (1993): 211-230.
- VERHEUL, I. S. et al. «An Eclectic Theory of Entrepreneurship: Policies, Institutions and Culture». En AUDRETSCH, D., R. THURIK, I. VERHEUL y S. WENNEKERS, eds. *Entrepreneurship: Determinants and Policy in a European-US Comparison* (pp. 11-82). Boston: Kluwer Academic Publishers, 2002.
- WENNEKERS A. R. M. y A. R. THURIK. «Linking Entrepreneurship and Economic Growth». *Small Business Economics* 13 n.º 1 (1999): 27-55.
- WENNEKERS, A. R. M. et al. «Cultural and Economic Determinants of Business Ownership Across Countries». Actas de la Conferencia de Babson, 13-16 junio 2001, Jönköping, 2001.
- WILLIAMS, M. L. «Measuring Business Starts, Success and Survival: Some Database Considerations». *Journal of Business Venturing* 8 (1993): 295-299.

3. Relaciones entre desarrollo económico e índices de actividad emprendedora en los países de la Unión Europea

Alberto Maydeu Olivares

Rachida Justo

Julio O. de Castro

Instituto de Empresa Business School

ESTE capítulo consta de dos partes. En la primera, examinamos la actividad emprendedora en base a un análisis de la literatura relacionada. En particular, exploramos tanto los argumentos teóricos que defienden una relación positiva entre actividad emprendedora y crecimiento económico como aquellos que postulan que la relación es muy tenue e, incluso, negativa. A continuación introducimos el nivel de desarrollo como factor moderador de dicha relación y terminamos con un análisis de sus implicaciones para la Unión Europea. En la segunda parte del capítulo analizamos empíricamente la relación entre el producto interior bruto per cápita y los índices de propensión emprendedora individual (PEI) y de entorno social emprendedor del individuo (ESEI) para todos aquellos países europeos de los cuales existe información en la base de datos del GEM durante el período 2001-2004. Estos países son los siguientes:

- Reino Unido
- Dinamarca
- Suecia
- Francia
- Bélgica
- Noruega
- España
- Alemania
- Irlanda
- Italia
- Finlandia
- Holanda

El PIB per cápita utilizado está tomado de la base de datos del Fondo Monetario Internacional. Se expresa en miles de

dólares estadounidenses a precios nominales. Los resultados indican que, aunque no hay una relación significativa en esta muestra entre el PIB y las medidas utilizadas para medir la actividad emprendedora, sí hay una relación significativa entre el entorno social del emprendedor y el PIB per cápita. Así, observamos que el entorno social del emprendedor disminuye en España en el período comprendido entre los años 2001 y 2004. De haberse mantenido constante el entorno social del emprendedor en el valor del año 2001, el PIB español per cápita hubiese aumentado en 1.200 dólares en 2003 y en 700 dólares en 2004.

3.1. Actividad emprendedora y desarrollo económico: claroscuros de una relación ambigua

Las pequeñas y medianas empresas (pymes), y en especial las de nueva creación, fueron consideradas desde los setenta del siglo pasado como una salida al desempleo que, además, contribuía a la estabilidad social y política de los países. Según este enfoque tradicional, las pymes eran, ante todo, un *bien social* que había que mantener a un cierto coste económico, ya que los pequeños negocios distaban de alcanzar los niveles de eficiencia y productividad de las grandes empresas. Hoy día, esta perspectiva social ha sido matizada por consideraciones de corte más económico y las pequeñas y nuevas empresas son vistas, además, como un poderoso instrumento de innovación y competitividad.

Este cambio obedece a una creciente percepción de la importancia de la actividad emprendedora para el desarrollo económico. Si bien la relación directa entre creación de empresas y crecimiento todavía no ha sido establecida de forma concreta, lo cierto es que son numerosos los estudios que han probado la existencia de una correlación positiva entre estos dos indicadores económicos (Audretsch y Thurik 2001; Carree y Thurik 1999; Carree, Van Stel, Thurik y Wennekers 2001; Audretsch, Carree y Thurik 2001). Más aún, algunos investigadores afirman que una actividad emprendedora limitada incurre de forma automática en una pérdida en términos de

crecimiento económico (Audretsch, Carree, Van Stel y Thurik 2002).

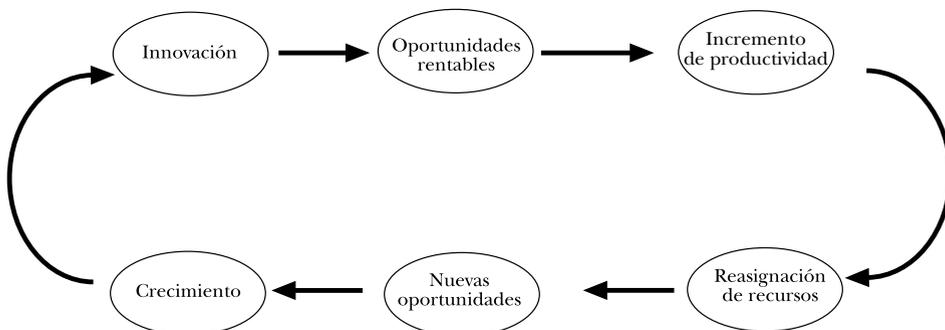
De la misma manera, el fenómeno del emprendimiento se ve hoy como un poderoso instrumento de innovación y competitividad, que facilita la adaptación de las economías al nuevo entorno, más global, tecnológico y competitivo. Estas razones han generado que las instituciones gubernamentales lo sitúen dentro de sus máximas prioridades. En el caso de los países europeos, esta concienciación se ha plasmado en las directrices económicas fijadas por la UE:

Aunque no cabe duda de que la competencia entre las empresas europeas existentes ha aumentado como consecuencia de la globalización, el cambio tecnológico y las políticas europeas, Europa todavía sigue retrasada en cuanto a la creación de nuevas empresas, o *entrepreneurship*. Nuestras lagunas en este campo han de ser tomadas en serio porque existen pruebas crecientes de que en la capacidad emprendedora de un país reside la clave del crecimiento económico y de la mejora en productividad.¹

Schumpeter fue uno de los primeros economistas en indicar la existencia de una relación entre creación de empresas y desarrollo económico, resaltando el papel del emprendedor como motor de la innovación. En su libro *Teoría del desarrollo económico* (1912), Schumpeter describe cómo el impacto de la creación de empresas sobre el desarrollo económico depende del comportamiento del empresario que realiza una nueva combinación de factores. Esta combinación supone una nueva función de producción. Además, los emprendedores que innovan desestabilizan a las empresas competidoras, introduciendo nuevas invenciones que aceleran la obsolescencia de las tecnologías y los productos existentes. Este proceso de destrucción creativa es conocido como *régimen Schumpeter Mark I* (v. esquema 3.1).

¹ Discurso de Romano Prodi, presidente de la Comisión Europea. «For a new European entrepreneurship», pronunciado el 7 de febrero de 2002 en el Instituto de Empresa, Madrid. Traducido del inglés por los autores.

ESQUEMA 3.1: Relación entre innovación emprendedora y crecimiento según Schumpeter (*Schumpeter regime mark I*)



Basándose en este enfoque, la mayoría de los investigadores han asumido la existencia de una relación causal en ambas direcciones entre las variaciones en los niveles de desarrollo económico y los de actividad emprendedora: un efecto *schumpeteriano* de la creación de empresas sobre el crecimiento y otro de *refugio* o *comerciante*, con un nivel de crecimiento limitado que empuja hacia el autoempleo. No obstante, para muchos el impacto del crecimiento económico sobre la creación de empresas es ambiguo. Como se expondrá más adelante, hemos podido documentar algunos estudios empíricos que investigan la relación entre la actividad emprendedora y determinadas magnitudes económicas o condiciones de entrada (Hause y Du Ritz 1984; Lafuente y Lecha 1988) o su impacto sobre el desempeño económico de las empresas, la región o el sector (Audretsch 1995; Audretsch y Fritsch 2002; Caves 1998). Sin embargo, el avance del conocimiento acerca de las naciones sigue siendo limitado y sólo ha empezado a ser valorado en su justo término en estos últimos años (Veciana 2003). En este sentido, Reynolds, Hay, Bygrave, Camp y Autio (2000) afirman que, pese a la reciente aparición de algunos proyectos de investigación que analizan esta cuestión, se sigue desconociendo mucho en torno a esta relación: sus determinantes, su fuerza, la existencia o no de una causalidad directa y su dirección, y en qué medida esta relación puede variar en función de cada país.

Una de las principales razones por las que pocos estudios han analizado hasta la fecha un tema tan relevante como el impacto económico de la actividad emprendedora, radica en la dificultad que plantea la medición de este último factor. En el campo de la economía, son varios los investigadores que, pese a reconocer la vital importancia que tiene la creación de empresas en la economía, la han excluido de sus análisis, alegando, por ejemplo, que se trata de un concepto difícil de capturar en una ecuación matemática (Baumol 1993). Por otra parte, y comparado con otros factores que inciden en el desarrollo, la creación de empresas está a menudo ausente de la lista de indicadores macroeconómicos que ofrecen las fuentes secundarias. Algunos países disponen de datos sobre autoempleo, si bien se trata de una medida de actividad emprendedora que suscita mucha polémica (v. Stel, Carree y Thurik 2005, por ejemplo) y que además varía sustancialmente de una nación a otra, lo cual ha impedido hasta ahora la realización de estudios comparativos.

Precisamente, el proyecto Global Entrepreneurship Monitor (Proyecto GEM) ha sido diseñado para subsanar esta carencia y ofrecer una fuente rigurosa de información sobre la actividad emprendedora en más de 40 países. El marcado interés internacional, tanto en el ámbito académico como fuera de él, mostrado por iniciativas como el GEM demuestran su utilidad para el diseño y la mejora de las políticas encaminadas a impulsar la actividad emprendedora como motor del desarrollo económico. La riqueza de la información contenida en este estudio se refleja en la variedad de países estudiados, las diversas formas en las que se puede medir la actividad emprendedora y el elevado número de variables explicativas disponibles para el análisis, lo cual proporciona a los agentes políticos e institucionales involucrados una visión muy completa de las distintas medidas e instrumentos necesarios para fomentar un crecimiento económico sostenido.

Además, el carácter anual del Proyecto GEM permite evaluar el tamaño y la importancia del cambio inducido, ya que reúne datos sobre la creación de empresas en un amplio y creciente número de países, y abarca así varias fases del desarrollo económico. Con este capítulo, pretendemos aprovechar la ingente información disponible en la encuesta GEM para arrojar algunas luces sobre esta relación. Para ello, y en un primer lugar, realizaremos

una extensa revisión de la literatura existente sobre el tema y las conclusiones a las que ha abocado hasta el momento.

3.1.1. Análisis de la literatura sobre actividad emprendedora y crecimiento económico

Como hemos mencionado anteriormente, hay un cierto consenso entre los académicos sobre la existencia de una relación causal bidireccional entre el desarrollo económico y la actividad emprendedora. Lo que parece menos claro no obstante, es el signo que ha de tomar dicha relación: los numerosos estudios publicados sobre el tema han sido a menudo contradictorios, y se reagrupan principalmente en torno a dos corrientes de pensamiento: por un lado, están los investigadores que establecen una asociación positiva entre estos dos indicadores y, por otro, aquellos que identifican una causalidad de tipo negativo.

3.1.1.1. Una relación positiva

Uno de los principales argumentos utilizados por los defensores del primer enfoque es que la actividad emprendedora incide en la creación de nuevos puestos de trabajo y de nuevos productos y genera una nueva demanda de suministros de todo tipo. Por ejemplo, Krueger y Pischke (1997) explican las tasas relativamente bajas de desempleo en Norteamérica por la fácil entrada y expansión de nuevas empresas en esa zona con respecto a Europa. Por otro lado, Romer (1994) demuestra que la introducción de nuevos productos tiene un impacto mucho más positivo sobre la bonanza económica que el creciente consumo de productos ya existentes.

Asimismo, algunos investigadores que intentaron dilucidar la ambigüedad encontrada en cuanto a la relación entre el desempleo —entendido como lo opuesto al crecimiento económico— y la creación de empresas (Audretsch y Thurik 2000; Audretsch, Carree y Thurik 2001), demuestran que el incremento en la tasa de actividad emprendedora (medida como el número de empresarios por población activa) observada en 23 países de la OCDE en el período comprendido entre 1984 y 1994, indujo una reducción de los niveles de desempleo de los mismos.

La contribución de la creación de empresas al desarrollo económico parece, además, ser mucho más significativa en los

países emergentes, ya que los emprendedores que tienen éxito al lanzar su empresa crean empleo, amplían segmentos del mercado, modernizan la forma de hacer negocios y aportan una nueva selección de productos o servicios dentro de sus comunidades. Esta contribución es tanto más importante en cuanto que una proporción no desdeñable de estos emprendedores consiguen desarrollar sus microempresas y convertirlas en un tiempo de entre tres y cinco años en pymes consolidadas.

Dentro de la corriente que aboga por una relación positiva entre creación de empresas y crecimiento económico, están también aquellos que aportan un matiz a esta alegación, precisando que la actividad emprendedora no tiene un impacto directo sobre el crecimiento, sino que actúa más bien como un catalizador de cambio en otros factores macroeconómicos —algo que se podría testar empíricamente como una variable mediadora—, los cuales a su vez, conducen hacia un mayor crecimiento.

Así, la actividad emprendedora puede actuar como *mecanismo de transmisión*, activando, por ejemplo, el progreso económico a través de su acción promotora de la competición entre empresas. Dutz, Ordovery y Willig (2000) exploran la relación entre la promoción de la competitividad y el crecimiento económico que surge a raíz del impacto de la actividad de las empresas emprendedoras (*corporate entrepreneurship*). Aunque reconocen que actividad emprendedora y competitividad representan dos conceptos distintos, los autores afirman que están relacionados de cerca. Para ser competitivas, las empresas han de estar dotadas, por ejemplo, de algún potencial emprendedor y deben innovar constantemente para mantener sus ventajas frente a sus competidores. Además, una estructura industrial competitiva está generalmente asociada con un gran número de empresas que ofrecen productos o servicios altamente sustituibles y que son el resultado de iniciativas emprendedoras.

Por otra parte, si se analiza cómo afecta el progreso económico a la actividad emprendedora, se observa que, desde la década de los setenta, la renta per cápita ha tenido un impacto positivo sobre la tasa de autoempleo en gran parte de las naciones desarrolladas (Storey 1999, 26). Carree, Van Stel, Thurik y Wennekers (2001) ofrecen algunos argumentos para explicar esta relación positiva:

el desarrollo económico viene acompañado a menudo por el surgimiento de industrias nuevas, un sector en el que las empresas pequeñas tienen una ventaja competitiva debido a su elevada capacidad de innovación (Acs y Audretsch 1987) y a la menor importancia de las economías de escala como consecuencia de la introducción de las nuevas tecnologías. Además, las pymes están especialmente bien equipadas para hacer frente a la creciente demanda de productos y servicios nuevos generada por el aumento del nivel de renta per cápita, lo que les permite proporcionar de forma rápida unos bienes novedosos y altamente especializados.

Además, basándose en la teoría de Maslow, Verheul et al. (2002) aducen que, a mayor nivel de prosperidad, corresponden unas necesidades personales más elevadas. En este sentido, el autoempleo ofrece mayores posibilidades de satisfacer las necesidades de realización personal (*self-realization* en inglés) que la ejecución de un trabajo rutinario como empleado. Un buen exponente de esta afirmación es el hecho de que el peso del sector de servicios, caracterizado por la preponderancia de empresas pequeñas y emprendedoras, aumente proporcionalmente al incremento de la renta per cápita (EIM/ENSR 1997).

Los avances tecnológicos son en sí mismos, y no sólo a través de su impacto en la prosperidad económica, un motor de la actividad emprendedora en un país, al generar una oferta de nuevos bienes y servicios. Esta hipótesis de la existencia de una relación positiva entre la tasa de cambio tecnológico y la actividad emprendedora ha sido corroborada recientemente por la investigación empírica de Shane (1996). Por otra parte, una prosperidad más elevada incurre en una demanda de bienes y servicios más diferenciados (por ejemplo, productos de lujo), y el efecto conjunto de la oferta y la demanda se traducen en más actividad emprendedora. Queda, no obstante, por esclarecer en qué sentido ejerce esta relación de causalidad entre oferta y demanda. ¿Son los desarrollos tecnológicos los que, al exponer a las personas a nuevos productos y servicios generan en ellos deseos antes inexistentes? ¿O es, al contrario, la demanda de productos nuevos y diferenciados, fomentada por el aumento del poder adquisitivo, la que crea incentivos para las empresas de satisfacer estos nichos de mercado? En este segundo caso, las nuevas tecnologías facilitan a las pymes el poder reaccionar rápidamente ante estos cambios.

3.1.1.2. *Una relación negativa*

Los proponentes de la hipótesis de una relación negativa entre actividad emprendedora y crecimiento aducen que este último puede tener un impacto negativo sobre la creación de empresas, al afectar el *arbitraje* individual entre distintas ocupaciones profesionales. Un exponente de esta situación se puede encontrar en el estudio de Desjardin (2000), que afirma que la conjunción entre actividad emprendedora y crecimiento no es tan obvia como lo sugiere gran parte de la literatura académica sobre el tema. Para apoyar este argumento, el autor analiza los casos en que la asignación de aptitudes emprendedoras se desvía de la creación de empresas hacia otras actividades de tipo *rent-seeking*, que pueden afectar negativamente a la economía, como son las actividades ilegales y delictivas. Estas alternativas, si bien pueden ser sumamente creativas e innovadoras y generar rentas sustanciales para sus promotores, terminan afectando negativamente el crecimiento económico de la zona en la que tienen lugar.

Por consiguiente, el autor recomienda que se realice un cambio de enfoque en cuanto a políticas públicas, desde unas acciones encaminadas a promover la oferta de emprendedores —en términos de distribución de habilidades y conocimientos emprendedores entre la población— hacia la asignación más eficiente de los talentos existentes, fomentando, por ejemplo, las actividades emprendedoras y penalizando los comportamientos oportunistas, es decir, a aquellos que son emprendedores pero que tienen un impacto social negativo.

Por otra parte, se identifican varios trabajos que demuestran que, a menudo, el desarrollo económico de un país viene acompañado por una disminución en la tasa de autoempleo (Carree, Van Stel, Thurik y Wennekers 2001; Bregger 1996; Schultz 1990). Esta tendencia encuentra su explicación en varios factores: en primer lugar, el desarrollo induce un aumento en el nivel de salarios y, frecuentemente, en una mejora en el sistema de seguridad social, lo cual eleva el coste de oportunidad del autoempleo y convierte el trabajo como asalariado en una opción mucho más atractiva (Iyigun y Owen 1988). En este caso, los emprendedores potenciales se ven atraídos por un trabajo más seguro como empleados, lo cual aumenta el tamaño promedio de las empresas ya constituidas (Lucas 1978).

El informe del GEM también proporciona evidencia consistente acerca de dicha relación. Acs, Arenius, Hay y Minniti (2004) muestran que, en países con bajos niveles de renta, el sector emprendedor proporciona oportunidades de empleo y buenos escenarios para la creación de nuevos mercados. Sin embargo, a medida que la renta per cápita aumenta, la emergencia de nuevas tecnologías y economías de escala permiten que las grandes firmas establecidas satisfagan la demanda creciente de los mercados en expansión, así como que se incremente la importancia relativa de su papel en la economía. Este aumento de importancia de las grandes empresas suele venir acompañado de una reducción de la creación empresarial, porque hay un mayor número de personas que encuentran un trabajo estable en las grandes plantas industriales.

3.1.1.3. *Una relación que varía en función del nivel de desarrollo*

En la sección anterior explicábamos cómo el crecimiento económico que se produce en los países de renta baja podía inducir a una disminución en la tasa de actividad emprendedora. No obstante, esta situación cambia para los países que alcanzan un mayor nivel de bonanza económica. En efecto, a medida que se generan de nuevo incrementos de renta, el papel jugado por el sector emprendedor crece de nuevo, ya que otra vez hay más personas que tienen los recursos necesarios para crear su propio negocio, en un ambiente económico que permite la explotación de oportunidades. Así, en las economías de rentas altas, los costes bajos y el buen ritmo del desarrollo tecnológico desembocan en un clima benigno para las actividades emprendedoras que se encuentran ante un escenario de nuevas ventajas competitivas.

Parece, por tanto, que el crecimiento puede tener un impacto positivo o negativo dependiendo del nivel de desarrollo económico del país, una teoría que tiende a calar cada vez más en los círculos académicos. Una de las incursiones más recientes sobre el tema es el estudio de Stel, Carree y Thurik (2005), que demuestra cómo varía el impacto del *entrepreneurship* sobre el crecimiento según la etapa de desarrollo en la que se halla cada país. El argumento teórico parte del modelo de Lloyd-Ellis y Bernhardt (2000), que describe cómo la actividad emprendedora genera un

proceso de retroalimentación con respecto al empleo asalariado, el cual afecta a varios factores macroeconómicos como son la migración rural-urbana, el nivel de salarios y la ratio capital/PIB. Lo más relevante de este modelo es que esta dinámica varía en cada país en función de su estructura económica y la fase del desarrollo económico en la que éste se encuentra.

Por tanto, resulta imprescindible emplear la máxima cautela a la hora de comparar la actividad emprendedora de países que se hallan en distintas fases de crecimiento. Por ejemplo, unas elevadas tasas de creación de empresas en un país en vías de desarrollo no representan forzosamente una señal de fortaleza económica, como podría ser el caso de un país desarrollado. En particular, diferencias en el nivel medio de capital humano de los emprendedores entre los dos tipos de países puede incidir en la creación de una proporción mucho más reducida de empresas con alto potencial de crecimiento en las economías emergentes, por lo que la actividad emprendedora en estos países generaría relativamente poco valor añadido a la economía. Asimismo, Stel, Carree y Thurik (2005) afirman que unas elevadas tasas de autoempleo en un país en desarrollo pueden esconder un sector informal en plena expansión, en vez del progreso económico que conlleva la innovación en los países desarrollados. Según estos autores, el impacto económico de la actividad emprendedora es, por tanto, incierto en las economías que no han alcanzado un mínimo nivel de desarrollo.

Estos argumentos concuerdan con el análisis desarrollado por el GEM Global (v. Minniti, Bygrayve y Autio 2005) que establece una distinción entre dos tipos de iniciativa emprendedora: la *iniciativa por oportunidad* y la *iniciativa por necesidad*. Si bien la *iniciativa por oportunidad* tiene un claro apoyo en el crecimiento económico, la *iniciativa por necesidad* se ve potenciada, precisamente, cuando la actividad económica se contrae y aumenta el nivel de desempleo, por lo que la creación del propio negocio sirve como una vía de empleo alternativo para salir adelante. La importancia relativa de cada uno de estos dos tipos de iniciativa emprendedora es la que marcará la relación positiva o negativa de causalidad desde el crecimiento económico hacia la actividad emprendedora en cada nación.

3.1.2. Laregulación de la actividad emprendedora y del crecimiento: implicaciones de política económica en la Unión Europea

Los estudios sobre actividad emprendedora adquieren cada vez más relevancia para las políticas económicas, ya que permiten dilucidar cuales deben ser las áreas de actuación de los gobiernos en materia de política empresarial, fiscal, de educación, social, etc., con el fin de fomentar la actividad emprendedora. Existe un interés creciente, en los ámbitos gubernamental y académico, en identificar los factores asociados a la gestión y el desempeño de las pequeñas y medianas empresas. Numerosas agencias públicas y privadas toman parte en intentos de ayudar a los pequeños negocios a tener éxito, y los responsables de la elaboración de las políticas relacionadas, parecen cada vez más interesados en comprender las pautas del fracaso de las pequeñas empresas y en *hacer algo al respecto*. En el caso de España, las administraciones públicas vienen estableciendo, desde los años ochenta del siglo pasado, programas de apoyo a la creación de empresas a todos los niveles (nacional, regional y local), que van desde la orientación, formación y asesoramiento, hasta la concesión de todo tipo de ayudas económicas.

Sin embargo, estas políticas de fomento a la creación de empresas no siempre han estado exentas de problemas, y pocas han logrado fomentar unas actitudes positivas hacia la actividad emprendedora en la población española. En gran medida, los expertos atribuyen estas deficiencias al desconocimiento del que adolecen los gobiernos a la hora de abordar el tema. Urbano (2006) explica, por ejemplo:

Mientras que en la política económica existe una teoría y una larga experiencia sobre el efecto que las principales variables (tipo de interés, presión fiscal, etc.) tienen sobre las distintas magnitudes macroeconómicas (inflación, nivel de ahorro, inversión, etc.), en el campo de la creación de empresas, por ser un campo de estudio relativamente joven, no se dispone aún ni de una única teoría ni de la misma larga experiencia.

Para que los esfuerzos gubernamentales y de otras instituciones de apoyo a la creación de empresas tengan un éxito definitivo se necesita, entre otras cosas, mejores modelos de predicción del

fracaso, basados en definiciones conceptuales más acertadas, en fuentes de datos más fiables, y en estructuras teóricas mejor integradas. Es este tipo de contribución el que esperamos aportar, mediante la redacción del presente trabajo de investigación, el cual pretende, además, servir de guía para orientar a los responsables políticos interesados en apoyar la creación de empresas y el crecimiento económico.

3.2. Un análisis empírico de la relación PIB y actividad emprendedora en la Unión Europea

Consistente con los análisis del capítulo anterior, el examen de las características de la actividad emprendedora de este estudio se hace sobre la base de dos índices: propensión emprendedora individual (PEI) y entorno social emprendedor del individuo (ESEI). Los índices PEI y ESEI se obtienen a partir de las siguientes preguntas de la encuesta GEM como sigue (v. capítulo 2 para su justificación).

$$PEI = (q_1 + q_2 + q_3 + q_4) / 8$$

$$ESEI = (q_4 + q_5 + q_6) / 6$$

Donde las preguntas de la encuesta son las siguientes:

- q_1 : si el individuo está actualmente involucrado en una nueva empresa (indicación de ser un emprendedor emergente),
- q_2 : si su trabajo actual incluye una nueva empresa (*intrapreneur*² emergente o emprendedor corporativo),
- q_3 : si el individuo es el propietario/ gerente de un nuevo negocio (propietario-gerente),
- q_4 : si realiza la actividad de *business angel*,
- q_5 : si conoce a un emprendedor,
- q_6 : si existen buenas oportunidades para crear una empresa en su área en los próximos seis meses.

² Siguiendo la nomenclatura vigente, en el resto de este artículo nos referiremos al *intrapreneur* como el emprendedor dentro de la empresa existente.

El objetivo del análisis es determinar si existe una relación entre la evolución temporal del PIB de estos países y la evolución temporal de los índices señalados durante este período. Por tanto, la metodología utilizada aquí difiere de la utilizada en estudios anteriores (Acs, Arenius, Hay y Minitti 2004), en los que mayormente se han examinado las correlaciones entre el índice TEA de actividad emprendedora y el PIB per cápita en un punto temporal.

Mostramos en el cuadro 3.1 las correlaciones obtenidas entre PIB per cápita y los índices TEA, de propensión emprendedora individual (PEI), y del entorno social emprendedor del individuo (ESEI) en el período 2001-2004.

CUADRO 3.1: Correlaciones entre el PIB per cápita y los índices TEA de propensión emprendedora individual (PEI) y entorno social emprendedor del individuo (ESEI)

| Correlación entre PIB per cápita e índice TEA | | | | |
|--|-----------------|-------------------|-----------------|-------------------|
| | TEA 2001 | TEA 2002 | TEA 2003 | TEA 2004 |
| PIB per cápita 2001 | 0,17 | 0,63 ^a | 0,48 | 0,57 |
| PIB per cápita 2002 | 0,25 | 0,68 ^a | 0,52 | 0,58 ^a |
| PIB per cápita 2003 | 0,26 | 0,69 ^a | 0,53 | 0,56 |
| PIB per cápita 2004 | 0,28 | 0,70 ^a | 0,56 | 0,55 |

| Correlación entre PIB per cápita e índice PEI | | | | |
|--|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | PEI 2001 | PEI 2002 | PEI 2003 | PEI 2004 |
| PIB per cápita 2001 | 0,31 | 0,57 | 0,56 | 0,64 ^a |
| PIB per cápita 2002 | 0,36 | 0,61 ^a | 0,59 ^a | 0,65 ^a |
| PIB per cápita 2003 | 0,36 | 0,61 ^a | 0,58 ^a | 0,62 ^a |
| PIB per cápita 2004 | 0,37 | 0,59 ^a | 0,59 ^a | 0,59 ^a |

| Correlación entre PIB per cápita e índice ESEI | | | | |
|---|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| | ESEI 2001 | ESEI 2002 | ESEI 2003 | ESEI 2004 |
| PIB per cápita 2001 | 0,29 | 0,25 | 0,36 | 0,67 ^a |
| PIB per cápita 2002 | 0,32 | 0,27 | 0,37 | 0,67 ^a |
| PIB per cápita 2003 | 0,35 | 0,33 | 0,43 | 0,74 ^b |
| PIB per cápita 2004 | 0,33 | 0,36 | 0,46 | 0,78 ^b |

^a Correlación significativa al 5%.

^b Correlación significativa al 1%.

Como puede observarse, los tres índices considerados presentan una relación diferente con el PIB per cápita. El índice que se halla relacionado más frecuentemente de forma significativa con el PIB es el índice de propensión emprendedora individual (PEI). Las estimaciones de este índice calculadas en los años 2002, 2003 y 2004 se hallan significativamente correlacionadas con las estimaciones del PIB per cápita dentro del período 2001 a 2004. Por el contrario, únicamente las estimaciones del índice TEA calculadas en los años 2002 y 2004 se hallan significativamente correlacionadas con las estimaciones del PIB per cápita en este período. Finalmente, únicamente las estimaciones del índice del entorno empresarial del individuo (PEI) del año 2004 se halla relacionada significativamente con el PIB per cápita de este período, por lo que es el índice que se halla más débilmente correlacionado con PIB per cápita.

3.2.1. Evolución del PIB per cápita e índices de actividad emprendedora en el período 2001-2004

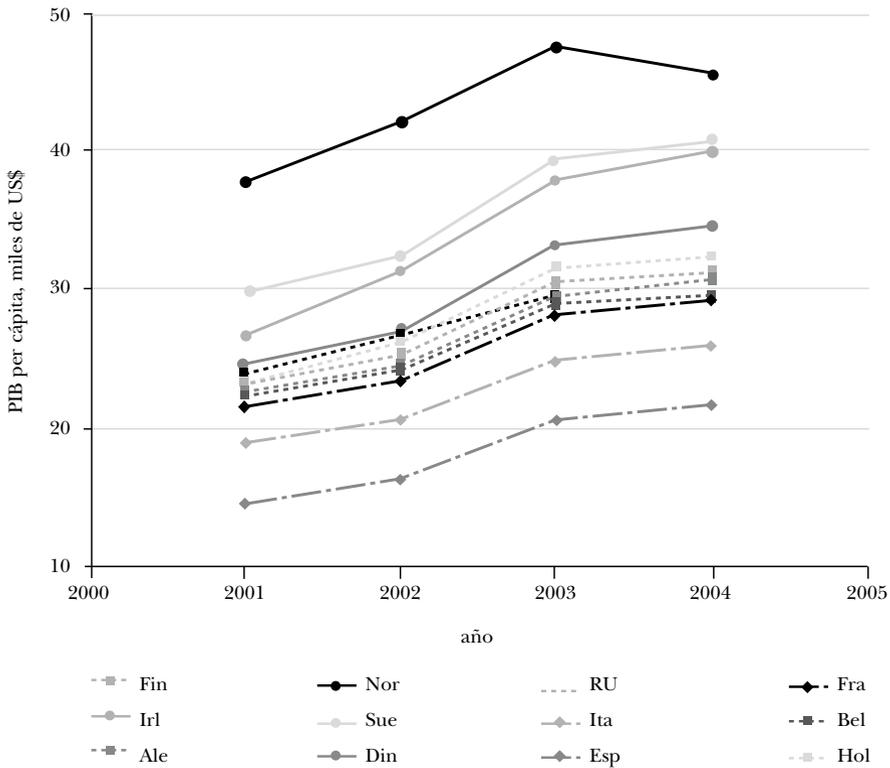
El gráfico 3.1 muestra la evolución del PIB per cápita en los países investigados durante el período 2001-2004. Como puede verse en este gráfico, la evolución del PIB per cápita es similar en todos los países considerados durante este período. Asimismo, observamos ciertas diferencias de nivel en los perfiles del PIB per cápita. La mayor parte de los países (7) muestran niveles muy parecidos de PIB per cápita, Suecia y Dinamarca presentan un nivel por encima del bloque general y Noruega presenta un nivel superior al de Suecia y Dinamarca. Por otro lado, Italia presenta un nivel inferior al del bloque de referencia, y España presenta un nivel inferior al de Italia.

Asimismo, observamos en el gráfico que el PIB per cápita se incrementa en el período 2001-2003 para todos los países, pero varía escasamente en general de 2003 a 2004.

Por el contrario, la evolución de los índices PEI y ESEI varía sustancialmente en los países considerados. Las siguientes gráficas muestran la evolución del índice de propensión emprendedora individual (PEI) en el período estudiado.

El gráfico 3.2 muestra la evaluación temporal para cada país del índice de propensión emprendedora individual. Observamos en el gráfico un claro patrón para la mitad de países (Finlandia, Irlanda, Dinamarca, Reino Unido y Bélgica) por el que el índice

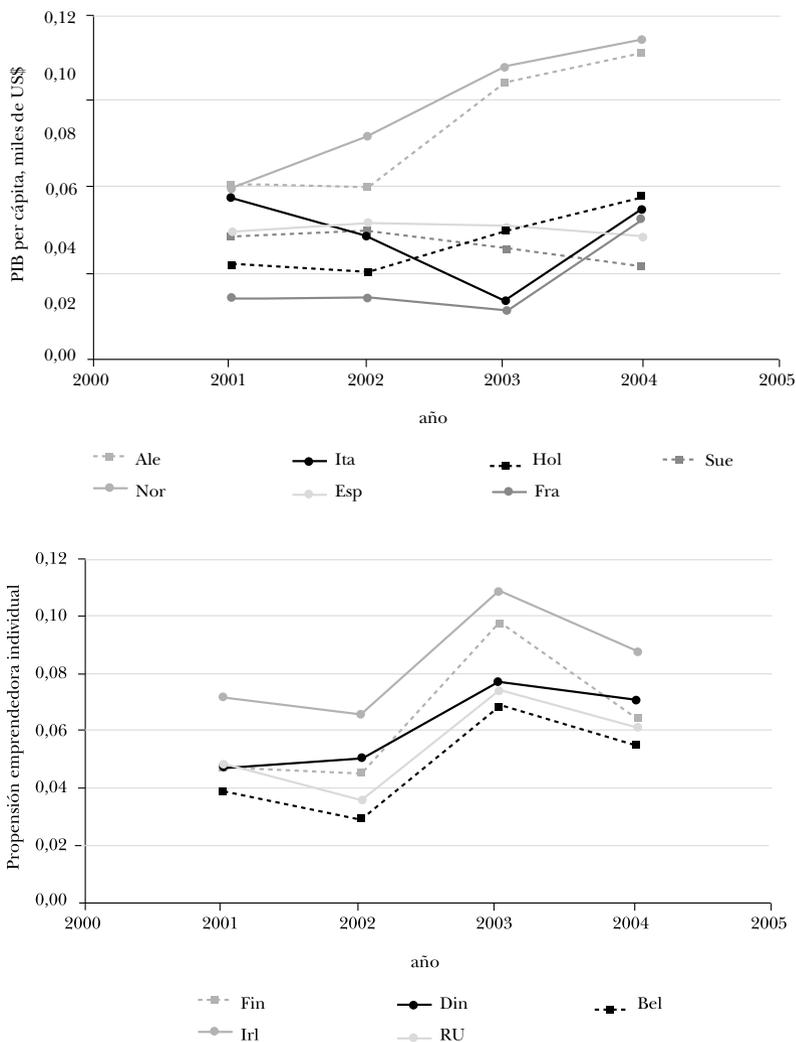
GRÁFICO 3.1: Evolución del PIB per cápita en el período 2001-2004



PEI se mantiene constante de 2001 a 2002 (o decrece ligeramente), se incrementa de 2002 a 2003, para decrecer de 2003 a 2004. Este perfil guarda una cierta relación con el perfil de la evolución del PIB per cápita en el período estudiado y, en su conjunto, el índice de PEI se incrementa durante el período 2001-2004.

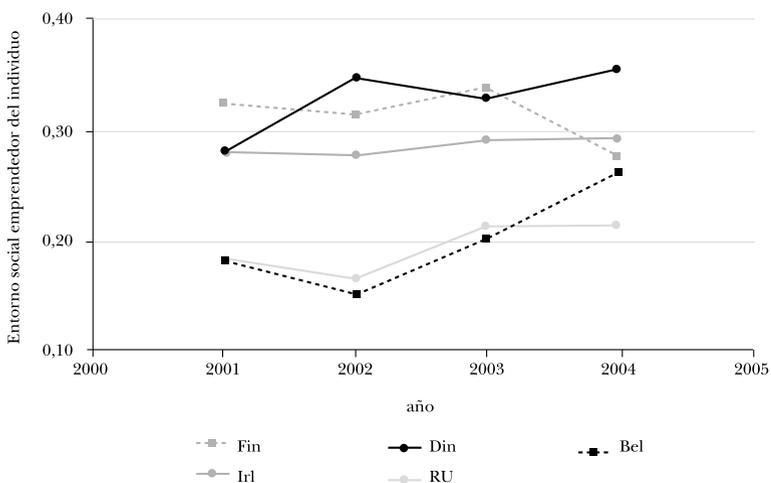
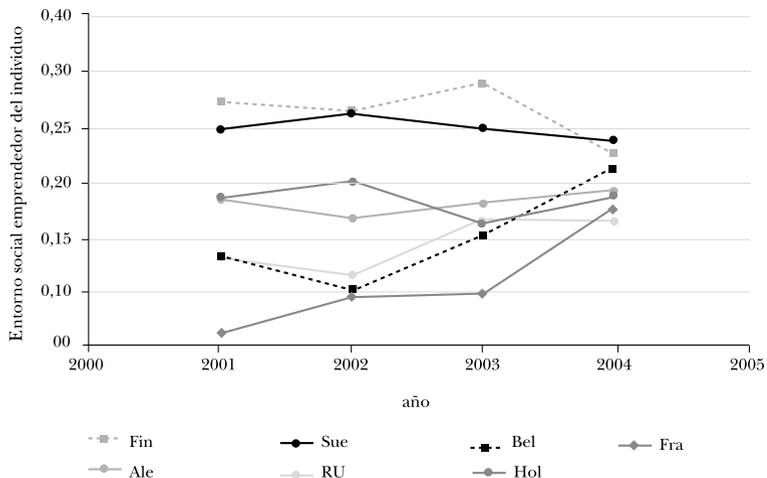
Sin embargo, el resto de países muestran una evolución diferente. El índice PEI se incrementa linealmente durante todo el período 2001-2004 en Noruega, mientras que en Suecia y España permanece estable. Por otro lado, Alemania y Países Bajos presentan un perfil semejante: el índice de PEI aumenta en el período 2002-2004, pero no de 2001 a 2002. El perfil más singular lo presenta Italia, donde el índice PEI decrece de 2001 a 2003, para recuperar el nivel inicial en 2004. Finalmente, en Francia, el índice PEI muestra niveles constantes de 2001 a 2003, para incrementarse en el año 2004.

GRÁFICO 3.2: Evolución de la propensión emprendedora individual en el período 2001-2004



Existe también una gran variabilidad de país a país en el índice de entorno social emprendedor del individuo (ESEI). Esto se muestra en el gráfico 3.3. Así, en Italia y España este índice decrece claramente en el período 2001-2004. En Irlanda y Suecia permanece estable. Únicamente se incrementa claramente en Bélgica, Dinamarca y Francia.

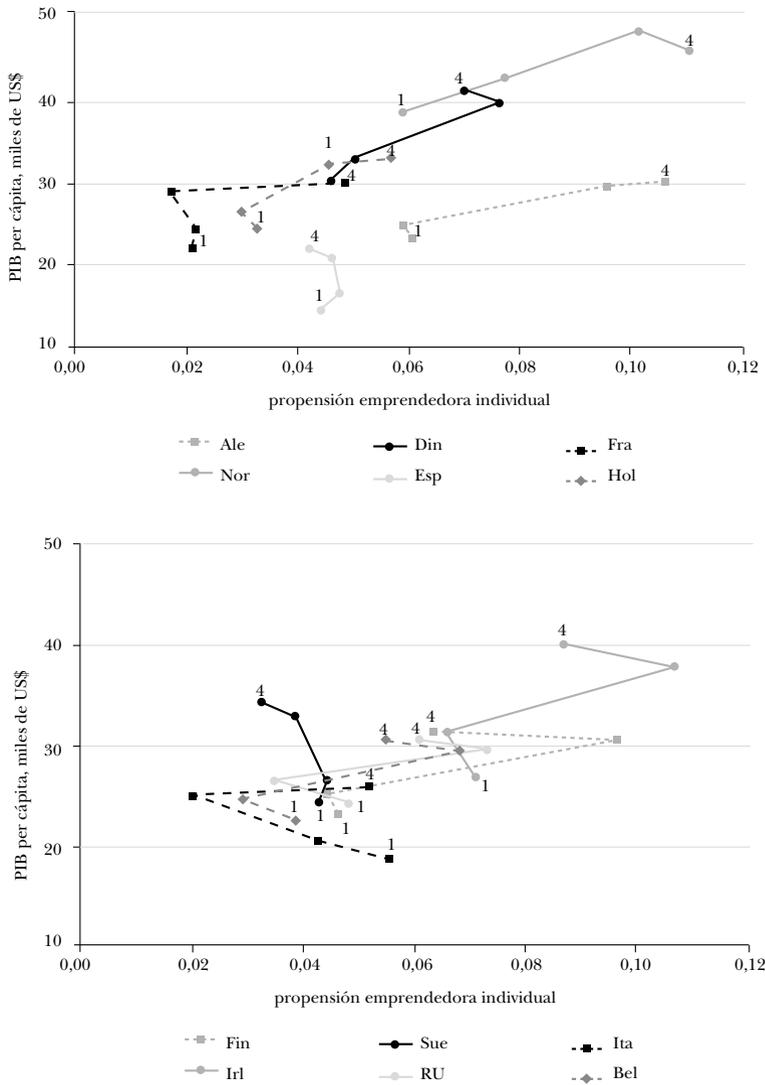
GRÁFICO 3.3: Evolución del entorno social emprendedor del individuo en el período 2001-2004



3.2.2. Relación entre el PIB per cápita y los índices de actividad emprendedora en el período 2001-2004

El gráfico 3.4 muestra la relación entre PIB per cápita y el índice de propensión emprendedora individual para cada país. En este gráfico se han unido las observaciones correspondientes a cada país y se han señalado las observaciones correspondientes a los años 2001 y 2004 a fin de revelar la tendencia de las relaciones.

GRÁFICO 3.4: Relación entre PIB per cápita y propensión emprendedora individual en el período 2001-2004



Se aprecia en el gráfico que para algunos países la relación es positiva. Conforme se incrementa la PEI se incrementa el PIB per cápita. Éste es el caso de Noruega, Alemania, Dinamarca, Países Bajos o Irlanda. Sin embargo, algunos países, como España, incrementan su PIB per cápita en este período independientemente

de su PEI (éste es prácticamente constante en el período) e, incluso, la relación puede ser negativa (como en el caso de Italia). Sin embargo, para la mayor parte de países considerados la relación puede definirse como errática. Por ejemplo, en Francia se registra un importante incremento del PIB per cápita en el período 2001-2003 con un ligero decremento del PEI, y en el período 2003-2004 aparece un sustancial incremento del PEI, asociado a un mínimo incremento del PIB per cápita.

En su conjunto, resulta imposible apreciar un efecto positivo de la propensión emprendedora individual en el conjunto de los países considerados durante el período 2001-2004.

El gráfico 3.5 muestra la relación entre el PIB per cápita y el índice de entorno social emprendedor del individuo para cada país. En este gráfico se han unido también las observaciones correspondientes a cada país y se han señalado las observaciones correspondientes a los años 2001 y 2004, a fin de revelar la tendencia de las relaciones.

Se aprecia en este gráfico que, para algunos países, la tendencia es claramente positiva; éste es el caso de Francia y, en algunos períodos, del Reino Unido y Suecia, mientras que, para otros países, la tendencia es claramente negativa, como es el caso de España o Italia, donde los incrementos en el PIB per cápita se asocian a decrementos en el entorno social emprendedor.

GRÁFICO 3.5: Relación entre PIB per cápita y entorno social emprendedor del individuo en el período 2001-2004

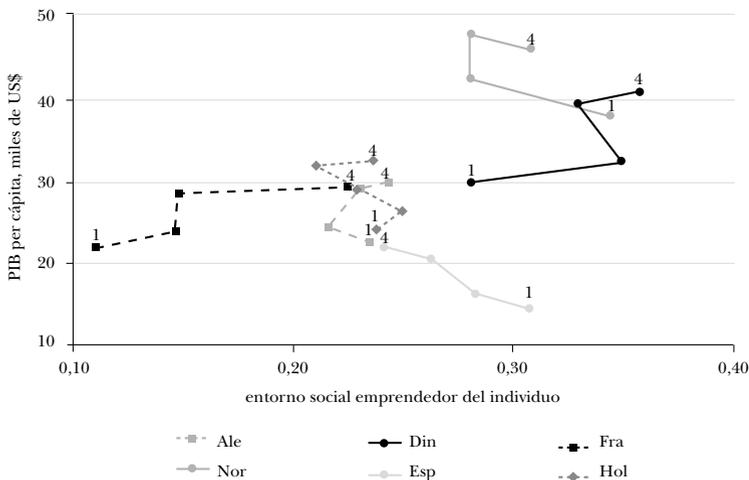
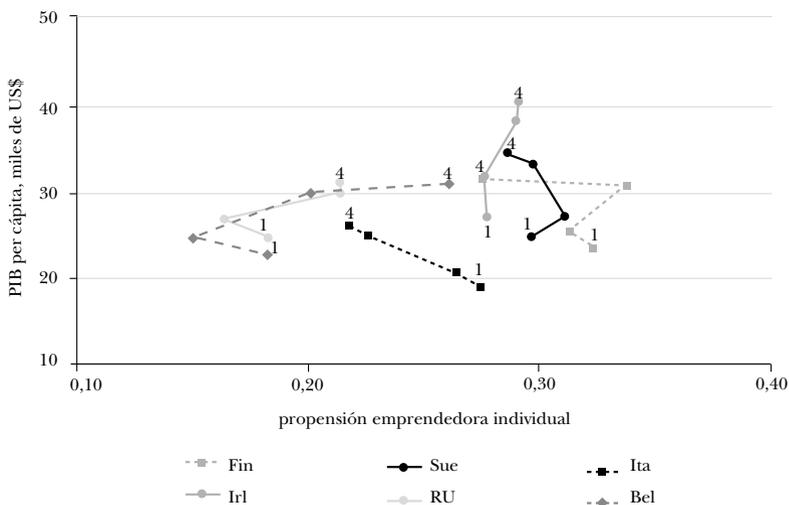


GRÁFICO 3.5 (cont.): Relación entre PIB per cápita y entorno social emprendedor del individuo en el período 2001-2004



En el caso de Irlanda, se aprecia un gran incremento en PIB per cápita con un mínimo incremento en el ESEI.

Con el fin de separar los efectos de la actividad y el entorno emprendedor de los incrementos del PIB per cápita, procedemos a modelizar el incremento del PIB per cápita en el período 2001-2004 mediante la ecuación:

$$\begin{aligned}
 \text{PIB}_{\text{país, año}} = & \beta_0 + \beta_1 \text{2002} + \beta_2 \text{2003} + \beta_3 \text{2004} + \beta_4 \text{Nor} + \\
 & + \beta_5 \text{Din} + \beta_6 \text{Irl} + \beta_7 \text{Ita} + \beta_8 \text{Esp} + \varepsilon_{\text{país, año}}
 \end{aligned}
 \tag{3.1}$$

En esta ecuación utilizamos una variable *dummy* para cada uno de los años 2002 a 2004. Asimismo, de acuerdo con el análisis de la evolución del PIB per cápita en este período, utilizamos una variable *dummy* para cada uno de los países que muestran una elevación o disminución en el perfil general: Noruega, Dinamarca, Irlanda, Italia y España. Por tanto, el parámetro β_0 denota el PIB en el año 2001 del resto de países.

El modelo reproduce bien los datos $R^2 = 0,968$, $F(8,39) = 148,877$, $p < 0,001$. Como se aprecia en el cuadro 3.2, todos los coeficientes son significativos.

CUADRO 3.2: Coeficientes estimados de la predicción de GDP per cápita

| Parámetro | Coeficientes no estandarizados | | Coeficientes estandarizados | t | Sig. |
|-------------|--------------------------------|------------|-----------------------------|---------|-------|
| | B | Error típ. | Beta | | |
| (constante) | 22,898 | 0,440 | | 52,099 | 0,000 |
| 2002 | 2,361 | 0,573 | 0,144 | 4,124 | 0,000 |
| 2003 | 7,543 | 0,573 | 0,460 | 13,174 | 0,000 |
| 2004 | 8,378 | 0,573 | 0,511 | 14,633 | 0,000 |
| NOR | 15,625 | 0,750 | 0,608 | 20,844 | 0,000 |
| DIN | 7,929 | 0,750 | 0,309 | 10,577 | 0,000 |
| IRL | 6,486 | 0,750 | 0,252 | 8,652 | 0,000 |
| ITA | -4,923 | 0,750 | -0,192 | -6,568 | 0,000 |
| ESP | -9,270 | 0,750 | -0,361 | -12,366 | 0,000 |

Seguidamente verificamos si los índices propuestos mejoran significativamente la predicción del GDP per cápita utilizando el modelo de la ecuación (3.2).

$$\begin{aligned}
 \text{PIB}_{\text{país, año}} = & \beta_0 + \beta_1 \text{2002} + \beta_2 \text{2003} + \beta_3 \text{2004} + \beta_4 \text{Nor} + \beta_5 \text{Dim} + \\
 & + \beta_6 \text{Irl} + \beta_7 \text{Ita} + \beta_8 \text{Esp} + \beta_9 \text{índice}_{\text{país, año}} + \varepsilon_{\text{país, año}} \quad (3.2)
 \end{aligned}$$

En esta ecuación, índice puede referirse al índice de propensión emprendedora individual (PEI), al índice de entorno social emprendedor social del individuo (ESEI), o al índice TEA. Cuando el índice PEI es introducido como predictor, éste no es significativo: $\hat{\beta}_9 = -4,31$, error estándar = 12.192, $p = 0,726$. Asimismo, el índice TEA tampoco predice el GDP per cápita más allá de lo predicho por el modelo base de la ecuación (3.1): $\hat{\beta}_9 = -1,57$, error estándar = 11,99, $p = 0,897$.

Sin embargo, el entorno emprendedor social del individuo sí predice significativamente el GDP per cápita más allá de la predicción obtenida con el modelo de la ecuación (3.1). Con todo, el incremento de la predicción es muy pequeño; $R_{\text{dif}}^2 = 0,974$, $R^2 = 0,008$. En el cuadro 3.3 presentamos los parámetros estimados para este modelo.

CUADRO 3.3: Coeficientes estimados de la predicción de GDP per cápita, utilizando el entorno emprendedor social del individuo

| Parámetro | Coeficientes no estandarizados | | Coeficientes estandarizados | <i>t</i> | Sig. |
|-------------|--------------------------------|------------|-----------------------------|----------|-------|
| | B | Error típ. | Beta | | |
| (constante) | 20,303 | 1,000 | | 20,310 | 0,000 |
| 2002 | 2,404 | 0,527 | 0,147 | 4,562 | 0,000 |
| 2003 | 7,563 | 0,527 | 0,461 | 14,354 | 0,000 |
| 2004 | 8,277 | 0,528 | 0,505 | 15,674 | 0,000 |
| NOR | 14,835 | 0,744 | 0,578 | 19,942 | 0,000 |
| DIN | 6,842 | 0,789 | 0,266 | 8,673 | 0,000 |
| IRL | 5,896 | 0,720 | 0,230 | 8,183 | 0,000 |
| ITA | -5,082 | 0,692 | -0,198 | -7,343 | 0,000 |
| ESP | -9,726 | 0,708 | -0,379 | -13,732 | 0,000 |
| ESEI | 11,231 | 3,956 | 0,091 | 2,839 | 0,007 |

Como puede apreciarse en este cuadro, un incremento de 0,1 en el índice de entorno social emprendedor del individuo se asocia con un incremento adicional de 1.123,10 dólares estadounidenses en el PIB per cápita.

Observamos también en este cuadro que, dados los errores típicos de los parámetros, puede obtenerse un modelo más parsimonioso (a expensas de una ligera pérdida de poder explicativo, $R^2 = 0,973$) utilizando una única *dummy* para los años 2003 y 2004 (la diferencia entre estos dos años no es significativa) y utilizando una única *dummy* para Dinamarca e Irlanda (la diferencia entre estos dos países no es significativa). En tal caso, la estimación del parámetro para ESEI cambia muy ligeramente: $\hat{\beta}_9 = 11,665$, error estándar = 3,984, $p = 0,006$.

3.3. Conclusiones

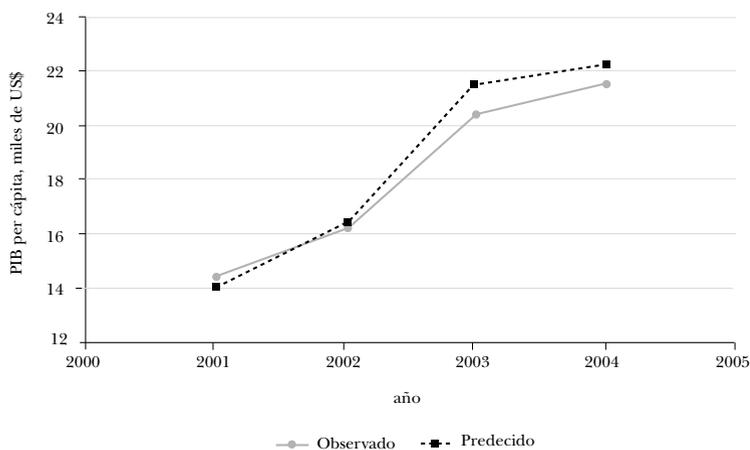
Los resultados obtenidos utilizando los datos del GEM sugieren que no existe una relación significativa en el período 2001-2004 entre actividad emprendedora y PIB per cápita en los países de

Europa Occidental para los que se disponen de datos. Esto es así, independientemente de que se utilice el índice TEA o el nuevo índice PEI. Sin embargo, los resultados sí sugieren que existe una repercusión modesta aunque significativa del entorno social de los emprendedores en el PIB per cápita. Este resultado es particularmente importante en países como Italia o España, en los que se observa una disminución de este índice en el período 2001-2004.

A fin de ilustrar los efectos de esta variable, en el gráfico 3.6 mostramos la evolución observada del PIB per cápita español en el período, frente a la evolución predicha bajo el modelo de la ecuación (3.2), asumiendo que el valor del índice de entorno social de los emprendedores se hubiese mantenido constante en los niveles de 2001. De acuerdo con el modelo, en tal escenario, el PIB per cápita español se hubiese incrementado en unos 1.200 dólares estadounidenses en 2003 respecto al valor observado, y en unos 700 dólares estadounidenses en 2004. Éstos son, ciertamente, unos incrementos modestos, pero no desdeñables.

Otra observación importante del estudio es la de la elevada volatilidad de los índices de actividad y entorno empresarial (v. gráficos 3.2 y 3.3).

GRÁFICO 3.6: Evolución observada del PIB per cápita español en el período 2001-2004 frente a la evolución predicha bajo niveles constantes del entorno social de los emprendedores



Esto nos indica que es necesario mejorar la medición de estas variables. Desde nuestro punto de vista, cabe atribuir la elevada volatilidad de los índices utilizados a que se basan en la agregación de unas pocas variables (3 o 4), que presentan un alto sesgo, por lo que la variabilidad de cada indicador es muy grande. Cualquier indicador de la actividad o el entorno emprendedor que se obtenga de una muestra representativa, mostrará necesariamente un nivel de sesgo (*skewness*) elevado, por lo que la única forma de obtener índices menos volátiles es mediante la agregación de un número considerable de tales indicadores. En nuestro caso, esto no fue posible dado que el número de indicadores directamente relacionados con la actividad o el entorno emprendedores que aparecen en el GEM es muy limitado.

Asimismo, es necesario advertir que, de los resultados presentados aquí, no cabe inferir una relación de causalidad, sino únicamente de asociación entre el PIB per cápita de los diferentes países y sus índices de actividad empresarial y entorno económico.

Bibliografía

- ACS, Z. J. y D. B. AUDRETSCH. «Innovation, Market Structure and Firm Size». *Review of Economics and Statistics* 69 n.º 4 (1987): 567-574.
- . «Small Firm Entry in US Manufacturing». *Economica* (1989): 56.
- ACS, Z. J., P. ARENUS, M. HAY y M. MINNITI. *Global Entrepreneurship Monitor. Executive Report 2004*. Babson Park, MA y Londres: Babson College y London Business School, 2004.
- AUDRETSCH, D. B. *Innovation and Industry Evolution*. Cambridge, MA: MIT Press, 1995.
- AUDRETSCH, D. B. y M. FRITSCH. «Growth Regimes Over Time and Space». *Regional Studies* 36 (2002): 113-124.
- AUDRETSCH, D. B. y A. R. THURIK. «Capitalism and Democracy in the 21st Century: from the Managed to the Entrepreneurial Economy». *Journal of Evolutionary Economics* 10 n.º 1 (2000): 17-34.
- . «Linking Entrepreneurship to Growth». *STI Working Paper 2001/2*. París: OECD, 2001.
- AUDRETSCH, D. B., M. A. CARREE y A. R. THURIK. «Does Entrepreneurship Reduces Unemployment?». *Discussion Paper TI01-074/3*. Rotterdam: Tinbergen Institute, Erasmus University, 2001.
- AUDRETSCH, D. B., M. A. CARREE, A. J. VAN STEL y A. R. THURIK. «Impeded Industrial Restructuring: the Growth Penalty». *Kyklos* 55 n.º 1 (2002): 81-97.
- BAUMOL, W. J. «Formal Entrepreneurship Theory in Economics: Existence and Bounds». *Journal of Business Venturing* 8 n.º 3, 1993.

- BREGGER, J. E. «Measuring Self-employment in the United States». *Monthly Labour Review* (enero-febrero 1996): 3-9.
- CARREE, M. A., A. VAN STEL, A. R. THURIK y A. R. M. WENNEKERS. «Economic Development and Business Ownership: An Analysis Using Data of 23 Modern Economies in the Period 1976-1996». *Small Business Economics* 19 (2001): 271-290.
- CASSON, M. *The Entrepreneur: An Economic Theory*. Totowa, NJ: Barnes and Noble Books, 1982.
- CAVES, R. E. «Industrial Organization and New Findings on the Turnover and Mobility of firms». *Journal of Economic Literature* 36 (1998): 1.947-1.982.
- DEJARDIN, M. «Entrepreneurship and Economic Growth: An Obvious Conjunction? An Introductory Survey to Specific Topics». *Institute for Development Strategies Discussion Paper*, 2000.
- DUTZ, M. A., J. A. ORDOVER y R. D. WILLIG. «Entrepreneurship, Access Policy and Economic Development: Lessons from Industrial Organization». *European Economic Review* 44 (2000): 739-747.
- EIM/ENSR. *The European Observatory for SMEs; Fourth Annual Report*. Zoetermeer: EIM Business and Policy Research, 1996.
- . *The European Observatory for SMEs; fifth annual report*. Zoetermeer: EIM Business and Policy Research, 1997.
- HAUSE, J. y G. DU RIETZ. «Entry, Industry Growth and the Microdynamics of Industry Supply». *Journal of Political Economy* 92 (1984): 733-757.
- IMGUN, M. F. y A. L. OWEN. «Risk, Entrepreneurship and Human-Capital Accumulation». *American Economic Review Papers and Proceedings* 88 n.º 2 (1988): 454-457.
- KRUEGER, A. y J. S. PISCHEKE. *Observations and Conjectures on the US Employment Miracle*. Mimeo. Princeton, NJ: Princeton University, 1997.
- LAFUENTE, A. y G. LECHA. «Determinantes sectoriales del nacimiento de empresas en la industria española». *Investigaciones Económicas* (segunda época) 12 n.º 2 (1988): 329-335.
- LOYD-ELLIS, H. y D. BERNHARDT. «Enterprise, Inequality and Economic Development». *Review of Economic Studies* 67 (2000): 147-168.
- LUCAS, R. E. JR. «On the Size Distribution of Business Firms». *Bell Journal of Economics* 9 n.º 2 (1978): 508-523.
- MINNITI, M., W. BYGRAVE y E. AUTIO. *Global Entrepreneurship Monitor. Executive Report 2005*. Babson Park, MA y Londres: Babson College y London Business School, 2005.
- REYNOLDS, P. D., M. HAY, W. D. BYGRAVE, S. M. CAMP y E. AUTIO. *Global Entrepreneurship Monitor. Executive Report 2000*. Kansas City, MO: Kauffman Centre y London Business School, 2000.
- ROMER, P. «New Goods, Old Theory and the Welfare Costs of Trade Restrictions». *Journal of Economic Development* 43 (1994): 5-38.
- SCHULTZ, T. P. «Women's Changing Participation in the Labor Force: A World Perspective». *Economic Development and Cultural Change* 38 n.º 3 (1990): 457-488.
- SCHUMPETER, J. A. *The Theory of Economic Development*. Oxford: Oxford University Press, 1912.
- SHANE, S. «Explaining Variation in Rates of Entrepreneurship in the United States: 1899-1988». *Journal of Management* 22 n.º 5 (1996): 747-782.
- STEL VAN, A., M. CARREE y R. THURIK. «The Effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth». *Discussion Paper* 405. Max Planck Institute (2005): 1-22.

- STOREY, D. J. «Six Steps to Heaven: Evaluating the Impact of Public Policies to Support Small Business in Developed Economies». En SEXTON, D. L. y H. LANDSTRÖM, eds. *Handbook of Entrepreneurship* (pp. 176-194). Oxford: Blackwell, 1999.
- URBANO, D. *New Business Creation in Catalonia*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Treball i Indústria, 2006.
- VECIANA, J. M. «Creación de empresas como programa de investigación científica». En ARNAL LOSILLA, J. C., coord. *Creación de empresa: los mejores textos*. Barcelona: Ariel, 2003.
- VERHEUL, I., S. WENNEKERS, D. AUDRETSCH y A. R. THURIK. «An Eclectic Theory of Entrepreneurship». En AUDRETSCH, D. B., A. R. THURIK, I. VERHEUL y A. R. M. WENNEKERS, eds. *Entrepreneurship: Determinants and Policy in a European-US Comparison*. Boston/Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 2002.

4. La evolución de la actividad emprendedora entre los años 2000 y 2005: en general y en España

Alicia Coduras Martínez
Instituto de Empresa Business School

4.1. Principales conclusiones en el ámbito internacional acerca de la actividad emprendedora entre los años 1999 y 2005

Desde el año 1999, momento en que inició su andadura, el Observatorio Global sobre las características y la evolución de la actividad emprendedora, más conocido como Global Entrepreneurship Monitor o GEM, ha venido proporcionando datos cada vez más detallados acerca de esta parcela del conocimiento a una amplia comunidad científica que, al amparo de la literatura académica clásica y más actual, no cesa de proporcionar nuevas conclusiones aplicables tanto en el plano teórico como en el práctico.

Tras seis años de trabajos, la comunidad científica de investigadores involucrados en el Observatorio GEM ha alcanzado diversas conclusiones de ámbito general acerca del proceso emprendedor. Sobre algunas de estas conclusiones ya se había teorizado con anterioridad y los datos GEM han servido para confirmar las hipótesis en un ámbito geográfico amplio y mediante el uso de indicadores de elaboración propia, contruidos al margen de fuentes solventes tales como la OCDE, el Banco Mundial y otras. Acerca de otras conclusiones, los resultados constituyen hallazgos del propio observatorio, resultados útiles para el diseño de políticas públicas y para promover procesos reflexivos en la comunidad

científica y también en la esfera política que está acometiendo la globalización.

Medir la tasa de actividad emprendedora de forma homogénea y comparable entre cualquier país del mundo no ha resultado sencillo, no tanto por la instauración de una medida común y universalmente aceptable como pueda ser el TEA¹ (con todas sus virtudes y defectos), como por la dificultad que implica llevar a cabo la enorme operación de recogida de datos de calidad en todos los países participantes, de forma simultánea y armonizada. Sin embargo, desde 1999 este y otros indicadores se están obteniendo de forma regular y con una metodología ampliamente contrastada y validada, por lo que la comunidad científica y los agentes gubernamentales de los países participantes disponen de una fuente de información sin precedentes acerca del fenómeno emprendedor.

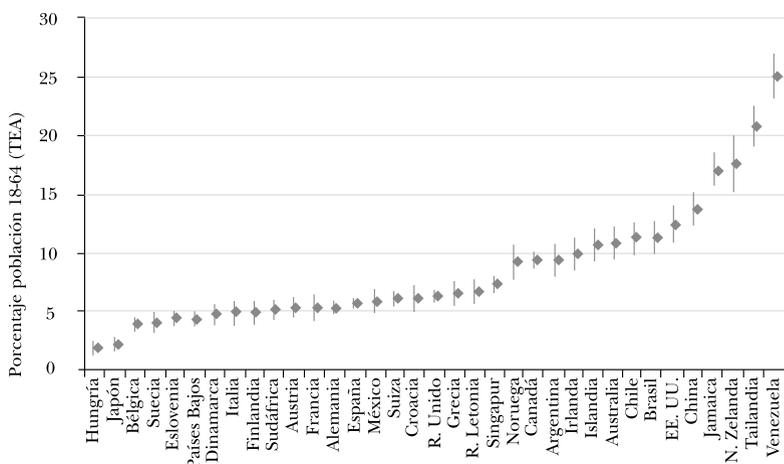
Gracias a esta fuente, y resumiendo en grandes trazos, se ha podido concluir lo siguiente:

1. La tasa de actividad emprendedora varía significativamente en función de las características de los países en que se analiza. Si tomamos la muestra de países participantes en el GEM como una muestra bastante representativa del panorama mundial acerca de la actividad emprendedora, entonces, se puede afirmar que la primera conclusión del observatorio GEM es que el indicador TEA es significativamente variable. El gráfico 4.1, correspondiente a la dimensión de dicha tasa en los países participantes en GEM 2005, permite visualizar este resultado.

Dado que la tasa de actividad emprendedora es variable, es razonable suponer que existe un conjunto de factores que incide en esta variabilidad. Las variables más consideradas en este aspecto por la literatura académica son aquellas que miden el grado de desarrollo de las naciones. Sin embargo, en 1999, los países que se compararon en el entorno GEM tenían niveles de desarrollo pare-

¹ TEA = *Total Entrepreneurship Early Stage Activity* o Tasa de Actividad Emprendedora Incipiente Total, ya descrita en los primeros capítulos.

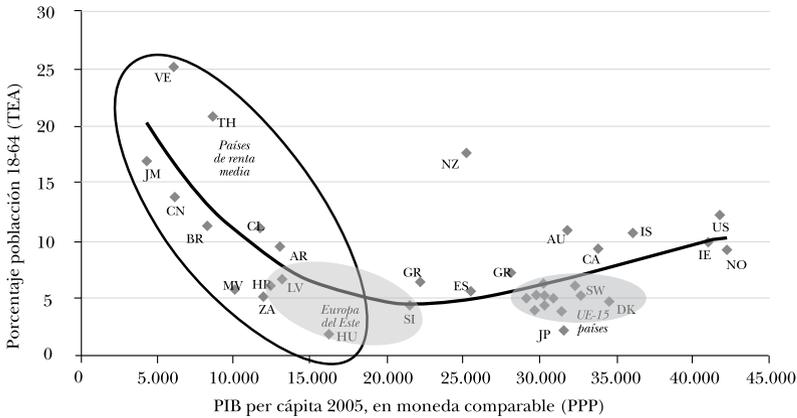
GRÁFICO 4.1: Tasa de actividad emprendedora incipiente (TEA) del año 2005



cidos y la relación observada entre el TEA y el PIB per cápita (como representante del grado de desarrollo de los países) era discreta y contradictoria por lo que se refiere a la adopción de un modelo lineal (a más actividad emprendedora más desarrollo). Por todo ello, el objetivo de analizar qué variables podían influir más en la variabilidad de la tasa de actividad emprendedora, aparte de los tradicionales indicadores de desarrollo, suscitó mucho más interés cuando a partir del año 2000 comenzaron a participar en el Observatorio países en vías de desarrollo y países con distintos entornos culturales con respecto a la creación empresarial. Tras múltiples análisis y puntos de vista, la comunidad científica GEM, llegó a las siguientes conclusiones con respecto a la relación TEA-Desarrollo:

2. La relación entre la tasa de actividad emprendedora y el desarrollo es de tipo recíproco y no es sólo la actividad emprendedora de un país lo que puede explicar, en parte, el PIB per cápita del mismo, sino que más bien, es el grado de desarrollo de un país el que explica la magnitud de la tasa de actividad emprendedora TEA. Además, la relación no es de tipo lineal, sino que responde a una función en forma de curva cuadrática tal y como se puede ver en el gráfico 4.2.

GRÁFICO 4.2: Relación entre el TEA y el PIB per cápita de los países GEM 2005



La situación de la tasa de actividad emprendedora de un país varía a lo largo de una curva como la descrita en el gráfico 4.2 y depende, en una parte significativa, del grado de desarrollo en que se encuentre el país en cada momento histórico. Así, para hacerse una idea, España, que ahora está cerca de los países de la Unión Europea, al principio de la parte ascendente final de la curva, debió ocupar una posición parecida a la de Argentina hace unos 15 o 20 años, con una tasa de actividad emprendedora superior, sin entrar en consideraciones de la calidad o magnitud de los negocios emprendedores de aquella época. A medida que un país está en vías de desarrollo, más se sitúa en la parte izquierda del gráfico, mientras que los más desarrollados están en la parte derecha del mismo. Teniendo en cuenta que la capacidad explicativa de este modelo se aproxima al 50%, la tasa de actividad emprendedora viene explicada por el grado de desarrollo de un país hasta cierto punto, siendo otras las variables que influyen en que esta sea mayor o menor. Asimismo, existen casos particulares de países que no se ajustan bien a este modelo, lo que les hace particularmente interesantes. Tal es el caso de Nueva Zelanda, donde emprender es una actividad arraigada y constante y, por consiguiente, una característica cultural muy potente.

En definitiva, de la segunda conclusión referente a las variables que explican la variabilidad de la tasa TEA, se extrae la tercera:

3. Existen diversos modelos de país en cuanto a la actividad emprendedora que desarrollan, que pueden agruparse en tres grandes categorías:

- Países en vías de desarrollo que despliegan una gran actividad emprendedora.
- Países desarrollados con gran tradición emprendedora que despliegan una actividad emprendedora notable.
- Países desarrollados que no tienen tradición emprendedora y en los cuales, la actividad emprendedora es moderada.

Agrupando los países desarrollados en una sola categoría, se ha demostrado que existe una diferencia estadísticamente significativa entre la tasa promedio de actividad emprendedora de los países desarrollados y en vías de desarrollo, resultado que, para el año 2005, se puede visualizar en el cuadro 4.1.

CUADRO 4.1: TEA promedio en los países en vías de desarrollo y desarrollados 2005

| | TEA |
|---|------------|
| Grupo de países en vías de desarrollo | 10,00% |
| Grupo de países desarrollados | 6,40% |
| Significación del contraste de diferencia de medias | 0,000 |
| Número de observaciones en que se sustenta el contraste | 108.604 |

Aparte del grado de desarrollo, no hay que olvidar que el arraigo de la cultura y el espíritu emprendedor en una sociedad determina, en parte, el despliegue de una mayor actividad emprendedora, y lo mismo sucede en términos de apoyo gubernamental a este colectivo. Esto se cumple especialmente en países desarrollados como Estados Unidos, Irlanda, Nueva Zelanda, Canadá, Finlandia y otros.

Además de los indicadores generales de actividad emprendedora como el TEA, el Observatorio GEM analiza en profundidad las características de la misma, atendiendo a diversos grandes

apartados: motivación para emprender, perfil del emprendedor, dimensión de las iniciativas, sector de actividad, potencial de crecimiento, innovación, expansión en el mercado, internacionalización, financiación y estado del entorno para emprender.

Acerca de estos grandes apartados, las principales conclusiones obtenidas son las siguientes:

4. En cuanto a motivación, los países desarrollados tienen una mayor proporción de personas que emprenden para aprovechar una oportunidad que los países en vías de desarrollo en los que, a pesar de que también predomina la motivación por oportunidad, proporcionalmente hablando, la motivación de no tener una mejor alternativa profesional, o motivación por necesidad, es mucho más abundante (v. gráfico 4.3). Por otro lado, en los países de tradición emprendedora arraigada (Estados Unidos, Nueva Zelanda, Canadá y otros), tras una iniciativa emprendedora es más fácil hallar una voluntad de ganar dinero, mientras que en países como España, la motivación responde más a la voluntad de ganar en independencia y, en países menos desarrollados, a motivos de subsistencia.
5. El perfil del emprendedor varía en los distintos países participantes, pero existen ciertos puntos en común tales como una mayor participación masculina en el proceso emprendedor. La edad media del emprendedor es inferior en los países en vías de desarrollo (v. gráfico 4.4), pero se va aproximando lentamente a ella en los países desarrollados a medida que crece la inmigración en algunos de ellos y, también, a medida que se saturan los mercados de trabajo. El tener rentas medias o altas en los países desarrollados y medias o bajas en los países en vías de desarrollo, el disponer de un título universitario en más del 30% de los casos, salvo en los países menos desarrollados, son otras características del perfil.
6. La dimensión de las iniciativas emprendedoras es también un punto en común de todos los países participantes: más del 85% de las mismas se enmarcan en el contexto de microempresas, tanto en volumen de negocio como en plantilla.

GRÁFICO 4.3: Distribución de la tasa de actividad emprendedora en actividad por necesidad, oportunidad o ambas cosas en los países participantes en GEM 2005

(porcentaje)

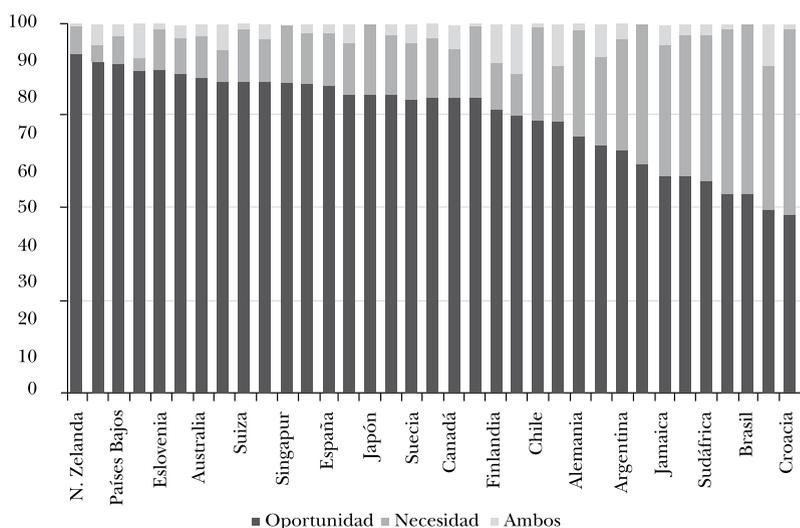
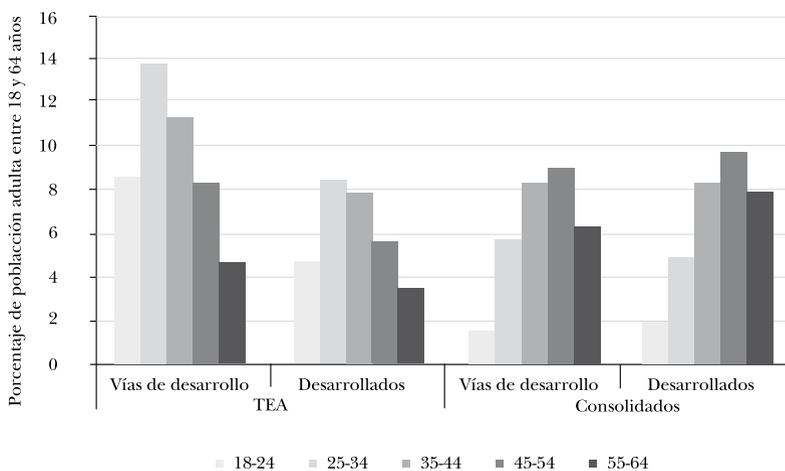


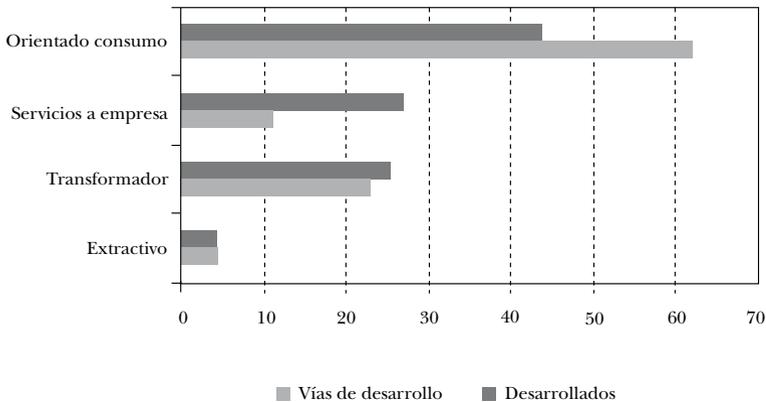
GRÁFICO 4.4: Distribución de edad de los emprendedores y de los empresarios consolidados en los países en vías de desarrollo y desarrollados en 2005



La media de empleados varía en torno a 2-3 y la de propietarios del negocio tiene un rango que va de 1,3 a 2,7 entre todos los países participantes en 2005, cifras que apenas cambian de un año a otro en la mayoría de los países.

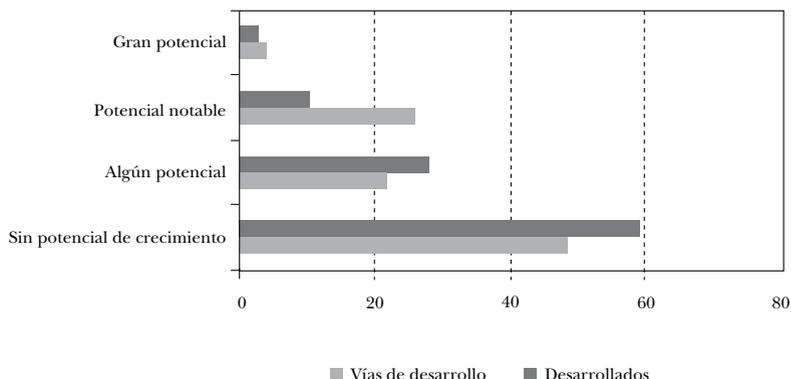
7. En los países en vías de desarrollo predominan las iniciativas emprendedoras en los sectores orientados al consumo de forma más acusada que en los países desarrollados (v. gráfico 4.5), en donde el reparto sectorial es algo más equilibrado. Las industrias que requieren importantes inversiones de capital son menos abordables por los emprendedores de estos países. A ello se añade que la esperanza de vida de una iniciativa emprendedora es más alta en los países desarrollados que en los países en vías de desarrollo.

GRÁFICO 4.5: Distribución sectorial de las iniciativas emprendedoras en los países en vías de desarrollo y desarrollados en 2005



8. La proporción de iniciativas emprendedoras con potencial de crecimiento es superior en los países en vías de desarrollo (v. gráfico 4.6), porque, a su nivel, tienen mercados más amplios, más posibilidades de ir adoptando nuevas tecnologías y pueden tratar de ser más competitivos que en los países desarrollados donde cuesta mucho más introducir innovaciones y sorprender a la competencia.

GRÁFICO 4.6: Distribución de las iniciativas emprendedoras en los países en vías de desarrollo y desarrollados, según su potencial de crecimiento (empleo, expansión en el mercado...) en 2005
(índice de potencial de crecimiento esperado)

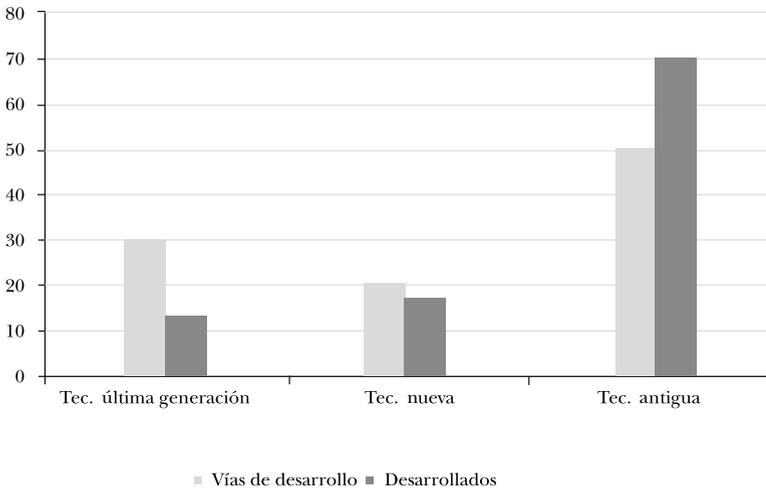


9. La proporción de iniciativas emprendedoras que utilizan nuevas tecnologías es superior en los países en vías de desarrollo (v. gráfico 4.7), porque, tal y como sucede con el potencial de crecimiento, a su nivel, tecnologías que en países desarrollados ya tienen cierto tiempo, pasan a ser de última generación en ellos y, además, a ello se une el hecho de que, al disponer de mano de obra muy barata, los empresarios de países desarrollados invierten en poner plantas de producción en esos países, llevando consigo las últimas tecnologías y procedimientos de producción.

Otras conclusiones que se han ido extrayendo a lo largo de estos años:

10. La financiación de las iniciativas emprendedoras está especialmente sustentada por los propios emprendedores y la financiación bancaria. Asimismo, resulta también importante el papel jugado por la inversión informal, tipo *business angel*.

GRÁFICO 4.7: Antigüedad de las tecnologías y procedimientos adoptados en las iniciativas emprendedoras en los países en vías de desarrollo y desarrollados en 2005



Sin embargo, es más escasa la financiación procedente de ayudas gubernamentales y la presencia del capital riesgo, aunque este último extremo depende más del tipo de país.

11. Las condiciones del entorno para emprender varían de un país a otro, pero entre los temas que más necesitan mejorar destacan siempre la financiación, la política gubernamental y la apertura del mercado, siendo también significativa la falta de formación del espíritu emprendedor en la escuela primaria en muchos países.
12. El indicador de actividad emprendedora (TEA) es muy sensible y se ve afectado instantáneamente por acontecimientos de carácter internacional, nacional y regional.
13. Los períodos recesivos en la economía, aunque sean muy leves, inciden directamente en un retraimiento de los emprendedores potenciales que, ante la duda del éxito de su iniciativa, esperan, en gran parte, momentos de estabilidad y bonanza económica para emprender.

4.2. Evolución de la actividad emprendedora en España entre el año 2000 y el año 2005

Una vez establecido el marco general de conclusiones derivadas del observatorio GEM acerca de los principales rasgos de la actividad emprendedora en el panorama internacional, nos centramos en el caso español, ofreciendo un resumen de la evolución general de la tasa de actividad emprendedora en nuestro país, del perfil de nuestro emprendedor, de las características generales de sus iniciativas y de la forma en que las ha financiado para, posteriormente, analizar otros aspectos más detalladamente en otros capítulos.

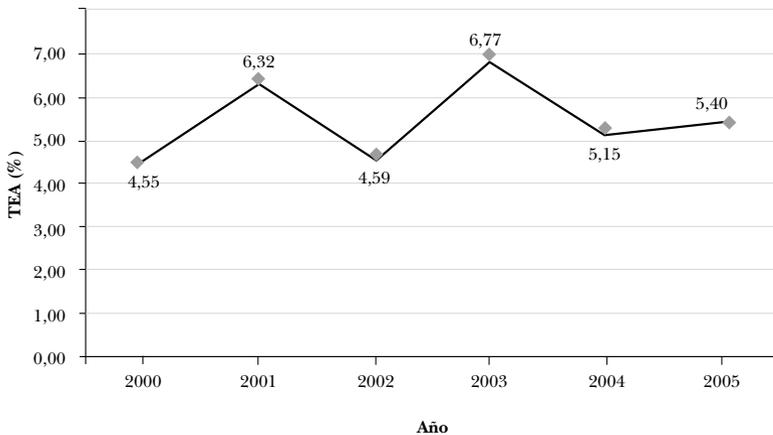
Tras seis años de estudios, es posible afirmar que España presenta un nivel de actividad emprendedora moderado, típico de un país que ha experimentado un desarrollo sostenido a lo largo de más de treinta años. En las décadas posteriores a la Guerra Civil, el empresario fue una figura sustentadora de nuestro desarrollo y un dinamizador de la economía. Más adelante, en los años ochenta y noventa, el gran incremento de titulados universitarios, la expansión de las administraciones públicas y la implantación de grandes multinacionales, derivaron buena parte del empleo hacia puestos funcionariales, de salud pública, grandes compañías, sector turístico, construcción y otros, cerrándose muchas microempresas, comercios y otras actividades que no pudieron superar la enorme competencia, la logística de distribución y expansión territorial y otras características de las grandes empresas.

Como consecuencia de todo ello, España, que antes de los ochenta debía tener un elevado índice de actividad emprendedora, fue cambiando su posición en el ciclo hasta alcanzar la situación actual: la de un país desarrollado, cuya sociedad ha perdido buena parte de su cultura empresarial y que tiene una actividad discreta, acorde con sus necesidades actuales.

Sin embargo, la evolución de los mercados laborales de los países desarrollados y el incremento de esperanza de vida, han puesto de manifiesto que no es aconsejable para países que tienen una situación como la española, el olvidar el papel que juega el empresario, pues dentro de pocos años, y por motivos diferentes de los antes apuntados, esta figura tiene que volver a resur-

gir para ayudar a equilibrar la falta de puestos *estables, seguros y bien remunerados* que van a comenzar a escasear para los enormes contingentes de licenciados que producen nuestras aulas universitarias. De hecho, actualmente se está dando un fuerte impulso a la formación profesional y a los módulos formativos, con el propósito de descongestionar parte de las aulas universitarias y mostrar otras alternativas profesionales que, en estos momentos, pueden ser tanto o más lucrativas que las relacionadas con la universidad, hasta que la carencia de licenciados aconseje de nuevo su promoción. La diferencia con respecto a los años anteriores a 1980 es que los futuros emprendedores van a estar mejor formados que la mayoría de sus predecesores, y que sus iniciativas van a tener un carácter distinto respecto de las iniciativas de aquella época, ya que se espera que sean innovadoras y que tengan potencial de desarrollo y de creación de empleo desde su nacimiento. El gráfico 4.8 muestra la serie temporal de las mediciones realizadas hasta la fecha por el Proyecto GEM en España del indicador TEA.

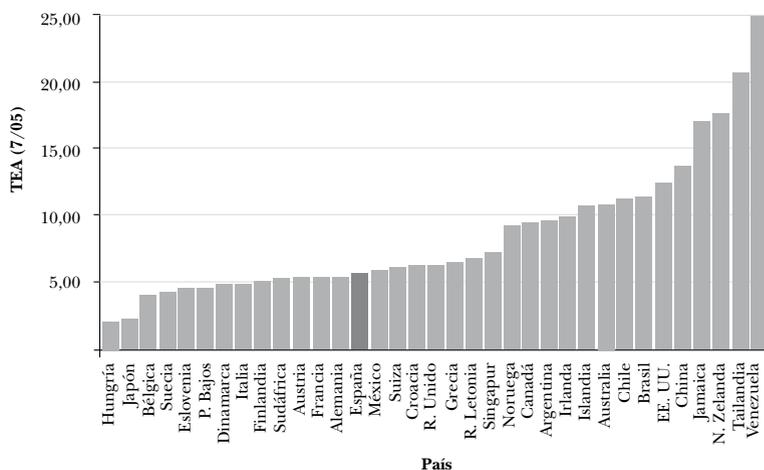
GRÁFICO 4.8: Serie temporal del índice de actividad emprendedora *early stage* (TEA) español



De los datos anteriores, se desprende que nuestra actividad emprendedora oscila entre un 4,5% y casi un 7%. Observando el gráfico 4.9, correspondiente al estudio del 2005, se aprecia

cómo nuestro índice es bastante discreto en comparación con el de otros países. Esto no significa que nuestro país esté mejor o peor que otros en este aspecto, sino que, simplemente, en nuestra situación actual de desarrollo, la gran mayoría de la población no se ve impelida a considerar esta alternativa profesional y que, por el momento, prefiere decantarse masivamente hacia otras. Actualmente, España forma parte del grupo de países desarrollados que, en esta etapa histórica, no tienen muy arraigado el espíritu emprendedor y que en unos años va a necesitar potenciarlo para ayudar a equilibrar el mercado laboral.

GRÁFICO 4.9: Estimación de la actividad emprendedora en los países GEM 2005



En el gráfico 4.9 se ve claramente cómo los países en vías de desarrollo tienen tasas muy elevadas de actividad emprendedora, debido a que una buena parte de sus poblaciones necesita emprender para subsistir, siendo mucho más escasa, que en países desarrollados, la oferta de otros tipos de ocupaciones. Venezuela encabeza la lista del conjunto de países participantes en GEM 2005, con un 25% de su población adulta involucrado en actividades nacientes. Le sigue Tailandia, con un escenario similar. En cambio, el tercer puesto de la lista está ocupado por un país

que tiene unas connotaciones diferentes: Nueva Zelanda. En Nueva Zelanda, Estados Unidos, China, Australia, Canadá e Islandia, las tasas de actividad emprendedora son elevadas por otros motivos, entre los cuales destaca el tener muy arraigada una cultura emprendedora que parte de las épocas coloniales y que no se ha perdido hasta la fecha. Irlanda está también en una posición destacada dentro de esta lista, debido al enorme impulso que se está dando en la actualidad al emprendedor. Por así decirlo, Irlanda se está anticipando a lo que no tardará en ocurrir en los países europeos desarrollados: el desequilibrio del mercado laboral por saturación de ciertos tipos de empleos. Argentina también tiene una tasa elevada de actividad emprendedora motivada por sus especiales circunstancias: es un país que ha sufrido un trauma social y económico en pleno desarrollo, de forma que en su seno convive la contradicción de haber alcanzado el mismo tipo de crecimiento que otros países con el hecho de no poder sostenerlo. Por consiguiente, como en casi todas las épocas de crisis, la figura del emprendedor ha tenido que resurgir antes de lo previsto, para dinamizar de nuevo la economía. Se trata de un caso muy particular, pues Argentina debería estar alineada con países del mismo grupo que el nuestro. Los países europeos, sean o no de la UE, tienen tasas de actividad emprendedora más bajas y con relativamente escasas diferencias, acordes con su actual etapa de desarrollo. Los países que tienen índices más bajos de actividad emprendedora son Hungría y Japón. En el primero, emprender no resulta sencillo porque atraviesan una etapa de transición y los potenciales emprendedores se enfrentan a una gran falta de financiación, excesiva burocracia y, en general, pocas facilidades para establecerse como autónomos. En el segundo, la gran mayoría del empleo está cubierto por las grandes compañías multinacionales y japonesas, no quedando mucho espacio para el desarrollo de pequeñas iniciativas. En ambos países, esta situación podría cambiar a medio plazo.

El gráfico 4.9 describe de forma clara cómo es el contexto actual de la actividad emprendedora, con una muestra bastante representativa de los países de todo el mundo y, si bien se echan de menos países menos desarrollados, lo cierto es que, al haber analizado otros años casos como los de India, Uganda y Perú, es posible afirmar que esos países, y otros similares, tendrían tasas del

orden del 20%-30% de actividad emprendedora, como mínimo, pues a sus poblaciones no les queda más remedio que considerar esa alternativa profesional para subsistir.

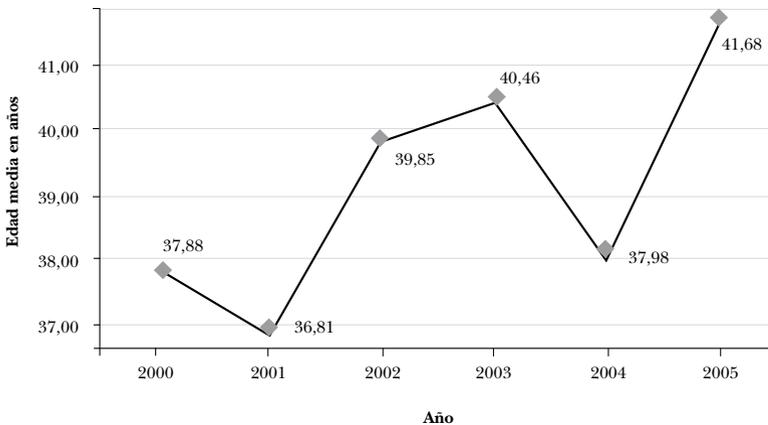
Nótese que el índice de actividad emprendedora no permite extraer ninguna conclusión acerca de la calidad, dimensión, esperanza de vida u otras características de las iniciativas emprendedoras. Este índice sólo se utiliza para mostrar que unas poblaciones son más emprendedoras que otras y, posteriormente, realizar otros análisis y extraer conclusiones de por qué esto es así y qué factores son los que impulsan al desarrollo de un mayor número de iniciativas de este tipo. Esta aclaración es importante porque, como se ha dicho al principio del libro, la metodología GEM se basa en encuestas y no en estadísticas de número de empresas. La experiencia de los investigadores GEM es que, cuando las personas ven un gráfico como el gráfico 4.9, si no conocen bien la metodología, automáticamente piensan en número de empresas y no comprenden por qué un país como Venezuela puede *estar por encima* de los Estados Unidos en materia de creación de empresas. El gráfico 4.9 nos dice que de la población de 18-64 años de Venezuela, un 25% son emprendedores y que, de la población de 18-64 años de los Estados Unidos, un 12,44% son emprendedores. Estos porcentajes, elevados a la población de cada país de 18-46 años de cada país, proporcionan una cifra de 3.753.950 de iniciativas emprendedoras para Venezuela y de 23.138.400 para los Estados Unidos. En conclusión: desde un punto de vista *clásico*, las cifras de resultados de la actividad emprendedora son las esperadas: muchas más empresas y negocios en Estados Unidos que en Venezuela, pero desde un punto de vista novedoso como el que desarrolla el Proyecto GEM, proporcionalmente hablando, la población de Venezuela es más emprendedora que la de Estados Unidos, porque su nivel de desarrollo actual impulsa a muchas más personas a emprender para subsistir.

4.3. Características del emprendedor español: evolución de su perfil entre el año 2000 y el 2005

El perfil del emprendedor español ha variado muy poco a lo largo del período considerado pero, a pesar de ello, hay que

destacar que, en los dos primeros años del estudio, la edad media era significativamente más baja, fenómeno que no se vuelve a observar hasta 2004. La opción de emprender no resulta muy atractiva para los jóvenes, que prefieren probar suerte en el mercado laboral, abordando unas oposiciones o incorporándose a grandes firmas y negocios familiares. Diversos estudios de opinión realizados entre jóvenes licenciados demuestran que la actividad emprendedora sería la última de las opciones que escogería la mayoría entre diversas posibilidades profesionales. Sin embargo, también es cierto que los jóvenes que deciden emprender y tienen éxito, no volverían atrás ni cambiarían esta opción por otra. La serie temporal que recoge la evolución de la edad media del emprendedor (v. gráfico 4.10), no sigue una tendencia determinada y, por el momento, es algo errática, siendo preocupante que no tienda a disminuir, pues este hecho significa que no surgen tantos empresarios entre los jóvenes como sería de desear.

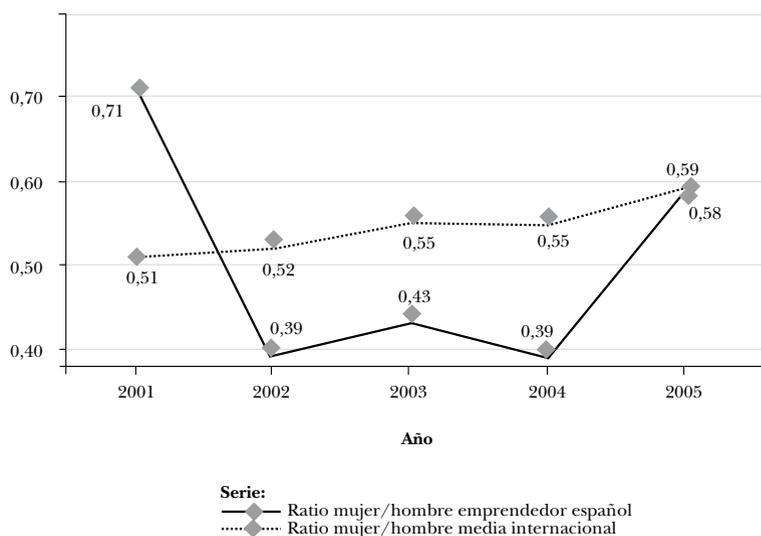
GRÁFICO 4.10: Evolución de la edad media del emprendedor *early stage* en España



Por otro lado, la ratio de participación femenina con respecto a la masculina es desfavorable a lo largo de todo el período analizado en España, pero ha sufrido una drástica variación desde que comenzaron los análisis hasta la actualidad

(v. gráfico 4.11). Por consiguiente, en 2001, se captaron 71 mujeres emprendedoras de cada 100 emprendedores, cifra notable, muy superior a la media mundial y ciertamente sorprendente. En 2000 se había captado una ratio incluso superior a ésta, que se desestimó por si la muestra había sufrido algún sesgo o se trataba de un dato atípico. Sin embargo, lo cierto es que, a pesar de todo, la participación femenina en esos años debió ser realmente más elevada debido a la bonanza económica y a factores puntuales que escaparon a nuestra atención por falta de experiencia al coincidir con el inicio del Proyecto. Este período atípico se corresponde con la puesta en marcha de determinados mecanismos de apoyo a la mujer (microcréditos, campañas locales de inserción laboral, creación de asociaciones de mujeres empresarias y otros), que bien pudieron tener influencia en un mayor desarrollo de la actividad emprendedora femenina. En 2002, con la primera recesión, la mujer se retrae completamente y se comienza a ver que, en momentos de incertidumbre económica, la mujer se arriesga mucho menos que el hombre. En 2003 la ratio se recupera y se hallan 43 mujeres por cada 100 hombres emprendedores.

GRÁFICO 4.11: Evolución de la ratio de participación femenina sobre la masculina en la actividad emprendedora



En 2004, ante los nuevos acontecimientos, sucede lo mismo que en 2002 y la ratio vuelve al mismo nivel que ese año. Finalmente, en 2005 se inicia una recuperación que puede mantenerse, si la bonanza económica, política y social continúa.

La mujer tiene un papel menos destacado que el hombre en la actividad emprendedora internacional. Se trata de un fenómeno bastante generalizado, si bien, tal y como muestra la evolución de la serie global, la tendencia es positiva y esta participación se va incrementando año tras año aunque sea de forma moderada. En los países en vías de desarrollo esta tasa es algo superior a la de los países desarrollados y, en estos, las medidas de conciliación de la vida familiar con la profesional pueden suponer un importante avance que favorezca el que las mujeres se decidan a emprender. A través de los análisis realizados en estos años, se ha podido constatar que la mujer tiene mayor aversión al riesgo que el hombre, y que su actividad emprendedora es menos innovadora, de forma que suele replicar en mayor medida actividades existentes en el mercado. En general, la mujer suele retirarse antes que el hombre de la gestión y dirección de empresas, tiende a crear más empleo, su gestión es algo más eficaz y registra menos cierres que el hombre. Otra característica diferencial es la búsqueda de apoyo en otras mujeres y una mayor utilización de fuentes de financiación familiares para acometer la puesta en marcha de sus negocios, siendo más difícil para este colectivo el obtener créditos bancarios. Estos y otros aspectos de la actividad emprendedora femenina se analizan en profundidad en el capítulo 8.

El nivel medio de estudios del emprendedor español es de bachillerato, con tendencia a que cada vez haya más universitarios. Se trata de una variable que sigue una evolución acorde con el nivel de desarrollo del país y que depende en buena medida del tipo de actividad emprendedora y del sector en que se desarrolla. Atraer a más universitarios hacia el ámbito empresarial está relacionado con el grado de cultura emprendedora de la sociedad y, en los años noventa y principios de 2000, en nuestro país se ha descuidado bastante el fomento de esa cultura, sobre todo en la escuela primaria. Si a todo ello añadimos la escasa propensión de las familias a encauzar a los jóvenes de nuestra sociedad hacia el desarrollo de iniciativas emprendedoras, tenemos como resulta-

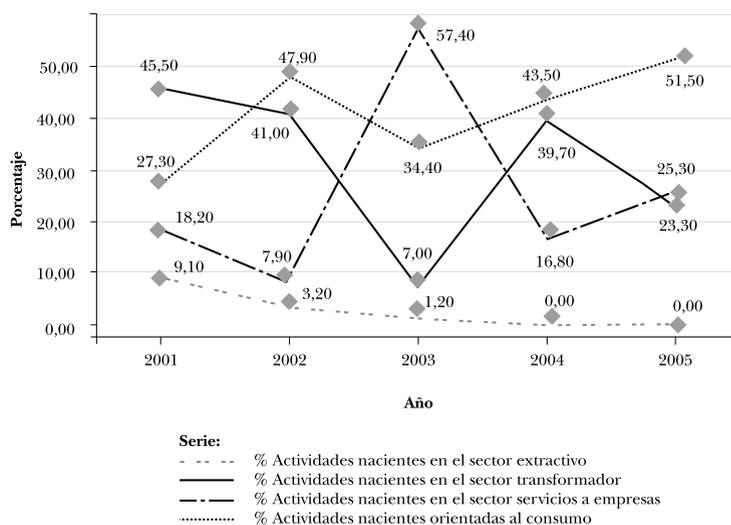
do un perfil de jóvenes que buscan puestos de trabajo seguros, estables, bien remunerados y en los que sea fácil consolidarse y permanecer muchos años, realidad que cada vez se va a cumplir menos y para la cual no están preparados. En los próximos años será necesario trabajar y tomar medidas preventivas para que las próximas generaciones cambien esta forma de pensar, que no se ajusta a la realidad social y económica.

Finalmente, otras características del perfil de nuestros emprendedores son la masiva residencia y desarrollo de actividades en zonas urbanas y el pertenecer a la clase media, con un nivel de renta mensual medio próximo a los 1.800 euros, características que han permanecido estables en estos cinco años.

4.4. Tipode iniciativas puestas en marcha por el emprendedor español

El Proyecto GEM comenzó a analizar las características de las iniciativas emprendedoras a partir del año 2001. El gráfico 4.12 muestra los cambios de tendencia de las actividades nacientes en España desde ese año a 2005, en cuanto al sector en que se desarrollan.

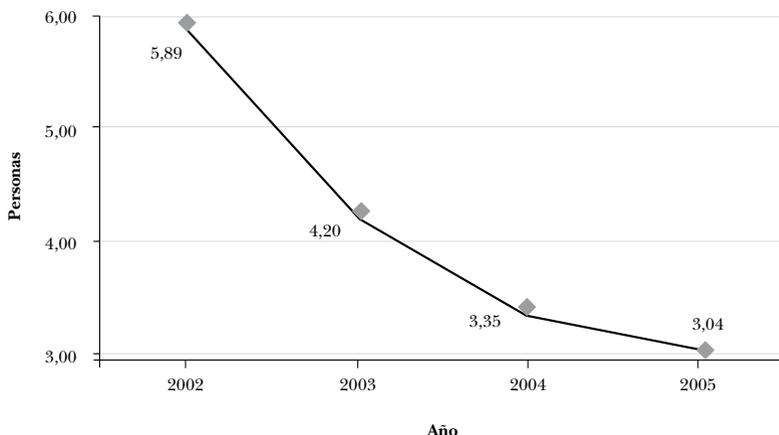
GRÁFICO 4.12: Evolución del sector de actividad de las iniciativas nacientes



Como se puede observar, algunas tendencias han desarrollado una trayectoria clara, mientras que otras han sufrido grandes variaciones. En el caso del sector extractivo, donde se ubican las iniciativas del sector primario, se observa un descenso cada vez más acusado, hasta su práctica desaparición. Sin embargo, lo cierto es que muchas de estas actividades se han trasladado hacia el sector transformador, pues se considera que las explotaciones agrícolas y ganaderas han incorporado nuevos métodos *de producción y de proporción* de productos derivados que han sufrido transformaciones antes de llegar al mercado. El sector transformador ha sufrido altibajos porque la puesta en marcha de este tipo de negocios suele requerir más inversión de capital que los de servicios y los orientados al consumidor, de forma que, en períodos recesivos, se acusa un mayor retraimiento de los potenciales emprendedores en este ámbito. Así, con el retardo lógico, tras los acontecimientos de 2002, en 2003 se acusa un gran descenso de iniciativas en este sector, que comienza a recuperarse en 2004 y que, tras los acontecimientos de ese año en España, sufre una nueva caída retardada, de la que podría recuperarse en 2006 si se mantiene la tendencia esperada. Los emprendedores del sector servicios a empresas tienen un espectacular crecimiento entre 2002 y 2003, que luego cae, afectado por el pinchazo de la burbuja generada en torno a internet y el resto de acontecimientos que se producen en esos años. En la actualidad el sector tiende a recuperarse. Finalmente, el sector orientado al consumo es el más estable y el que, salvo acontecimientos inesperados, presenta una tendencia creciente más sostenida. Salvo excepciones, es el sector que, por término medio, más eligen los emprendedores en España.

En cuanto a su dimensión, más del 70% de las iniciativas nacientes son microempresas y esa cifra no ha variado mucho en estos años. En general, alrededor del 99% de las iniciativas son clasificables como pyme, con un notable porcentaje de casos que sólo proporcionan empleo al propio emprendedor. A partir de 2002 (v. gráfico 4.13) se detecta una evolución negativa y las empresas tienden a nacer con menos plantilla media. Acerca de estos extremos no se dispone de series temporales completas porque el Proyecto GEM ha comenzado a analizar en profundidad estos temas a partir de 2002.

GRÁFICO 4.13: Evolución de la plantilla media de las iniciativas nacientes (sin contar al emprendedor)

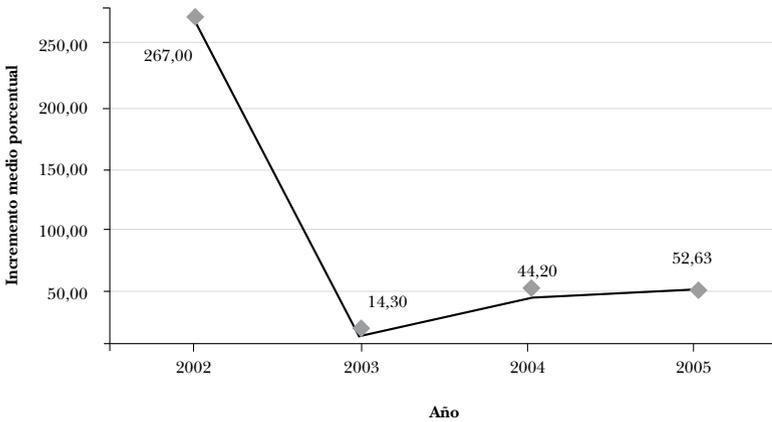


La disminución de plantilla puede estar relacionada con el cambio de orientación de los emprendedores, que se sienten menos atraídos por poner en marcha empresas en los sectores extractivo y de transformación, y que cada vez emprenden más en los sectores de servicios y orientado al consumidor. En principio y, salvo excepciones, los negocios de estos sectores pueden necesitar plantillas medias iniciales inferiores a los industriales, lo cual podría explicar esta tendencia a la baja. Con todo, el tema es preocupante para España, si se piensa en la necesidad de creación de empleo en el sector empresarial que va a ser necesaria en unos años.

Igualmente interesante resulta el análisis de la evolución de las expectativas de crecimiento en empleo de las iniciativas nacientes de cara a los próximos cinco años desde el momento de la entrevista. En el gráfico 4.14 se puede ver el cambio drástico que tiene lugar entre las aspiraciones de los emprendedores de 2002 y las de los años siguientes. No hay duda de que, observando los diversos indicadores con la perspectiva temporal, la actividad emprendedora española sufrió una gran transformación a partir de 2002. La implantación del euro afectó mucho a la dinámica empresarial dado que, antes de su consolidación en España, los emprendedores nacientes tenían enormes expectativas de crecimiento en empleo, hasta el punto de esperar triplicar plantillas (siempre hablando en término medio)

en cinco años. El drástico cambio de actitud no puede sino relacionarse con el encarecimiento generalizado de precios que supuso la adopción de la nueva moneda. Desde entonces, las expectativas de crecimiento en empleo se vienen recuperando progresivamente pero aún están lejos de alcanzar los niveles del año 2002. La tendencia positiva de esta serie es esperanzadora, si bien, es necesario tomar conciencia de que había partido de una situación muy notable.

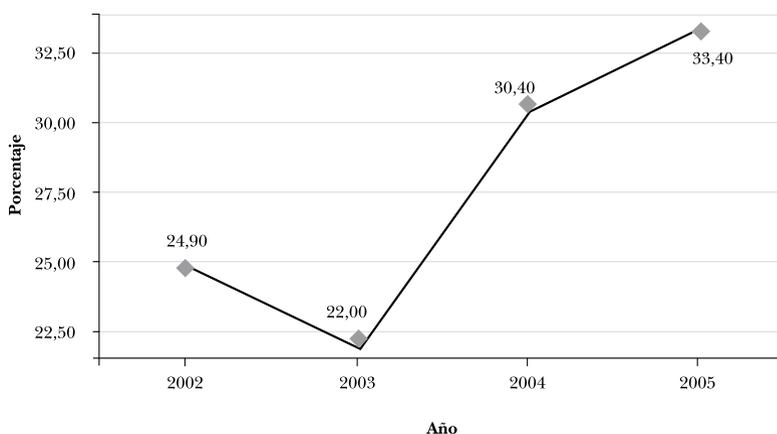
GRÁFICO 4.14: Evolución de las expectativas de crecimiento medio en empleo de las actividades emprendedoras nacientes españolas



Otra característica deficitaria en nuestras empresas, pero que evoluciona positivamente desde 2002, es la capacidad de expansión en el mercado de las iniciativas nacientes y nuevas. En el seno del Proyecto GEM, se considera que las empresas se expanden en el mercado cuando crean nuevos nichos de mercado, lanzan nuevas líneas de producto o realizan actuaciones de este tipo. La serie que presenta el gráfico 4.15 muestra la evolución de un indicador sintético: el porcentaje de iniciativas nacientes y nuevas que cada año han tenido alguna expansión en el mercado. Cuando se hace esta batería de preguntas a los empresarios, GEM clasifica las respuestas en *sin expansión*, *expansión mínima*, *pequeña expansión*, *expansión notable* y *máxima expansión*. El indicador sintético recoge las empresas que han dado alguna de estas respuestas salvo la primera.

Dado que la serie no permite ver el detalle de lo que hay tras esta agregación de respuestas, es necesario comentar que, cada año, entre un 70% y un 80% de las empresas que tienen alguna expansión la tienen *mínima* o *pequeña*, de forma que es importante tener en cuenta este matiz y saber que, tanto en España como en la mayoría de los países, la falta de espíritu innovador conduce a la creación de empresas con escaso potencial expansivo y competitivo.

GRÁFICO 4.15: Evolución del porcentaje de iniciativas nacientes y nuevas que tienen alguna expansión en el mercado



Otras variables que se han comenzado a analizar recientemente en el seno del Proyecto GEM, y relacionadas con la caracterización de las empresas, son el uso de nuevas tecnologías, la competencia, la internacionalización y el volumen de negocio. Por el momento no se dispone de series temporales que permitan comenzar a diagnosticar la tendencia de estos importantes rasgos, pero sí de los datos más recientes, que proporcionan una idea del estado actual de los mismos. Así, los análisis de 2005 ponen de manifiesto que un 3,6% de las iniciativas nacientes y nuevas utilizan tecnologías que no existían en 2004. Un 6,1% ha utilizado tecnologías recientes (disponibles de uno a cinco años antes) y un 90,2% ha producido sus productos o servicios empleando tecnologías que tienen más de cinco años. Por otro lado, el 63,3% de las iniciativas nacientes y nuevas esperan tener mucha competencia, un 28,7% alguna competencia y tan sólo un 8% ofrecen un producto o

servicio que no tiene competencia. Finalmente, un 16% de las iniciativas nacientes y nuevas son exportadoras, dato que señala la necesidad de promover entre los emprendedores un mayor interés inicial por la internacionalización, además de ofrecer formación en este ámbito.

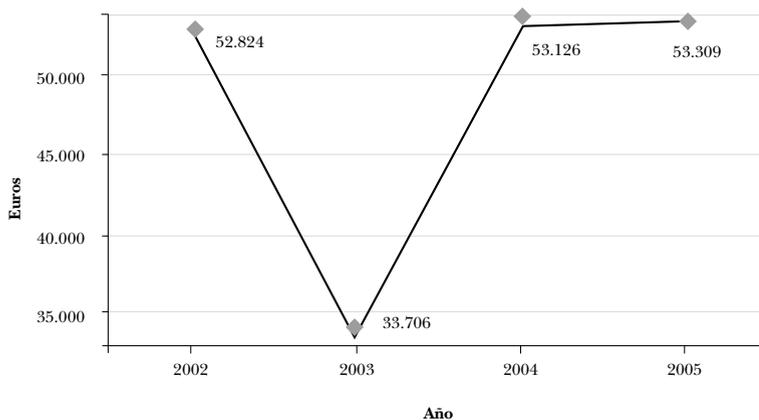
4.5. Evolución de los indicadores de financiación de la actividad emprendedora en España

El emprendedor español utiliza diversas fuentes de financiación, además de aportar capital propio. Entre las más frecuentes destacan instituciones financieras privadas, inversión informal tipo *business angel* y ayudas gubernamentales, siendo muy escasa la intervención de entidades de capital de riesgo. En el capítulo 6 se analiza en profundidad el tema de la financiación de la actividad emprendedora naciente en nuestro país. Sin embargo, en este apartado se pasa revista a la evolución de algunos indicadores que completan el conjunto de los ofrecidos en este capítulo, de forma que redondean la información ofrecida en el mismo.

Así, por ejemplo, el gráfico 4.16 muestra los datos disponibles acerca de la evolución del capital semilla, necesario para la puesta en marcha de una actividad emprendedora. El estudio de esta varia-

GRÁFICO 4.16: Evolución del capital semilla medio necesario para acometer una *start up*

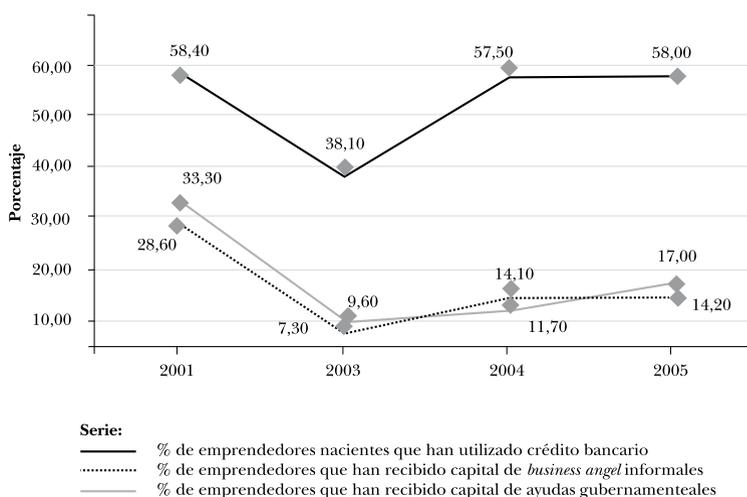
(en euros)



ble se inició en 2002 en el seno del Proyecto GEM. Como se puede apreciar, en 2003 la media bajó ostensiblemente: los acontecimientos internacionales y la implantación del euro el año anterior marcaron un claro compás de espera de los inversores, que se plasmó en un gran descenso de iniciativas en el sector transformador, el que mayor inversión de capital requiere habitualmente. Estos cambios explican la menor necesidad de inversión de capital en ese año en concreto. Los años siguientes se volvió a los niveles de 2002, algo incrementados por el aumento generalizado de precios.

Una evolución similar se observa en las series que recogen los porcentajes de emprendedores que utilizaron el crédito bancario, la inversión informal y las ayudas gubernamentales para la puesta en marcha de sus iniciativas. El gráfico 4.17 presenta estas tres series de forma que, además de la comentada evolución, se aprecia que, dejando a un lado la aportación de capital que pueda hacer el propio emprendedor, la fuente financiera más importante es la bancaria (incluyendo cajas de ahorros), seguida de la ayuda gubernamental y de la inversión informal por parte de familiares y conocidos.

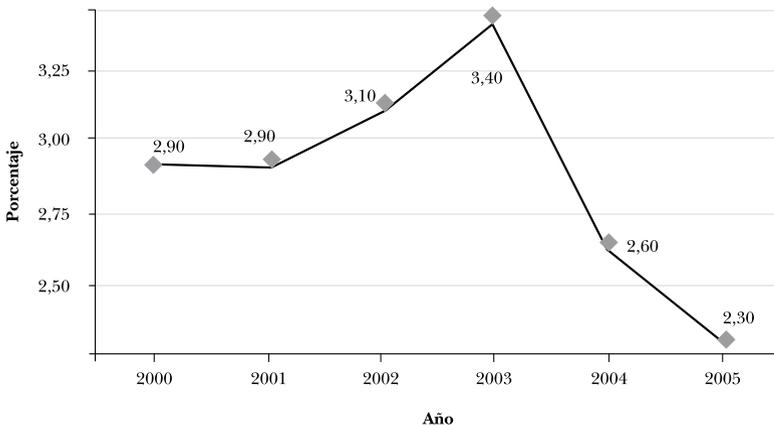
GRÁFICO 4.17: Evolución de los porcentajes de emprendedores nacientes que han utilizado como fuente de financiación el crédito bancario, la ayuda gubernamental y/o la inversión informal



Nota: En el año 2002 no se analizaron estas variables.

Desde el año 2000, el Proyecto GEM ha medido el porcentaje total de la población adulta que actúa como inversor informal, con el ánimo de mostrar la importancia que tiene esta figura en relación a la creación empresarial. Los inversores informales son personas allegadas al emprendedor (familiares directos y menos directos, amigos, conocidos, compañeros de trabajo y similares), a los que éste suele acudir cuando necesita apoyo financiero y no encuentra fuentes financieras alternativas o le faltan complementos para cumplir las condiciones de las instituciones profesionales. Tradicionalmente, las mujeres han utilizado más a menudo esta fuente de financiación, pero no se puede afirmar que sea un recurso fundamentalmente femenino. Los *business angel* informales tienden a actuar desinteresadamente y en muy pocos casos se benefician de este tipo de operaciones, siendo un escaso porcentaje el que recupera su inversión a corto plazo. Actualmente, existen iniciativas para profesionalizar esta figura, que en otros países es una fuente más de financiación profesional. El gráfico 4.18 muestra la evolución del porcentaje de *business angel* informales en España desde los inicios del Proyecto GEM en nuestro país. La tendencia de esta evolución es negativa desde el año 2003 y actualmente está en su nivel más bajo, si bien es un indicador bastante estable.

GRÁFICO 4.18: Evolución del porcentaje de *business angel* informales en la población adulta española



4.6. Conclusiones

La metodología GEM ha roto muchos esquemas preconcebidos acerca de la actividad emprendedora y ha permitido analizar en profundidad muchos aspectos de la creación de empresas que nunca se habían podido estudiar con anterioridad. El poder disponer de un volumen de datos sobre las variables clave del proceso emprendedor homogéneo, de ámbito internacional e independiente, el poder comparar diversos tipos de países y establecer diferentes escenarios ha roto el estereotipo general de que *a más desarrollo más actividad emprendedora*, poniendo de manifiesto que esta relación es más bien la contraria, salvo en países en que existe una arraigada tradición de creación empresarial.

El resultado de la actividad emprendedora, es decir, el número final de empresas, negocios y autoempleo que se crean, depende en definitiva de la tasa de actividad emprendedora y del tamaño de la población adulta de cada país participante. Al existir tan elevada disparidad de poblaciones, tasas de actividad emprendedora y productos interiores brutos, cuando se desea establecer una relación entre la actividad emprendedora y el grado de desarrollo de los países, es prácticamente imposible ajustar un modelo de tipo lineal a los datos internacionales, de forma que GEM ha puesto de manifiesto que, o bien se busca otro tipo de modelo no lineal, o el ajuste lineal debe hacerse por *clusters* de países afines en ambos conceptos.

La evolución de los indicadores de actividad emprendedora es lenta, pero muy sensible a acontecimientos de carácter global, nacional o incluso regional. Cambios como el que supuso la implantación del euro afectan sobremanera a la creación de empresas y también lo hacen los acontecimientos bélicos. El emprendedor, y el inversor que apuesta por las ideas e iniciativas de este colectivo, se retrae ante la mínima incertidumbre económica, política y social, lo que viene a demostrar que el impulso de la actividad emprendedora debe sustentarse en períodos de estabilidad y serenidad.

España tiene una tasa de actividad emprendedora bastante acorde con su región natural de ubicación, la Unión Europea. Esta tasa es algo baja con respecto a los acontecimientos que se avecinan a medio plazo, tales como la saturación del mercado la-

boral, el aumento de la esperanza de vida y los nuevos desafíos tecnológicos. Por otro lado, en España se advierte que existen problemas estructurales en las características de las iniciativas emprendedoras, que si bien son bastante comunes en muchos países, no son deseables en países del grado de desarrollo español. Estos problemas se refieren a la escasa participación de nuestras iniciativas en la creación de empresas de base tecnológica, en la falta generalizada de implantación del concepto de innovación en las mismas, en su discreto potencial de crecimiento y en su baja participación en los mercados internacionales.

El apoyo financiero, uno de los pilares del desarrollo empresarial, necesita una mejor formación de los emprendedores para activarse y, aunque mejora la accesibilidad a los créditos y otros canales de financiación, es imprescindible que los destinatarios de estos capitales tengan la preparación suficiente como para demostrar la viabilidad de sus ideas y una buena planificación de los negocios que piensan emprender. El análisis del mercado, de la competencia, la ubicación y resto de aspectos que configuran una puesta en marcha deben ser abordados con rigurosidad. Por otro lado, el encarecimiento del dinero y de los servicios básicos que necesitan las empresas, tales como productos inmobiliarios, electricidad, agua, servicios de otras empresas y un largo etcétera, va en contra de la mejora de los defectos estructurales de nuestras iniciativas emprendedoras, así como de la participación de los *business angel* en las mismas, por lo que es deseable que las políticas gubernamentales tiendan a lograr un mejor entorno para los emprendedores españoles.

España es un país con muchas posibilidades de negocio, oportunidades no faltan pero hemos perdido parte de nuestra cultura emprendedora, que tanto contribuyó al desarrollo del país entre los años cuarenta y los ochenta, y, a medio plazo, va a ser necesaria una recuperación de la misma. La formación desde la escuela primaria es uno de los puntos que requieren mayor atención, si se desea prevenir el desequilibrio del mercado laboral y asegurar la inserción de los enormes contingentes de licenciados que la oferta laboral del futuro no va a poder absorber.

El Proyecto GEM seguirá proporcionando información acerca de los principales indicadores que caracterizan a la actividad em-

prendedora, con la esperanza de ayudar a una mejor comprensión de la evolución de este fenómeno en el contexto nacional e internacional. En España, además, el desarrollo regional del proyecto, cuyo mapa se completa en 2006, está proporcionando detalles de gran valor para una correcta planificación de lo que es necesario mejorar y corregir en cada zona pues, como se ha podido observar, la actividad emprendedora difiere en función del grado de desarrollo de los territorios geográficos y de otras muchas variables. Aunque en este capítulo no ha tenido cabida el análisis regional, baste con apuntar que, los estudios efectuados hasta la fecha, ponen de manifiesto interesantes diferencias entre nuestras comunidades autónomas y que, en España, en cierta medida se reproduce lo que sucede a nivel internacional, existiendo también tres modelos de regiones: menos desarrolladas, desarrolladas con menor cultura emprendedora y desarrolladas con mayor arraigo de la cultura emprendedora, lo cual proporciona distintos resultados de creación empresarial que es importante considerar.

Para finalizar, los equipos investigadores que forman el Proyecto GEM en España agradecen a todos sus patrocinadores e instituciones el apoyo que reciben, ya que, sin él, sería imposible realizar este estudio. Sirva este documento para poner de manifiesto la labor realizada en estos seis años y el cumplimiento del principal objetivo del estudio: proporcionar información, reflexiones y conclusiones útiles para todos los agentes relacionados con la creación de empresas, entre los cuales, la banca juega un papel muy destacado.

Bibliografía

- CODURAS A., P. LÓPEZ, R. JUSTO e I. DE LA VEGA. *Global Entrepreneurship Monitor 2003 Spanish Executive Report*. Madrid: Instituto de Empresa Business School, 2004.
- CODURAS, A. y R. JUSTO. *Global Entrepreneurship Monitor 2002 Spanish Executive Report*. Madrid: Instituto de Empresa Business School, 2003.
- DE CASTRO, J., A. CODURAS, B. COHEN, J. PISTRUI y R. JUSTO. *Global Entrepreneurship Monitor 2001 Spanish Executive Report*. Madrid: Instituto de Empresa Business School, 2002.
- DE LA VEGA, I., A. CODURAS, C. CRUZ, y R. JUSTO. *Global Entrepreneurship Monitor 2004 Spanish Executive Report*. Madrid: Instituto de Empresa Business School, 2005.

5. La motivación para emprender en España y los condicionantes externos que le afectan

Alicia Coduras Martínez

Instituto de Empresa Business School

5.1. Acercade la motivación para emprender

Tras cada iniciativa emprendedora subyace un motivo que impulsó al emprendedor a decidirse a lanzar el producto o servicio que ofrece. En general, la motivación puede definirse como el proceso psicológico por el cual alguien se plantea un objetivo, emplea los medios adecuados y mantiene la conducta con el fin de conseguir dicha meta (Maslow 1954).

En el entorno de la creación de empresas, existen muchos puntos de vista acerca de la descripción de la motivación para emprender. Para comenzar por lo más básico, la literatura académica especializada distingue entre dos motivos generales, tras los cuales subyacen muchos más de carácter particular. Estos dos motivos básicos son el aprovechamiento de una oportunidad y la necesidad. En el primer caso, la persona emprende porque se le presenta, o busca, una oportunidad de negocio pero no lo hace, como en el segundo caso, porque no tiene otras alternativas de trabajo y necesita desarrollar su propia iniciativa para subsistir. Por consiguiente, en la actualidad, cuando se analiza la motivación en estudios relacionados con la actividad emprendedora, en muchas ocasiones se distingue entre los emprendedores que lanzaron su negocio por oportunidad o por necesidad.

Por otro lado, entre otras motivaciones que impulsan a las personas a tomar la decisión de emprender, se encuentran algunas como las siguientes: ser independiente (trabajar siendo su propio jefe, tener libertad o autonomía); ganar dinero (lucro); po-

ner en marcha una idea; tradición familiar; realización personal; vocación y otras. De lo anterior se desprende que las motivaciones para emprender pueden ser variadas y obedecer a diversas combinaciones, pero no hay duda de que quien toma el camino de emprender, en última instancia, está realizando un deseo personal de poner en marcha su propio proyecto. Por eso, algunos autores como Andy Freire (2005) identifican las condiciones determinantes que, a su juicio, subyacen tras el emprendedor, como son el deseo de emancipación, la moderación en la ambición del dinero, la plena dedicación al proyecto, el espíritu de sacrificio, la capacidad de trabajo, su propio trabajo emocional, la humildad y la voluntad permanente de aprender, la satisfacción que suele acompañar su día a día, la capacidad de compartir el éxito, su determinación, su optimismo e ilusión, su capacidad de liderazgo, de asunción de riesgos y responsabilidades y su actitud de superación continua frente a los obstáculos. Si una persona no reúne la mayoría de las características anteriores, ni tiene intención de aprender a desarrollarlas, es muy probable que no entre en sus planes el convertirse en emprendedora, a menos que le empuje la necesidad, en cuyo caso, se verá forzada a adquirir algunos de estos rasgos característicos si desea tener éxito.

La etapa previa a la puesta en marcha de una iniciativa emprendedora es la que determina el tipo de motivación que, finalmente, impulsa al emprendedor. El entorno que rodea al emprendedor y, por supuesto, sus propias circunstancias, serán las que configuren la forma de abordar el proyecto y las que condicionarán en cierta medida sus posibilidades de éxito o fracaso. Sin embargo, independientemente de cada caso particular, en España y otros países desarrollados se está atravesando una etapa generalizada de falta de motivación para emprender entre las generaciones más jóvenes. Esta situación debe invertirse en un plazo no muy lejano para poder lograr el objetivo, ya comentado en otros capítulos, de impulsar la figura del emprendedor para equilibrar los mercados laborales e incrementar la calidad de las empresas desde el punto de vista de la innovación, la internacionalización y el potencial de crecimiento.

Por consiguiente, dejando de lado el análisis de la motivación desde un punto de vista particular, se entiende que el motivar a

la población en general para que sea emprendedora es una labor que debe abordarse mediante el diseño de políticas públicas encaminadas a lograr este objetivo. Aceptado este hecho, los diseñadores de estas políticas deben disponer de un diagnóstico acerca del estado de las condiciones del entorno para emprender y del grado de motivación actual que se detecta en la población acerca de la posibilidad de generar iniciativas propias, pues el conocimiento de estos datos es el que puede ayudar a diseñar medidas efectivas en este terreno.

El siguiente apartado constituye una descripción del estado del entorno para emprender que actualmente hay en España y que, por consiguiente, está influyendo en las decisiones individuales de potenciales emprendedores de seguir adelante o no con sus ideas sobre la puesta en marcha de iniciativas. Los datos que se utilizan para establecer el estado del entorno para emprender proceden básicamente del observatorio GEM en sus ediciones 2000-2005. El diagnóstico se confecciona a partir de las opiniones de expertos en diversos ámbitos clave del entorno para emprender.

5.2. Evolución de las condiciones de entorno para emprender en España en el período 2000-2005

A lo largo de estos años, GEM ha realizado entrevistas anuales a un conjunto de expertos representativos de las siguientes áreas:

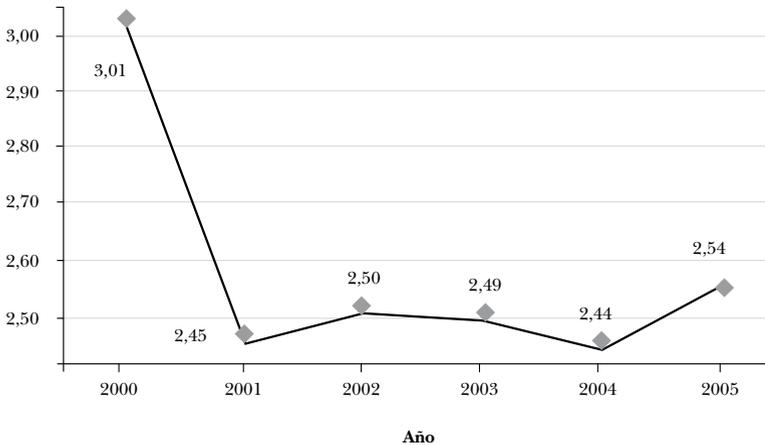
1. Apoyo financiero
2. Políticas gubernamentales
3. Programas gubernamentales
4. Educación y formación
5. Transferencia de I+D
6. Estructura comercial y profesional
7. Apertura del mercado interno
8. Acceso a infraestructura física
9. Normas sociales y culturales

Actualmente, la muestra de expertos españoles comprende a más de 500 personas. El colectivo puntúa un conjunto de más

de 50 afirmaciones sobre estas áreas utilizando escalas de 5 puntos, en las cuales 1 = *totalmente falso* y 5 = *totalmente cierto*. El tratamiento de las respuestas y su síntesis mediante aplicación de análisis multivariantes¹ proporcionan indicadores sintéticos del estado de cada una de las parcelas anteriores. El comportamiento sólido de los conceptos y la estabilidad de las respuestas de estos colectivos en todos los países GEM garantizan la calidad de las conclusiones que permiten alcanzar estos datos de corte cualitativo.

Los siguientes gráficos muestran la evolución de los indicadores sintéticos de cada una de las condiciones del entorno. La escala de 1 a 5 puntos se puede interpretar como estado de la condición del entorno: 1 = *completamente inadecuada*, 2 = *poco adecuada*, 3 = *medianamente adecuada*, 4 = *bastante adecuada*, 5 = *muy adecuada para favorecer la actividad emprendedora*. Cada punto es la puntuación media obtenida por la condición del entorno cada año.

GRÁFICO 5.1: Evolución de las condiciones del entorno que inciden en la actividad emprendedora española. Apoyo financiero
(escala 1-5)



¹ Componentes principales, correlaciones, cluster y otros.

GRÁFICO 5.2: Evolución de las condiciones del entorno que inciden en la actividad emprendedora española. Política gubernamental: burocracia, trámites

(escala 1-5)

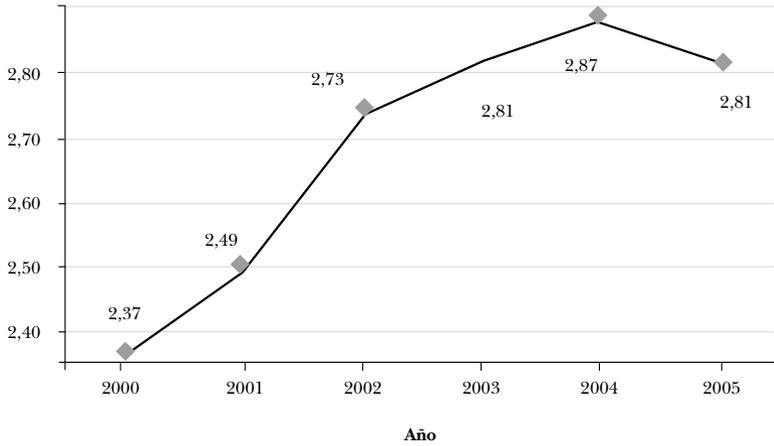


GRÁFICO 5.3: Evolución de las condiciones del entorno que inciden en la actividad emprendedora española. Política gubernamental: apoyo, medias, énfasis

(escala 1-5)

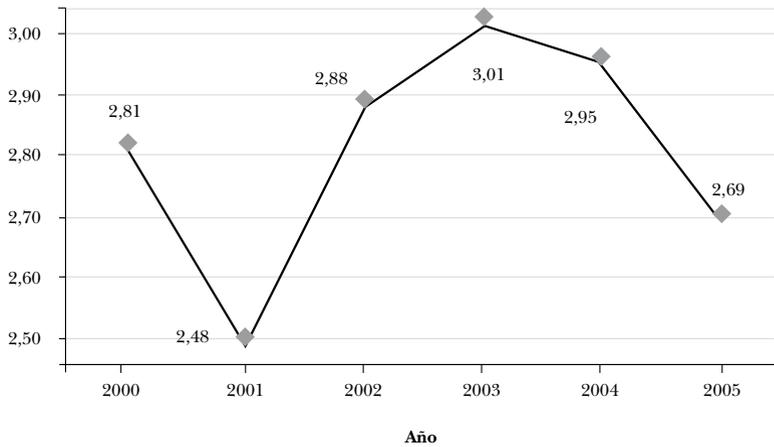


GRÁFICO 5.4: Evolución de las condiciones del entorno que inciden en la actividad emprendedora española. Programas gubernamentales: presencia, ayudas

(escala 1-5)

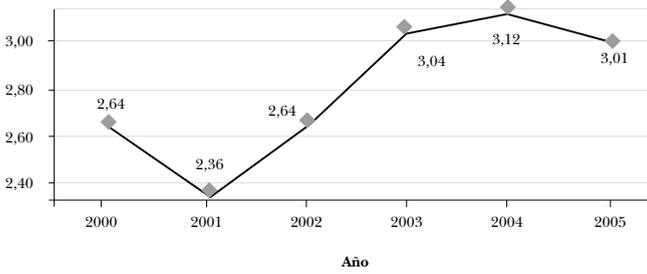


GRÁFICO 5.5: Evolución de las condiciones del entorno que inciden en la actividad emprendedora española. Educación primaria y secundaria

(escala 1-5)

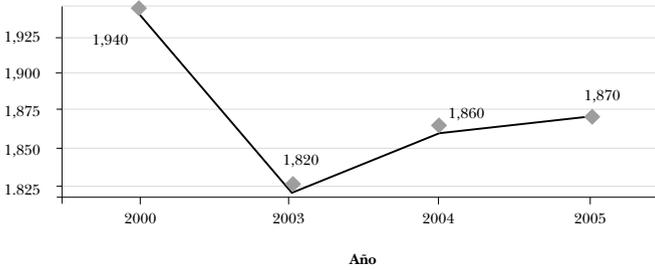


GRÁFICO 5.6: Evolución de las condiciones del entorno que inciden en la actividad emprendedora española. Educación y formación postsecundaria

(escala 1-5)

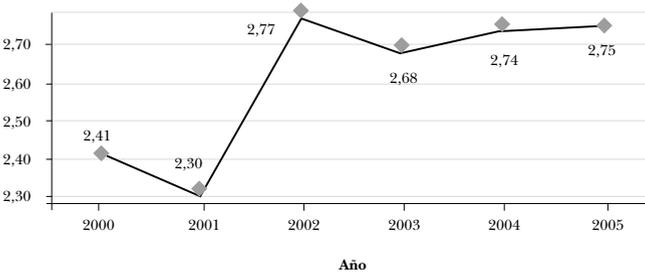


GRÁFICO 5.7: Evolución de las condiciones del entorno que inciden en la actividad emprendedora española. Transferencia tecnológica I+D

(escala 1-5)

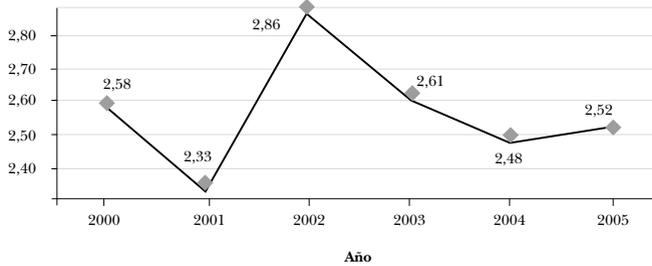


GRÁFICO 5.8: Evolución de las condiciones del entorno que inciden en la actividad emprendedora española. Acceso a infraestructura comercial

(escala 1-5)

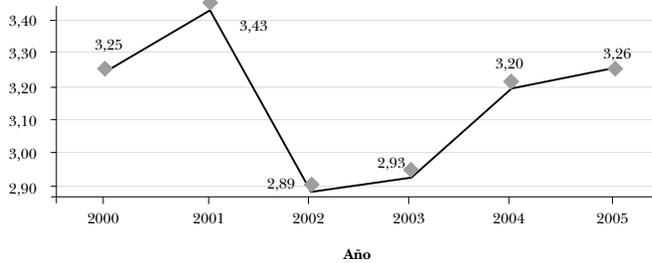


GRÁFICO 5.9: Evolución de las condiciones del entorno que inciden en la actividad emprendedora española. Apertura mercado interno: barreras

(escala 1-5)

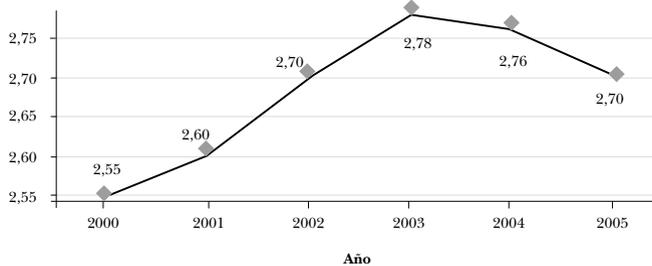


GRÁFICO 5.10: Evolución de las condiciones del entorno que inciden en la actividad emprendedora española. Apertura mercado interno: capacidad de reacción

(escala 1-5)

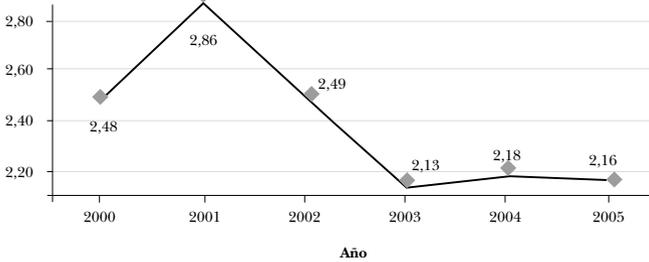


GRÁFICO 5.11: Evolución de las condiciones del entorno que inciden en la actividad emprendedora española. Acceso a infraestructura física

(escala 1-5)

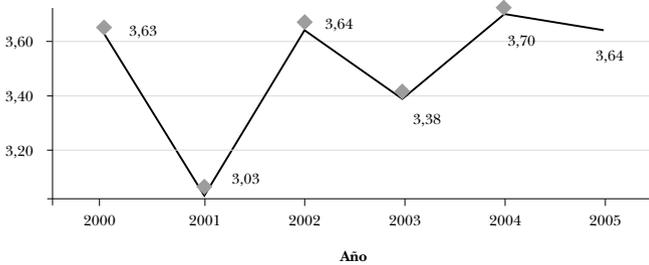


GRÁFICO 5.12: Evolución de las condiciones del entorno que inciden en la actividad emprendedora española. Protección Derecho Intelectual

(escala 1-5)

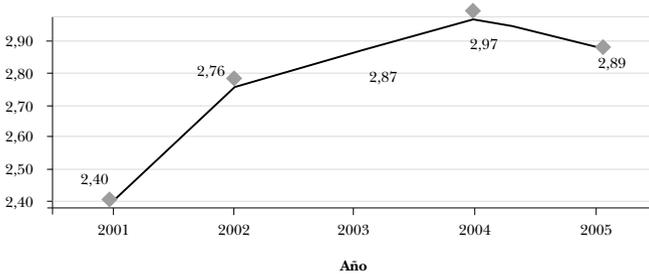
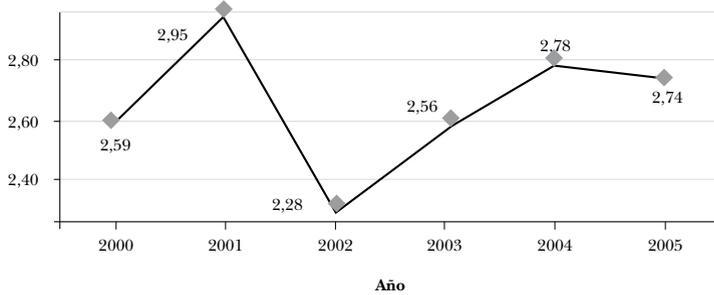


GRÁFICO 5.13: Evolución de las condiciones del entorno que inciden en la actividad emprendedora española. Normas sociales y culturales

(escala 1-5)



La evolución de todos los indicadores analizados es lenta y muy moderada ya que, aunque en los gráficos parezca que existen grandes oscilaciones, en realidad esto no es así, debido a que los cambios se producen en intervalos muy pequeños. Las condiciones del entorno que están en mejor estado actualmente son el acceso a la infraestructura física y comercial y los programas gubernamentales de apoyo al emprendedor. Las que están en peor estado son la inclusión de formación emprendedora en las escuelas primaria y secundaria, el apoyo financiero y la capacidad de reacción del mercado. Algunos indicadores muestran evoluciones positivas, pero no acaban de consolidarse. Tal es el caso de los referentes a las normas sociales y culturales, la protección de los derechos intelectuales y las políticas que permiten agilizar los trámites burocráticos de la puesta en marcha. La situación española es muy discreta en cuanto a condiciones del entorno para emprender y muchos aspectos deben mejorar, pero nuestras características son extensivas, en muchos aspectos, a la mayoría de nuestros vecinos de la UE.

Por consiguiente, si un emprendedor potencial español vislumbra una oportunidad y considera la posibilidad de ponerla en marcha, el entorno actual le afectará de la siguiente forma:

- El apoyo financiero será escaso. Para obtener financiación ajena tendrá que tener un proyecto sólido, innovador, con garantías y que resulte viable. En caso contrario, deberá

- disponer de financiación propia para afrontar la puesta en marcha y el primer desarrollo.
- Según el tipo de iniciativa de que se trate, hallará facilidades para realizar los trámites burocráticos y, con casi total seguridad, se enfrentará a un proceso ágil y rápido, pues las políticas gubernamentales no cesan de mejorar en este apartado.
 - También, dependiendo de los bienes de capital que necesite, hallará mayores o menores dificultades, pues los bienes inmobiliarios tienen precios muy elevados y lo mismo sucede con determinada maquinaria y/o servicios. La mano de obra puede ser más o menos asequible, según el tipo de negocio. Las políticas gubernamentales se van ajustando al entorno internacional y sus resultados no siempre dependen de la buena voluntad con que se diseñan, pues el mercado y las circunstancias internacionales se imponen.
 - Encontrará muchos y variados programas gubernamentales de apoyo al emprendedor por lo que, tal vez, alguno se ajuste a sus necesidades.
 - Posiblemente su formación no se ajuste a las necesidades de un emprendedor, pues no se ha fomentado el espíritu emprendedor en nuestras escuelas y universidades, pero esta situación está cambiando, por lo que seguro hallará algún programa de formación y asesoría que supla esta carencia.
 - Si necesita adquirir una tecnología reciente no tendrá problemas si se trata de tecnologías de comunicación y sí, en cambio, tendrá más barreras para contactar con universidades o parques tecnológicos que le proporcionen según qué tecnologías de producción. Aunque se trabaja para mejorar esta transferencia de I+D entre este tipo de entidades y las empresas, la evolución es lenta y en España sufrimos un retraso considerable respecto a otros países en este apartado.
 - Dispondrá de todo tipo de servicios y buenas infraestructuras, tanto físicas como comerciales, si bien su precio es otro tema que afrontar.
 - Se encontrará con un mercado de difícil acceso y competitivo, si bien lento en cuanto a capacidad de reacción, por

lo que la innovación en su producto o servicio será clave para triunfar.

- Si pone en marcha una nueva idea tendrá que protegerla e insistir en los aspectos de propiedad intelectual, pues nuestros creadores no están muy protegidos en este apartado.
- Finalmente, la sociedad, en según qué zonas de España, no le brindará un especial estímulo por el hecho de emprender, pues nuestras normas sociales y culturales no son equiparables, en este momento, a las de otros países en que el emprendedor es valorado e impulsado continuamente.

Teniendo en cuenta lo anterior, no es extraño que nuestra tasa de actividad emprendedora sea moderada (v. capítulos anteriores), ya que las condiciones del entorno para emprender no son especialmente atractivas para los potenciales emprendedores en aspectos clave. Sin embargo, el diagnóstico anterior constituye una de las partes que incide en la motivación, concepto complejo y que se puede analizar desde diversos puntos de vista. En el apartado siguiente se muestran las conclusiones referentes no ya a las opiniones de los expertos, sino a las opiniones de la propia población adulta española y de otros países.

5.3. Potencia emprendedor en la población

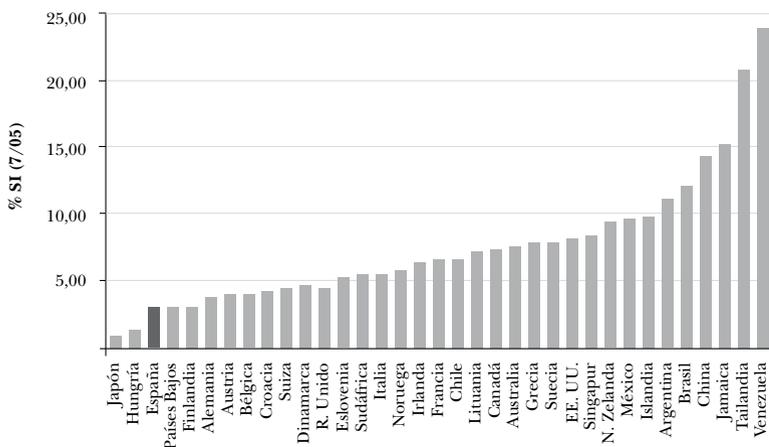
Una de las preguntas más directas que se pueden hacer para saber si las personas están motivadas para crear su propia empresa o negocio es si tienen intención de emprender a corto plazo. El Informe GEM del año 2005 muestra que un 5,9% de la población de 18-65 años, que representa algo más de 1.600.000 personas, tenía esta idea en mente. Si tenemos en cuenta que nuestra población adulta comprende más de 28 millones de personas en el año 2005, hay que concluir que la motivación efectiva de los españoles es muy moderada en la actualidad.

Si comparamos nuestros datos con los de otros países (v. gráfico 5.14), veremos que la proporción de población española que tiene en mente emprender a corto plazo es de las más bajas del

ámbito GEM de 2005 y superada en todos los países de nuestra región inmediata: la Unión Europea. Las condiciones del entorno descritas en el apartado anterior, especialmente, las de carácter cultural, contribuyen a que se dé esta situación.

GRÁFICO 5.14: Potencial emprendedor en la población adulta de los países GEM 2005

(porcentaje de emprendedores potenciales en la población 18-64 años)



Además de la intención de emprender, en el observatorio GEM se plantean otras preguntas para pulsar la motivación en la población. Entre ellas destacan: la existencia de buenas oportunidades para emprender (v. gráfico 5.15); si el miedo al fracaso supone un obstáculo en el caso de considerar la idea de emprender (v. gráfico 5.16); si se prefiere o no estándares de vida similares para toda la población, es decir, si la sociedad de un país es más competitiva o no (v. gráfico 5.17); si se considera o no que emprender constituye una buena opción o carrera profesional (v. gráfico 5.18); si se considera o no que los emprendedores de éxito alcanzan un buen estatus social y reconocimiento (v. gráfico 5.19) y, finalmente, si se considera o no que los medios de comunicación hacen una buena cobertura de noticias sobre emprendedores de éxito (v. gráfico 5.20).

GRÁFICO 5.15: Porcentaje de población 18-64 años para el cual existen buenas oportunidades para emprender en los 6 meses siguientes a la entrevista, en los países GEM 2005

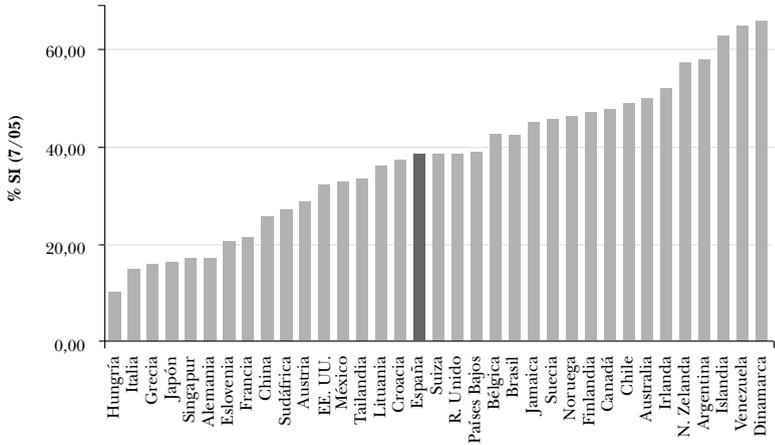


GRÁFICO 5.16: Porcentaje de población 18-64 años para el cual el miedo al fracaso supone un freno para considerar el emprender en los países GEM 2005

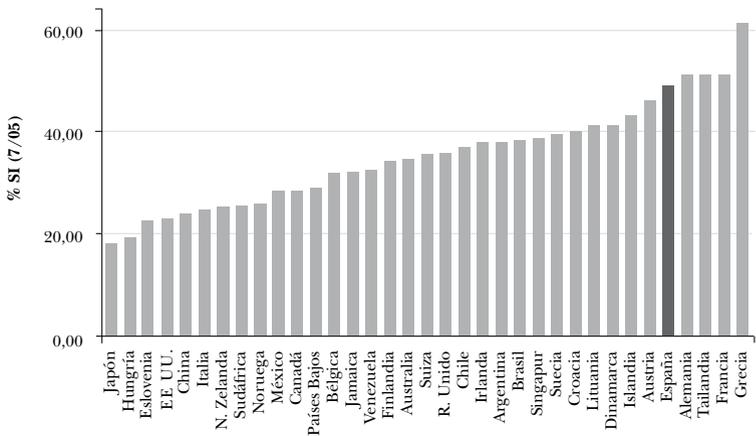


GRÁFICO 5.17: Porcentaje de población 18-64 años que prefiere estándares de vida similares para todos en los países GEM 2005

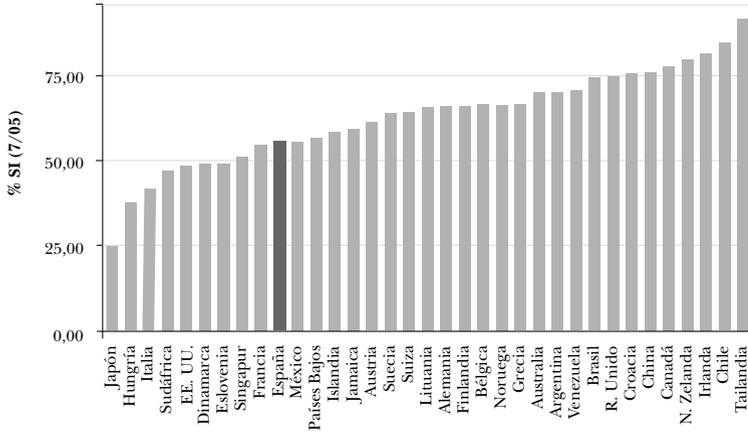


GRÁFICO 5.18: Porcentaje de población 18-64 años que considera que emprender es una buena opción profesional en los países GEM 2005

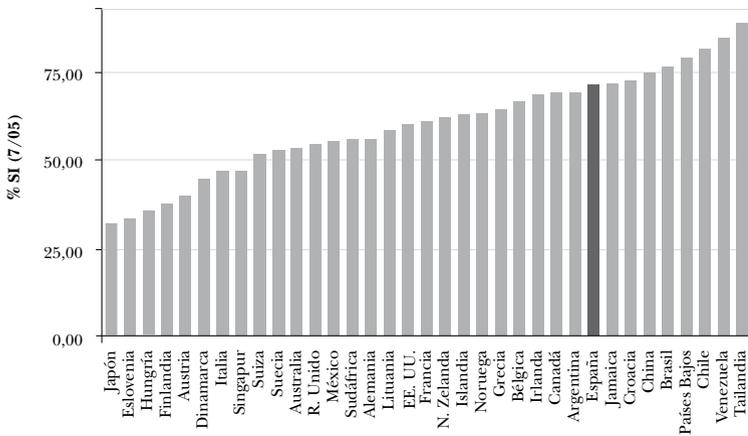


GRÁFICO 5.19: Porcentaje de población 18-64 años que considera que los emprendedores de éxito logran un buen estatus social, en los países GEM 2005

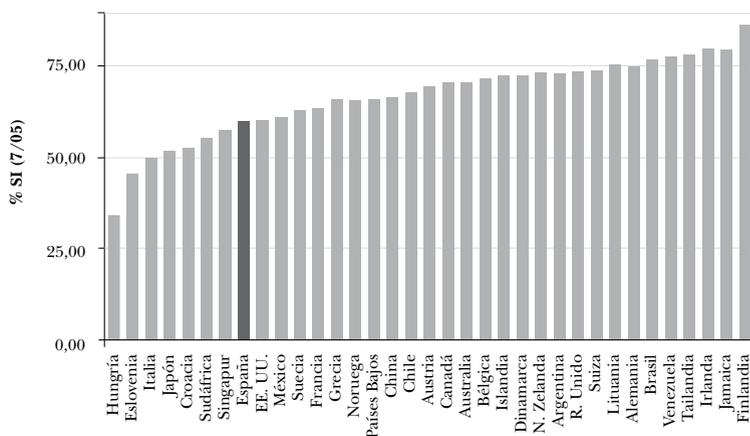
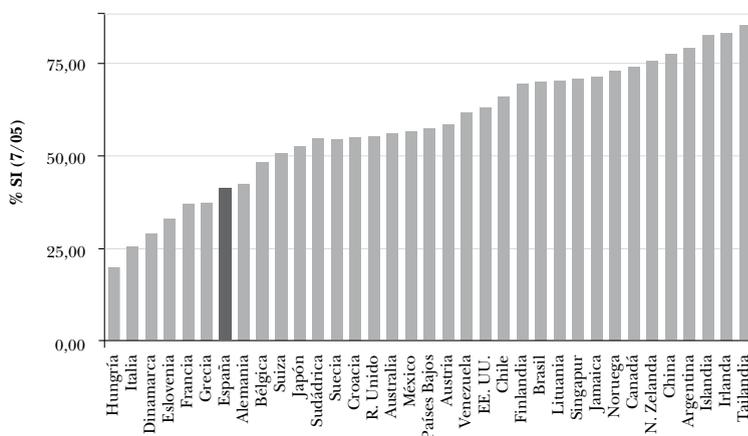


GRÁFICO 5.20: Porcentaje de población 18-64 años que considera que los medios de comunicación cubren frecuentemente noticias sobre emprendedores de éxito, en los países GEM 2005



La situación de estos indicadores en el año 2005 para España, y su situación en el contexto internacional, conduce a las siguientes conclusiones: por un lado, un 38% de nuestra población percibe la existencia de buenas oportunidades para emprender, indicador discreto que ha ido evolucionando a la baja en los años en que se viene realizando el observatorio, pero que no es de los peores en el contexto europeo. Por otro lado, a pesar de la existencia de oportunidades, el porcentaje de población que siente el miedo al fracaso como un obstáculo para considerar emprender supera a aquellos que perciben la existencia de oportunidades y se sitúa en torno al 45% de la población, una de las cifras más notables en el ámbito GEM y que pone de manifiesto nuestra falta de educación en cuanto a temas relacionados con la aversión al riesgo, mucho más desarrollado que en otros países.

Unido a lo anterior, está el moderado carácter competitivo de nuestra sociedad, en la cual más de un 50% de la población activa señala que le gustaría que todos tuviésemos unos estándares de vida similares, espíritu que, si bien es muy loable, indica que nos subyace un espíritu escasamente combativo a la hora de liderar el mercado. En los Estados Unidos, por ejemplo, este espíritu competitivo está muy desarrollado, si bien es Japón el país que muestra una mayor propensión hacia una sociedad desigual en el entorno GEM del 2005, tal y como se aprecia en el siguiente gráfico.

Contradictoria con lo anterior es nuestra posición internacional en cuanto a considerar que la opción de emprender es una buena carrera profesional, pues más del 70% de nuestra población activa así lo afirma. Sin embargo, el apoyo social y cultural al emprendedor es escaso y ello se puede ver en la posición que ocupa nuestro país en las dos últimas preguntas sobre el tema, pues somos menos los que consideramos que el emprendedor de éxito alcanza un buen estatus y, además, en nuestro país, los medios de comunicación no prestan tanta atención como en otros países a los emprendedores de éxito.

En definitiva, la asunción de riesgos personales y el apoyo de la sociedad al emprendedor son características inherentes a la actividad emprendedora y, las poblaciones que tienen una marcada aversión a este tipo de riesgo y a apoyar a los que lo asumen, difícilmente están motivadas para emprender. Con todo, es importante

remarcar que uno de los factores que ha podido tener mayor incidencia en el reciente descenso de la motivación para emprender en España es la relativamente reciente implantación del euro, cuyas repercusiones en costes, consecución de locales, salarios y coste de la vida en general han sido notables y han podido frenar tanto la motivación como la inversión en creación empresarial, al mismo tiempo que ha aumentado la aversión al riesgo en la población.

5.4. Motivación efectiva que subyace en las iniciativas emprendedoras españolas

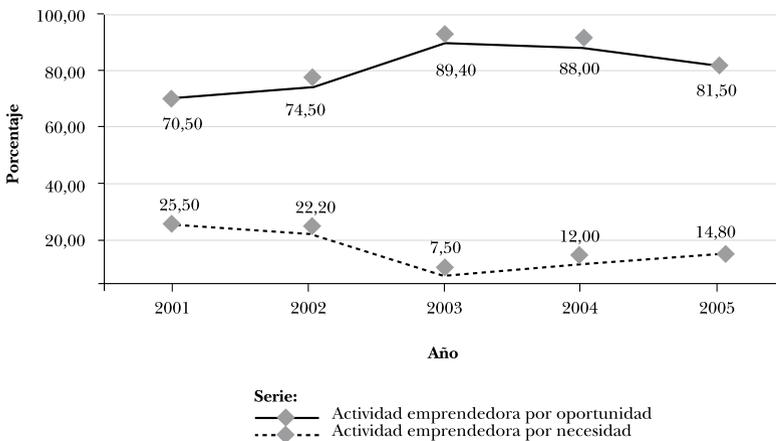
Como se ha comentado en los apartados anteriores, GEM considera dos motivaciones principales que impulsan a los emprendedores a tomar la decisión de poner en marcha una iniciativa: el aprovechamiento de una oportunidad y la necesidad ante la falta de otras alternativas laborales. A partir de la edición 2001, el Proyecto GEM analiza en profundidad estas dos motivaciones mediante una batería de preguntas de la encuesta que determinan si una persona ha emprendido por uno u otro motivo.

La importancia de este tema es elevada porque, como veremos enseguida, el porcentaje de personas que emprenden por necesidad indica si un territorio está más o menos desarrollado, o si su mercado laboral se está saturando, o, más recientemente, si los colectivos de inmigrantes que se trasladan a los países desarrollados tienen que emprender cuando se les terminan sus contratos de trabajo para poder permanecer en el país por el que han apostado un cambio de vida. Vigilar la evolución de estos indicadores es fundamental para prevenir cambios en los mercados laborales y para controlar el grado de desarrollo de determinadas zonas.

El gráfico 5.21 muestra la evolución de estos indicadores en España entre los años 2001 y 2005. En ella se puede ver que, del total de actividad emprendedora del año 2001, el 70,5% fue motivada por el aprovechamiento de oportunidades, mientras que un 25,5% fue motivada por la necesidad. Los datos revelan que, a partir de 2001, en España tuvo lugar una etapa expansiva que alcanzó su cenit en 2003, momento en que la actividad emprendedora por oportunidad alcanzó una cota extraordinaria. En el

año 2004 la recesión impulsó a un porcentaje mayor de emprendedores a hacerlo por necesidad y se inició una tendencia hacia el punto de partida del año 2001, si bien más amortiguada. Entre las causas del nuevo incremento de actividad por necesidad se halla cierta recesión económica, que retrae a los inversores que buscan oportunidades, pero también la contribución de muchos inmigrantes que, tras lograr la legalización de su situación, optan por emprender cuando sus contratos de trabajo finalizan, con el ánimo de establecerse definitivamente en nuestro país. Los análisis sobre la actividad emprendedora inmigrante en España ponen de manifiesto que, dentro de este colectivo, hay una proporción mayor de emprendedores por necesidad que en el español. Estos inmigrantes tienden a reproducir en España las características de la actividad emprendedora de los países en vías de desarrollo: son, proporcionalmente, más emprendedores que los autóctonos y también, proporcionalmente, actúan en mayor medida motivados por la necesidad.

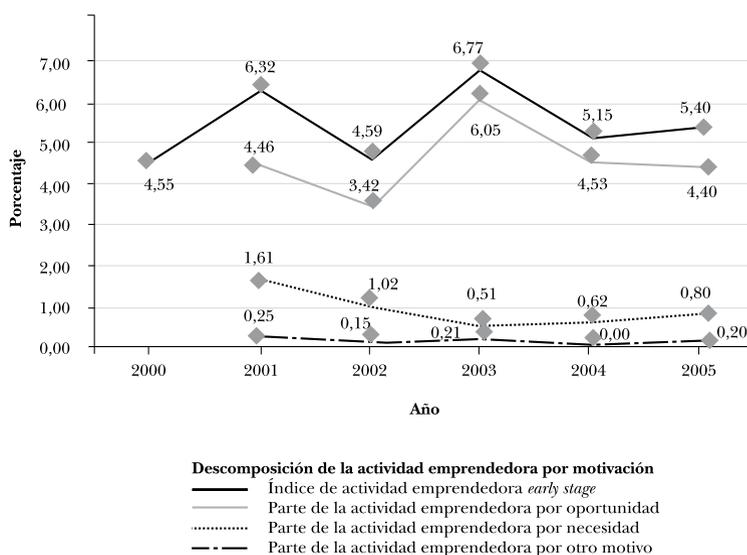
GRÁFICO 5.21: Evolución de la proporción de actividad emprendedora por oportunidad y por necesidad



Finalmente, la evolución que muestra el gráfico 5.22 es muy reveladora para el caso español: así, la actividad emprendedora llevada a cabo por aprovechamiento de oportunidades y por otros

motivos diferentes de éste y de la necesidad, sigue una evolución absolutamente paralela a la del índice de actividad emprendedora, mientras que la serie de actividad emprendedora por necesidad desarrolla otra trayectoria diferente. Los emprendedores potenciales que persiguen oportunidades se lanzan en mayor medida en momentos de bonanza económica, y una parte de ellos se retrae ante situaciones de incertidumbre. Como se puede ver en el gráfico 5.22, los años 2002 y 2004 fueron recesivos para el desarrollo de la actividad emprendedora. El motivo es que se vieron marcados por graves acontecimientos internacionales (11 de septiembre, guerra de Irak y conflicto de Afganistán) y nacionales (11 de marzo y elecciones a nivel estatal) que generaron incertidumbre económica y afectaron automáticamente a este sensible indicador. Sin embargo, en el año 2005 se inició de nuevo la recuperación, de forma más tímida que en 2003 y, al mismo tiempo, se produjo ese cambio significativo en la tendencia de la serie de actividad motivada por la necesidad.

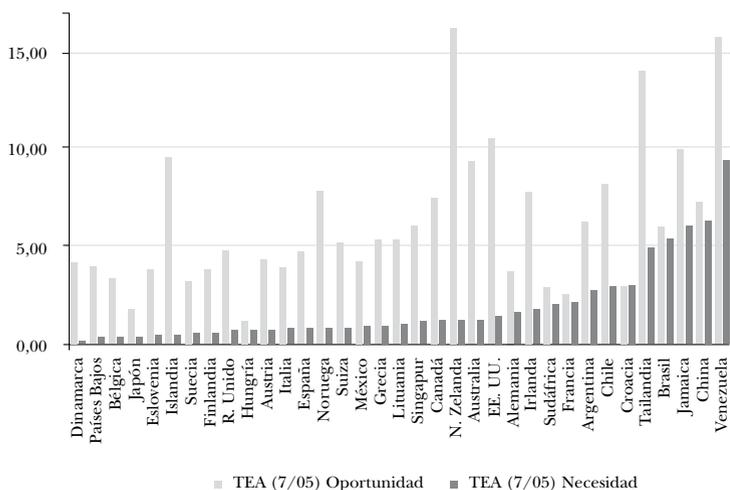
GRÁFICO 5.22: Evolución de la descomposición de la actividad emprendedora *total early stage* según su motivación



Esta serie, en lugar de descender como venía haciendo hasta 2003, inicia una tendencia ascendente. Este cambio, aunque prematuramente, puede atribuirse a dos causas: el impacto de la actividad de los inmigrantes de países subdesarrollados y el inicio de los acontecimientos que motivan el gran interés en observar y fomentar la actividad emprendedora, es decir, la falta de alternativas laborales para jóvenes licenciados, mujeres y otros colectivos que necesitan trabajar. Los datos del 2006 confirmaron esta sospecha puesto que la actividad inmigrante subió y sigue subiendo, la edad del emprendedor bajó y las medidas gubernamentales confirman que se están creando empresas de más calidad con capital medio semilla más elevado. En cambio, el tema de la mujer no se confirma (para las inmigrantes sí, pero para las españolas no), pues se estancan y, en el 2007, vuelven a bajar.

En el ámbito internacional, la distribución de la motivación para emprender por necesidad y oportunidad sitúa a España en un contexto típico de país desarrollado en que la proporción de iniciativas por oportunidad es muy superior a la de iniciativas por necesidad, lo mismo que sucede en todos los países de la Unión Europea. El gráfico 5.23 muestra nuestra posición relativa en el marco GEM 2005, se ven los países ordenados por su proporción de iniciativas por necesidad.

GRÁFICO 5.23: Distribución de la tasa de actividad emprendedora TEA en motivación por necesidad y oportunidad, en 2005



Más interesante acerca del carácter de nuestros emprendedores resulta la clasificación de los países por la proporción de emprendedores que se motivaron en la consecución de independencia o de aumentar sus ingresos. En este caso, España ocupa la primera posición, como se puede ver en el gráfico 5.24 para el primer concepto y queda por debajo de los Estados Unidos en el segundo, como se ve en el gráfico 5.25.

GRÁFICO 5.24: Distribución de la tasa de actividad emprendedora TEA en motivación por lograr independencia, en 2005

(porcentaje entre 18-64 años que considera que se alcanza un buen estatus)

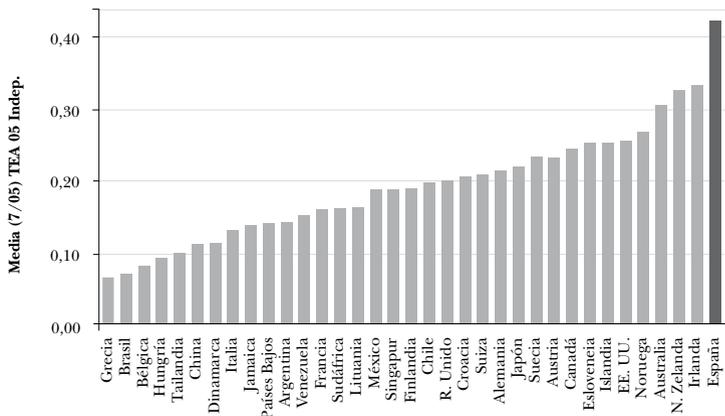
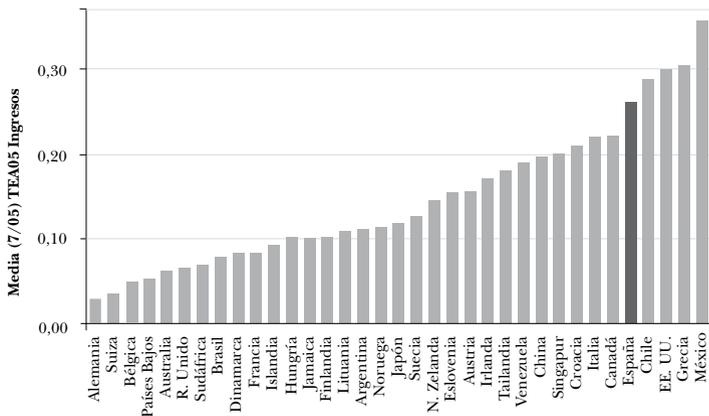


GRÁFICO 5.25: Distribución de la tasa de actividad emprendedora TEA en motivación por aumento de ingresos, en 2005



5.5. Conclusiones y recomendaciones

España, al igual que otros países desarrollados, ha descuidado el impulso y desarrollo del espíritu emprendedor en las generaciones de los años ochenta y noventa. La motivación para emprender se ha resentido de ello y el entorno para emprender no es todavía el ideal para generar un contingente altamente significativo de vocaciones empresariales. No obstante, en nuestra población persiste el ánimo emprendedor, especialmente en zonas tradicionalmente emprendedoras como el Norte y el Levante español, en las cuales la sociedad está más arraigada en una cultura empresarial.

El miedo a acometer riesgos personales es el mayor freno que hay actualmente para la iniciativa emprendedora, unido a la relativa comodidad que se ha transmitido a las generaciones de los años ochenta y noventa en cuanto al enfoque de sus vidas profesionales. Esa visión cómoda de aspirar a ser funcionario o empleado de una gran firma podría tener que decaer en un plazo relativamente corto, por lo que las políticas gubernamentales tendrán que orientarse hacia el fomento del espíritu emprendedor, a la par que a mejorar las condiciones del entorno en que deben ubicarse las nuevas actividades empresariales.

Se están dando los primeros pasos en este sentido, pero lo más difícil va a ser cambiar la cultura de nuestra sociedad. España es un país en el que el concepto de competitividad y ánimo de lucro anglosajón no está arraigado y eso, que es más que aceptable en términos de distribución del bienestar, en algunos extremos no constituye un buen trasfondo para la actividad emprendedora. Nuestros emprendedores buscan más la independencia personal que el lucro y la competencia para lograr primeras posiciones en el mercado, lo que les hace débiles en la esfera internacional y en algunos mercados nacionales. La pregunta es si es deseable cambiar nuestra forma de ser o si existen otras alternativas para incrementar el espíritu emprendedor sin perder nuestras características particulares.

La respuesta puede venir de la mano de la innovación. En ese sentido, nuestras políticas públicas de apoyo al emprendedor se están orientando más hacia el logro de un emprendedor potencial que conozca a fondo el concepto de innovación y que compita a través del mismo. Reinventar los productos y servicios, crear

otros nuevos que no se hayan desarrollado con anterioridad, buscar incesantemente factores diferenciales, puede ser la clave del éxito. Los programas y ayudas financieras insisten en favorecer proyectos que tengan estas características y también aquellos que demuestren potencial de crecimiento en negocio y en empleo.

En España se siguen vislumbrando oportunidades para emprender y, de hecho, la inmensa mayoría de las iniciativas emprendedoras responden al hallazgo de una oportunidad. Sin embargo, se replican muchas actividades ya existentes y, además, ello se hace sin especial despliegue de creatividad. Sectores como el biotecnológico, el medioambiental, el de responsabilidad social y otros emergentes, deben ser divulgados como nuevos nichos en los cuales se pueden desarrollar gran número de vocaciones emprendedoras. El ámbito rural debe ser tenido en cuenta como un marco muy interesante para desarrollar iniciativas emprendedoras, a la par que se evita la emigración. El dotar a este ámbito de buenas comunicaciones y de centros de estudio relativamente cercanos es una buena inversión si, al mismo tiempo, se motiva a la población de estos lugares a generar ideas que sean viables en su entorno.

Motivar desde la escuela primaria es otro reto a asumir en nuestro país. Enseñar a crear y a asumir riesgos, a trabajar en equipo y a generar ideas es, tal vez, uno de los motores que más puede impulsar el espíritu emprendedor de la próxima década. Si este tipo de iniciativas se extienden por toda la geografía, la motivación para emprender puede cambiar en unos años.

Información como la que proporciona el observatorio GEM puede ayudar a responder a las preguntas que un país como el nuestro debe hacerse, brindando medidas afectivas para mejorar la motivación creadora de nuestra sociedad:

- ¿Qué clase de emprendedores son los que generan crecimiento y desarrollo?
- ¿Cómo se puede hacer para que haya un mayor número de ellos en nuestro país?
- ¿Qué estructuras y aspectos hay que mejorar para que lo anterior sea una realidad?
- ¿Dónde se necesita crear más empresas y puestos de trabajo?

— ¿Qué recursos hay en cada zona o territorio que se puedan transformar en oportunidades de negocio?

Los emprendedores crean mercados, pero también actúan como agentes de intercambio de experiencias y procesos. La actividad emprendedora es un catalizador para la creación de riqueza pero el reto, no sólo de España sino de la mayoría de países, es hallar las fórmulas adecuadas para que el potencial que hay en la población se traduzca en motivación y en proyectos efectivos: sin motivación se desaprovecha la capacidad de la población para generar iniciativas que se traduzcan en riqueza, no sólo en subsistencia.

Los condicionantes externos de la motivación para emprender son parecidos en todos los países desarrollados y también en los que están en vías de desarrollo, salvo por el tema general de la necesidad, mucho más arraigada en estos últimos. El entorno para emprender y su estado son claves para que una población se sienta más o menos motivada para emprender. La cultura de la sociedad es otro condicionante, pues en sociedades en que la figura del emprendedor es habitual, numerosa y apoyada, habrá más emprendedores que en las que esta presencia y apoyo es menor: un ejemplo de actividad emprendedora exitosa siempre genera curiosidad e impulso de imitación. Por último, el carácter particular de cada sociedad influirá en las formas concretas adoptadas por los emprendedores y en sus motivaciones finales para generar actividades, lo cual, unido a las barreras que puede encontrar en el mercado, configurará finalmente las características de la creación empresarial en cada país.

Bibliografía

- FREIRE, A. *Pasión por emprender: de la idea a la cruda realidad*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2005.
- MASLOW, A. *Motivation and Personality*. Nueva York: Harper & Row, 1954.

6. Fuentes de financiación y actividad emprendedora: España en el contexto internacional

Cristina Cruz Serrano

Instituto de Empresa Business School

6.1. Introducción

Las teorías financieras clásicas muestran cómo las decisiones sobre la estructura financiera de las empresas tienen importantes implicaciones sobre su probabilidad de fracaso, así como su potencial de expansión y de crecimiento (consultar, por ejemplo, Myers y Majluf 1984; Harris y Ravis 1991). Sin embargo, la mayoría de las investigaciones realizadas en este campo han sido implícitamente desarrolladas sobre la base de empresas consolidadas en el mercado, cuando la evidencia anecdótica muestra que, aún en mayor medida, el acceso a los recursos financieros es un factor crítico para el nacimiento, la supervivencia y el desarrollo de las nuevas iniciativas empresariales.

Sin embargo, la aplicación de estas teorías a las empresas de nueva creación debe ser modificada con el objetivo de tener en cuenta ciertos aspectos únicos relativos a estas organizaciones que, sin duda, van a influir en sus decisiones de inversión y de financiación. Estos aspectos únicos se deben, principalmente, a que estas empresas se enfrentan a lo que en la literatura se conoce como *liability of newness* o, lo que es lo mismo, a problemas derivados de su reducida dimensión y del escaso tiempo que llevan operando en el mercado (Aldrich y Fiol 1994). La información asimétrica sobre las actividades presentes y futuras de la empresa que generan estos problemas, provoca la existencia de una *brecha financiera (finance gap)* (Stiglitz y Weiss 1981; Berger

y Udell 1998), que dificulta el acceso de estas nuevas empresas a la financiación externa, tanto de fondos bancarios como de fondos provenientes de los mercados de capitales. Esta brecha financiera puede venir provocada tanto por el lado de la oferta, al limitar la disponibilidad de fondos y/o aumentar su coste, como por el lado de la demanda, provocada por un limitado conocimiento por parte del emprendedor de la existencia de recursos financieros específicamente diseñados para las empresas en fase de nacimiento, así como de las ventajas e inconvenientes de los fondos y pasivos financieros disponibles (Holmes y Kent 1991; Cassar 2004).

En muchas ocasiones, las ayudas gubernamentales al proceso de creación de empresas surgen como una herramienta destinada a corregir este fallo de mercado y reducir así el tamaño de la brecha financiera. Sin embargo, a pesar de que, como veremos más adelante, constituyen una fuente de fondos importante para el emprendedor, estas ayudas no logran solucionar completamente el problema. Por esta razón, numerosos estudios coinciden en señalar que, en todas las economías del mundo, la mayoría de las *start-ups* (o empresas nacientes) son financiadas principalmente por los fondos que aporta el propio emprendedor, así como por una red de inversores informales que pertenecen a su entorno familiar y/o laboral, lo que se conoce como *las 3Fs* por sus siglas anglosajonas: *Family, Friends & Foolhardy* (Bygrave y Hunt 2005).

Ante esta evidencia resulta sorprendente, sin embargo, la escasa atención que se ha dedicado hasta fechas recientes al papel de estos inversores informales en el apoyo al proceso de creación de empresas. Aunque en los últimos años la investigación sobre este segmento informal del capital privado ha alcanzado un notable desarrollo, la mayoría de los estudios realizados en este campo se han centrado en la figura del inversor *profesional* o *business angel* (Freear et al. 1994; Berger y Udell 1998; Mason y Harrison 1992, 1996, 2000, 2002b, 2002; Coveney y Moore 1998), siendo mucho más reducido el número de publicaciones que investigan el papel de las redes de inversores formadas por personas que pertenecen al entorno cercano del emprendedor. Adicionalmente, las operaciones realizadas por los fondos de capital riesgo, que constituyen

la dimensión *formal* del segmento de capital privado, han recibido mucha más atención mediática y académica que el sector informal en su conjunto.

Una de las principales causas de este *doble sesgo* a favor de los fondos de capital de riesgo en el conjunto del mercado de provisión de fondos privados, y a favor de la figura del *business angel* frente al inversor más cercano al emprendedor dentro del segmento de la inversión informal es, sin duda, la dificultad de identificar al colectivo de inversores informales y, por tanto, a la inexistencia de bases de datos a gran escala con las que realizar investigaciones empíricas para contrastar la importancia de estas fuentes de financiación en el apoyo al proceso emprendedor.

Por otra parte, también la inexistencia de estas bases de datos es, posiblemente, la causa de que la mayoría de los estudios empíricos existentes hasta la fecha sobre la financiación de nuevas iniciativas empresariales adolezcan de tres importantes limitaciones: 1) lo que se conoce como *sesgo de supervivencia* (*survivorship bias*) o, lo que es lo mismo, el sesgo que se produce debido a que las empresas que se analizan en estos estudios sean normalmente aquellas empresas que ya han *sobrevivido* a la etapa inicial y que pueden tener características muy diferentes, incluyendo la financiación, que aquellas que no han pasado esta fase; 2) el hecho de utilizar muestras centradas en industrias o sectores particulares, al utilizar muestras de conveniencia (Cassar 2004) y, por último, y 3) el hecho de que la mayoría de las investigaciones existentes se hayan realizado en Estados Unidos y, en menor medida, en el Reino Unido. Esto último dificulta enormemente la generalización de los resultados, pues se trata de dos países con un sistema financiero basado en los mercados de capitales en mucha mayor medida que otros países tales como Alemania o España, en los que el sistema bancario ha jugado tradicionalmente un papel más importante en la provisión de fondos (Kutsuna y Nobuyuki 2004). Lógicamente, estas diferencias se van a reflejar a la hora de analizar la importancia de cada fuente de financiación en la estructura de capital de las empresas de nueva creación.

El objetivo de este capítulo es contribuir a la superación de estas limitaciones a través del análisis empírico de las diferentes

fuentes de financiación destinadas a la creación de nuevas empresas en España, situándolas en un contexto internacional mediante los datos aportados por el Proyecto GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) a lo largo de sus distintas ediciones. Los datos proporcionados por el Proyecto GEM son únicos para alcanzar este propósito, tal y como se explica en detalle en la primera sección del capítulo, en la que también se ofrecen algunos conceptos básicos que serán útiles para la comprensión de las tres secciones siguientes. Cada una de ellas está dedicada al estudio de la contribución de una fuente de financiación particular al proceso de creación de nuevas empresas. En la última sección del capítulo, a partir de la combinación de las principales conclusiones obtenidas a lo largo de las secciones precedentes, se dibujará una panorámica general sobre la estructura de financiación de nuevas empresas, tanto en España como a nivel internacional.

6.2. El Proyecto GEM y su contribución al estudio de las fuentes de financiación de la actividad emprendedora

Al hablar de los fondos disponibles para financiar proyectos empresariales, se distingue tradicionalmente entre tres fases diferenciadas, en función de la etapa de desarrollo de la empresa receptora de fondos:

- a) *Capital semilla (seed capital)*. Esta financiación es la que permite que la nueva empresa pueda surgir y se conecta con la primera etapa de vida de la empresa: el nacimiento.
- b) *Fondos de arranque (start-up funds)*. Aparecen una vez que la empresa se ha creado y requiere una segunda ronda de financiación para poder crecer hasta un tamaño mínimo que asegure su supervivencia.
- c) *Fondos de consolidación (expansion/buy out)*. Aparecen en los procesos de maduración de las empresas, con el fin de financiar su expansión en otras zonas geográficas o para atender necesidades de producción muy superiores (por ejemplo, nueva maquinaria).

El Proyecto GEM, a la hora de analizar la actividad emprendedora en un país, considera dos tipos de empresas en función del tiempo que lleven operando en el mercado: *empresas nacientes* o *start-ups*, aquellas con un tiempo de actividad inferior a los tres meses, y *empresas nuevas*, cuya actividad empresarial oscila entre los tres y los 42 meses de actividad, y que también se denominan *baby business*. Así pues, dado que el interés de este capítulo es el estudio de las fuentes de financiación de la actividad emprendedora, al hablar de los fondos necesarios para la creación de nuevas empresas estaremos implícitamente refiriéndonos sobre todo al *capital semilla*, que se destina a financiar el nacimiento y primeras etapas de una empresa naciente o *start-up*.

¿De dónde proceden estos fondos de capital semilla necesarios para poner en marcha una empresa? La metodología desarrollada por el Proyecto GEM proporciona datos que nos permiten abordar la respuesta a este interrogante desde numerosos puntos de vista, así como superar las limitaciones encontradas en estudios empíricos anteriores.

En primer lugar, los datos permiten explorar el fenómeno de la financiación de nuevas empresas en su aspecto más amplio, cubriendo todo el continuo de fuentes de financiación disponibles, que iría desde la autofinanciación hasta los fondos aportados por el capital riesgo, pasando por el análisis de la financiación bancaria, la financiación pública y la inversión informal; en efecto, los datos de la encuesta a la población activa permiten estudiar, en primer lugar, las fuentes de financiación de la actividad emprendedora desde la perspectiva del propio emprendedor, al que se le pregunta sobre el capital semilla necesario para iniciar su negocio, así como sobre las diversas fuentes de financiación que ha utilizado para obtenerlos. Además, la encuesta también permite analizar la pregunta desde la perspectiva del inversor informal al que, una vez identificado, se le interroga sobre la cantidad aportada al proceso emprendedor, el rendimiento esperado de su inversión y la relación que le une con el beneficiario de la inversión. Por último, el uso de bases de datos complementarias procedentes de fuentes oficiales en las que se recogen las principales cifras macroeconómicas de los distintos países, así como la recogida de datos sobre capital riesgo procedentes de distintas asociaciones nacionales e

internacionales,¹ permiten analizar el papel del capital riesgo en el apoyo al proceso emprendedor, así como su importancia, en comparación con la actividad desarrollada por la inversión informal, como fuente de apoyo al proceso de creación de empresas. El presente capítulo dedica las tres secciones siguientes a profundizar en cada una de estas tres formas complementarias de aproximarse al estudio de la financiación del proceso emprendedor (a partir de las respuestas del emprendedor, de la inversión informal y de los datos secundarios sobre inversión capital riesgo).

Adicionalmente, la muestra del GEM recoge información sobre fuentes de financiación relativa a emprendedores e inversores de un gran número de países y que operan en una gran variedad de sectores, lo que permite la generalización de los resultados; finalmente, al incluir en la encuesta a empresas en etapas muy preliminares (hasta tres meses de actividad), se reducen los problemas asociados con el sesgo de supervivencia que se habían detectado en estudios sobre financiación de empresas de nueva creación realizados anteriormente.

6.3. La financiación de nuevas empresas desde la perspectiva del emprendedor

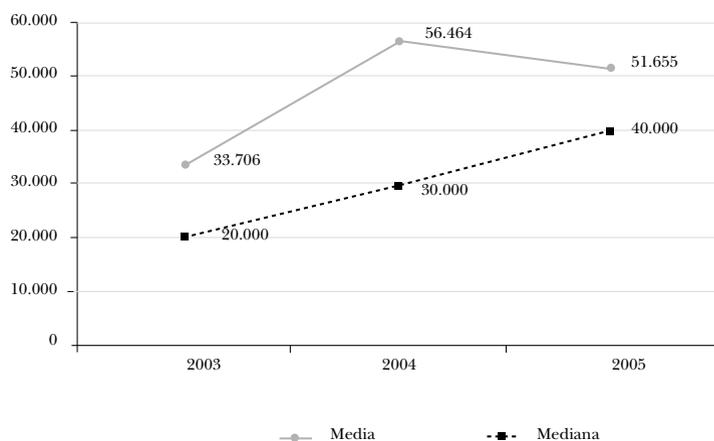
Parece lógico que, antes de profundizar en el estudio de las distintas fuentes de fondos de capital semilla existentes, el primer paso en esta investigación sea, precisamente, determinar cuál es el capital semilla necesario para la puesta en marcha de una actividad emprendedora. El gráfico 6.1 muestra los datos disponibles sobre este aspecto en el caso de España para el período 2003-2005, según los datos proporcionados por el Proyecto GEM.² Ante la elevada variabilidad que presentan los datos referidos al capital semilla medio necesario para los tres años representados, tal y como denotan sus altas desviaciones típicas (47.000 euros en el año 2003, 64.626 euros en el 2004, y 53.479 euros en el 2005),

¹ European Venture Capital Association, National Venture Capital Association (US), ASCRI (Asociación Española de Entidades de Capital Riesgo).

² Las cantidades están expresadas en términos nominales.

el gráfico muestra también la evolución de los datos referidos a la mediana de esta variable o, lo que es lo mismo, al capital semilla necesario para iniciar una *start-up* para el 50% de los emprendedores de la muestra, dato más fiable en casos de alta dispersión en los valores medios.

GRÁFICO 6.1: Capital semilla necesario para iniciar una empresa en España (2003-2005)



Así, mientras que los datos del capital medio muestran un estancamiento de los fondos necesarios en torno a los 50.000 euros,³ la evolución de la mediana muestra que, si bien en el año 2003 el 50% de las empresas identificadas necesitaban menos de 20.000 euros, esta cantidad, para la misma proporción de empresas, ascendió a 30.000 euros en el año 2004, y a 40.000 euros en el año 2005. Por tanto, esta trayectoria ascendente implica que cada año, los emprendedores españoles necesitan un mayor volumen de recursos para poner en marcha sus proyectos empresariales.

Las causas que se esconden detrás de este *encarecimiento* del proceso emprendedor deberán ser analizadas para intentar determinar si

³ En ese año 2003, debido a los acontecimientos internacionales y a la implantación del euro el año anterior, se detectó un claro compás de espera de los inversores, que se plasmó en un gran descenso de iniciativas en el sector transformador, el que mayor inversión de capital requiere habitualmente.

detrás de este fenómeno subyace la creación, cada año, de empresas de mayor dimensión y con mayor potencial de crecimiento o si existe una concentración de la actividad emprendedora en ciertos sectores productivos que demandan un mayor nivel inicial de fondos.

En relación al contexto internacional, para el conjunto de los 34 países que participaron en el GEM 2004, el capital medio para iniciar una empresa se situó en los 66.017 euros, aunque se observan grandes disparidades en cuanto a los países y regiones seleccionadas, por lo que es difícil establecer comparaciones internacionales respecto a esta magnitud. En cambio, sí se establecen estas comparaciones en los apartados siguientes en los que se analiza, desde la perspectiva del emprendedor, las fuentes de procedencia de este capital semilla.

6.3.1. La autofinanciación: fondos de capital semilla aportados por el propio emprendedor

Como se comentó en la introducción, las dificultades a las que se enfrentan las empresas de nueva creación a la hora de obtener acceso a fuentes de financiación externas provocan que, en muchos casos, los fondos necesarios para la puesta en marcha de la nueva empresa procedan del bolsillo del propio emprendedor. El análisis de los datos proporcionados por el GEM ofrece la confirmación empírica a este hecho.

En concreto, para el caso español el análisis de la evolución del porcentaje de autofinanciación entre los años 2002-2005 (cuadro 6.1), pone de manifiesto que, pese a que se detecta una mejora en el sentido de que este porcentaje disminuye, todavía en 2005 el emprendedor sigue aportando, en media, el 65% de los fondos necesarios para la puesta en marcha de su proyecto empresarial, siendo además el caso más frecuente, o *moda*, aquel en el que la empresa es 100% autofinanciada por su fundador.

La comparativa internacional para el año 2004 que se refleja en el cuadro 6.2 muestra además que esta situación no es exclusiva de España, sino que el predominio de las nuevas actividades empresariales autofinanciadas es un rasgo común a las empresas que componen la muestra de países del GEM (la moda o valor más frecuente es el 100% en todos los casos analizados). A pesar de esto, sí que se observan interesantes diferencias al situar a España en el contexto internacional; en concreto, tanto el análisis de la media

CUADRO 6.1: Importancia de la autofinanciación: porcentaje de fondos aportados por el emprendedor en España

| | 2003 | 2004 | 2005 |
|--------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Media | 70,96 | 67,59 | 64,70 |
| Desviación típica | 29,33 | 27,68 | 27,44 |
| Mediana | 100,00 | 66,66 | 66,66 |
| Moda | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| Percentiles | | | |
| 10 | 20,00 | 33,30 | 30,00 |
| 50 | 100,00 | 66,66 | 66,66 |
| 70 | 100,00 | 100,00 | 83,33 |
| 90 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |

CUADRO 6.2: Porcentaje de fondos aportados por el emprendedor: España en el contexto internacional 2004

| | España | GEM | UE | Iberoamérica |
|--------------------------|---------------|------------|-----------|---------------------|
| Media | 67,59 | 65,83 | 65,50 | 69,00 |
| Desviación típica | 27,68 | 33,00 | 32,00 | 30,00 |
| Mediana | 66,66 | 60,00 | 60,00 | 66,60 |
| Moda | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| Percentiles | | | | |
| 10 | 33,30 | 20,00 | 20,00 | 29,31 |
| 50 | 66,66 | 60,00 | 60,00 | 66,60 |
| 70 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| 90 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |

como de la mediana y de los percentiles de la distribución de la variable indican que la importancia de las empresas autofinanciadas es mayor en España que en la UE o que para la media de los 34 países que componían la muestra GEM en 2004, presentando una distribución similar a la del conjunto de los países iberoamericanos.

6.3.2. Fuentes de financiación externas utilizadas por el emprendedor

El predominio de las empresas en las que todo el capital es aportado por el propio emprendedor no excluye que existan otras muchas en las que éste necesita recurrir a fuentes de financiación externas para completar el capital semilla necesario para iniciar su negocio.

El cuadro 6.3 muestra, para el período 2003-2005, la importancia de cada una de las fuentes de financiación externas según la respuesta del emprendedor sobre si ha utilizado o no dicha fuente como recurso para obtener fondos con los que financiar su proyecto. El primer dato que llama la atención es que, independientemente del año considerado, la financiación bancaria se revela claramente como el recurso más utilizado por los emprendedores, seguido de los fondos aportados por el entorno familiar; el entorno laboral y los amigos ocupan un tercer puesto en importancia y por último, se sitúan las ayudas gubernamentales. Estas cuatro fuentes de financiación completan la totalidad de recursos externos que el emprendedor reconoce haber recibido para financiar su *start-up*, no obteniéndose ninguna respuesta para la categoría de *Otras fuentes* en ninguno de los tres años analizados.

CUADRO 6.3: Importancia de las fuentes de financiación utilizadas por el emprendedor para completar el capital semilla en España

(porcentaje)

| | 2003 | 2004 | 2005 |
|--------------------------------------|--------|--------|--------|
| Entorno familiar | 31,30 | 25,50 | 33,40 |
| Amigos, compañeros de trabajo | 11,60 | 18,30 | 7,30 |
| Bancos | 54,50 | 51,30 | 52,80 |
| Ayudas gubernamentales | 2,70 | 5,30 | 5,50 |
| Otras fuentes | — | — | — |
| Total | 100,00 | 100,00 | 100,00 |

En cuanto al análisis de la evolución temporal del indicador, destaca la estabilidad de la importancia de los fondos aportados por las entidades financieras. Los fondos externos procedentes

del entorno cercano al emprendedor, familia y amigos o compañeros de trabajo, presentan una evolución inversa en el sentido de que la importancia de una fuente aumenta cuando la otra disminuye, por lo que podríamos hablar de fuentes de financiación sustitutivas. Por último, destaca la evolución positiva de las ayudas gubernamentales que, de 2003 a 2004 experimentaron un salto cuantitativo considerable y cuya importancia se mantuvo estable en 2005, representando un 5% de los fondos externos recibidos.

La situación de España en el contexto internacional señala que el claro predominio de la financiación bancaria frente al resto, es un rasgo distintivo del proceso emprendedor en nuestro país, tal y como revelan los datos del cuadro 6.4.

CUADRO 6.4: Fuentes de financiación que utiliza el emprendedor.

España en el contexto internacional 2003

(porcentaje)

| | España | Países GEM | Unión Europea | Iberoamérica |
|--------------------------------------|---------------|-------------------|----------------------|---------------------|
| Entorno familiar | 31,30 | 42,10 | 34,30 | 51,60 |
| Amigos, compañeros de trabajo | 11,60 | 14,80 | 12,10 | 13,60 |
| Bancos | 54,50 | 31,30 | 38,70 | 19,20 |
| Ayudas gubernamentales | 2,70 | 7,80 | 9,80 | 11,00 |
| Otros | — | 4,10 | 4,90 | — |
| Total | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |

Para la media de los países participantes en el GEM 2003,⁴ la importancia de la financiación bancaria se situó en un 31% frente al 50% del caso español; a cambio, para el conjunto de países GEM, el porcentaje relativo a los fondos procedentes de organismos gubernamentales (7,8%), fue claramente superior al español (2,7%). Parte de esta diferencia podría deberse en parte al hecho de que, en el caso español, muchas de las ayudas financieras

⁴ Aunque esta pregunta se ha mantenido en la encuesta GEM para el caso español, el consorcio GEM internacional decidió eliminarla a partir del año 2004, por lo que sólo es posible realizar comparaciones internacionales con los datos referidos al año 2003.

concedidas por los organismos gubernamentales son canalizadas a través de instituciones financieras privadas y, por lo tanto, puede que sean identificadas por el emprendedor como financiación bancaria en vez de como financiación procedente de ayudas públicas. Así por ejemplo, la Línea ICO-PYME (dependiente del Ministerio de Economía y Hacienda) pone a disposición de las pequeñas y medianas empresas 5.000 millones de euros al año para su financiación a través del sistema bancario.

La otra gran diferencia reside en el porcentaje de respuestas concentradas en *otras fuentes*, categoría que no aparece representada en España en ninguno de los tres años considerados. Aunque el GEM no lo recoge de forma explícita, esta categoría estaría tomando las fuentes de financiación que aportan capital privado (*private equity*) al proceso emprendedor a partir de *business angels* profesionales o entidades de capital riesgo. Para el conjunto de los países GEM esta inversión profesional representa alrededor del 4% de los fondos externos recibidos. La ausencia de emprendedores que reconozcan haber recibido fondos de estas entidades en España es un claro reflejo del escaso desarrollo de estos mercados de financiación *profesionales* en nuestro país.

La ausencia de esta categoría también se observa para el conjunto de los países iberoamericanos, para los que, además, resulta llamativa la escasa importancia de los fondos procedentes de instituciones financieras, no sólo en comparación con España, sino también con la UE y la media del GEM; por tanto, en estos países, a la escasa profesionalidad de los fondos de provisión de capital privado se le añade el escaso grado de desarrollo de los sistemas financieros. Por esta razón, en estos países el apoyo gubernamental, y sobre todo el apoyo del círculo familiar, adquieren una mayor importancia que en el resto de las zonas geográficas consideradas.

Así pues, el análisis del papel de las distintas fuentes de financiación en el apoyo a la creación de nuevas empresas desde la perspectiva del demandante de fondos, es decir, del emprendedor, parecen apoyar la hipótesis de la existencia de la *brecha financiera*, que obliga a los emprendedores a recurrir mayoritariamente a sus propios recursos a la hora de obtener fondos para financiar sus proyectos empresariales. Asimismo, el análisis realizado ha puesto de mani-

fiesto la importancia que juegan las instituciones financieras en el apoyo a la creación de empresas, sobre todo en España, donde más de la mitad de los fondos externos proceden de esta fuente. Por último, los datos revelan que, según el emprendedor, la aportación de fondos privados que recibe para financiar su proyecto procede mayoritariamente de su entorno cercano: familiares, amigos o compañeros de trabajo, siendo muy superior a los procedentes de los mercados más profesionales, en los que intervienen *business angels* y los fondos de capital riesgo. Estos mercados de capital privado son analizados en detalle en las dos secciones siguientes, pero esta vez desde la perspectiva de la oferta, es decir a través del análisis de las respuestas aportadas por los inversores informales encuestados, así como por los datos secundarios procedentes de las bases de datos sobre las actividades de los fondos de capital riesgo.

6.4. La financiación de nuevas empresas desde la perspectiva del inversor informal

La mayoría de los trabajos de investigación sobre inversión informal, a partir de la publicación de los trabajos seminales de William Wetzel en los años ochenta (1981, 1983), se han centrado en la figura del *business angel*, entendiendo por este al inversor privado *profesional*, que dispone de fondos y recursos propios para invertir en iniciativas ajenas con potencial de crecimiento. El perfil de estos inversores suele corresponder con el de personas de dilatada experiencia en el mundo empresarial, con un deseo de mantenerse al frente de empresas innovadoras y con capacidad para liderar proyectos que poseen un riesgo asociado elevado, pero controlable. En la mayoría de los casos, estas personas no sólo aportan fondos sino que también proporcionan consejo y acceso a una red de contactos (Mason y Harrison, 1996, 2000a, 2000b).

Esta tipología de inversores constituye, sin embargo, sólo una parte de la inversión informal total destinada al apoyo a la creación de empresas en todo el mundo. Según un análisis de las compañías americanas privadas con mayores índices de crecimiento que pertenecían al Inc500 en el año 2002, el 16% empezaron con menos de 1.000 dólares US, y el 58%, con 20.000 dólares US o

menos (Bygrave y Hunt 2004). Es poco probable que estas compañías, con un capital semilla en muchos casos inferior a 20.000 dólares US, recibieran en sus primeras etapas financiación procedente de inversores informales profesionales. De hecho, el 88% de estas empresas nunca recibió dinero de estos inversores. Por el contrario, un 33% declaró haber conseguido los fondos necesarios para iniciar su actividad empresarial «gracias a la ayuda de familiares y amigos» (Inc 2002).

Así pues, en contra de lo que parecen sugerir la mayoría de los estudios realizados sobre el papel del inversor informal que se centran en la figura del *business angel* profesional, la realidad parece indicar que las redes de inversores informales a las que tiene alcance el emprendedor están constituidas, en su mayoría, por familiares, amigos o personas que pertenecen a su entorno más cercano, lo que se conoce como *las 3Fs (Family, Friends & Foolhardy)*, tal y como se ha demostrado en la sección anterior.

El Proyecto GEM asumió desde el principio el reto de contribuir a arrojar luz sobre este fenómeno de la inversión informal. Para ello, en la encuesta a la población adulta se incluyó una pregunta para identificar a los inversores informales bajo un concepto mucho más amplio que el utilizado en estudios anteriores; en concreto, se clasifica como inversor informal a todo aquel que ha invertido dinero propio en un negocio ajeno en los últimos tres años. Adicionalmente, con el objetivo de profundizar en el estudio de la inversión informal, se incluyen preguntas adicionales que permiten cuantificar las inversiones, así como explorar la relación del inversor con el beneficiario de la misma. Todo esto constituye una fuente de información sin precedentes, cuyos resultados más relevantes para el caso español y su comparativa internacional presentamos a continuación.

El cuadro 6.5 resume la información relativa a los datos sobre financiación informal aportados por el GEM para un conjunto de países representativos del total de la muestra y para el período comprendido entre 2002 y 2005. Para facilitar la comparación internacional se ofrecen las cifras de inversión en dólares y se relacionan con el PIB de los países considerados. Es importante resaltar que la moneda base en la que la encuesta GEM armoniza los datos de los diferentes países es el dólar estadounidense.

CUADRO 6.5: Inversión informal países GEM (2002- 2005)

| País | PA como inversor informal (2002-2005) porcentaje | Cantidad media invertida por inversor informal (2002-2005) US \$ | Cantidad anual inversión informal por país (2000-2005) US \$ 1000 | Inversión per cápita 2005 (US \$) | Inversión Informal como porcentaje PIB (2002-2005) |
|-------------------------------|--|---|---|---|---|
| Alemania | 3,04 | 5.071 | 26.395.704 | 313,73 | 0,98 |
| Argentina | 3,31 | 38.436 | 1.532.131 | 72,69 | 1,01 |
| Australia | 2,59 | 39.183 | 5.169.189 | 301,82 | 0,89 |
| Austria | 1,79 | 53.316 | 2.108.266 | 0,00 | 0,73 |
| Bélgica | 2,23 | 72.694 | 4.460.861 | 283,37 | 1,29 |
| Brasil | 0,63 | 2.042 | 540.684 | 4,82 | 0,09 |
| Canadá | 3,48 | 30.851 | 9.161.273 | 333,34 | 0,95 |
| Chile | 4,22 | 18.832 | 2.938.810 | 246,85 | 3,26 |
| China | 6,18 | 4.423 | 86.366.813 | 86,02 | 5,23 |
| Croacia | 1,23 | 45.303 | 665.316 | 43,23 | 1,94 |
| Dinamarca | 2,85 | 74.049 | 2.973.025 | 394,48 | 1,25 |
| Eslovenia | 2,11 | 20.720 | 241.460 | 115,23 | 0,77 |
| España | 2,64 | 23.677 | 6.971.285 | 269,33 | 0,68 |
| Finlandia | 3,10 | 15.374 | 654.887 | 153,65 | 0,36 |
| Francia | 3,60 | 70.405 | 39.919.164 | 37,13 | 1,99 |
| Grecia | 2,53 | 59.620 | 4.414.798 | 376,55 | 2,19 |
| Hungría | 2,13 | 3.064 | 175.355 | 0,00 | 0,18 |
| Irlanda | 2,46 | 61.584 | 1.513.282 | 229,31 | 0,84 |
| Islandia | 7,22 | 78.432 | 411.280 | 524,53 | 3,48 |
| Italia | 2,31 | 30.090 | 11.207.646 | 99,17 | 0,68 |
| Japón | 0,56 | 50.188 | 9.832.610 | 169,07 | 0,21 |
| Lituania | 2,91 | 19.627 | 351.351 | 0,00 | 2,59 |
| México | 4,69 | 1.876 | 1.958.415 | 0,00 | 0,30 |
| Nueva Zelanda | 4,70 | 40.927 | 1.922.390 | 674,45 | 2,09 |
| Noruega | 4,65 | 21.184 | 1.154.692 | 344,43 | 0,47 |
| Países Bajos | 1,51 | 136.067 | 8.764.934 | 292,99 | 1,47 |
| Reino Unido | 1,47 | 49.080 | 11.363.824 | 174,31 | 0,54 |
| Sudáfrica | 2,53 | 7.495 | 1.760.757 | 26,52 | 0,80 |
| Singapur | 3,09 | 37.705 | 1.382.363 | 246,52 | 1,32 |
| Suecia | 2,26 | 45.792 | 2.446.383 | 80,66 | 0,72 |
| Suiza | 4,27 | 48.677 | 4.137.637 | 908,62 | 1,16 |
| Tailandia | 5,74 | 3.613 | 3.236.935 | 0,00 | 2,01 |
| EE. UU. | 4,52 | 27.715 | 92.702.586 | 435,09 | 0,79 |
| Venezuela | 3,73 | 4.013 | 814.967 | 69,28 | 0,77 |
| Media países GEM | 3,12 | 36.504 | 10.283.855 | 214,92 | 1,29 |
| Media países UE | 2,69 | 44.764 | 8.861.063 | 212,01 | 0,98 |
| Media Iberoamérica | 3,18 | 10.088 | 2.644.832 | 118,06 | 1,02 |

El análisis de las cifras globales para el conjunto de estos países muestra, en primer lugar, la importante contribución de la inversión informal al proceso de creación de nuevas empresas en todo el mundo. Considerando a todos los países del GEM, se ha estimado que, para el período 2002-2005, un 3,12% de la población adulta mundial actuó como inversor informal, aportando capital propio para la puesta en marcha de un negocio ajeno. En media, cada uno de estos inversores aportó una cantidad de 36.000 dólares, lo que, en cifras globales, supone una cantidad total anual aportada por la inversión informal al proceso emprendedor de 350.000 millones de dólares, una cifra que equivale al 1,1% del PIB de los países que forman la muestra.

En el caso de España, el porcentaje de inversores informales en la población adulta se situó en línea con el de la media de los países de la UE, aunque en relación a su aportación al PIB resulta algo menor, tal y como se muestra en el gráfico 6.2. En concreto, se estima que durante este período, un 2,64% de la población adulta española (unas 900.000 personas) actuaron como inversores informales (frente al 2,67% de media en la UE). Como media, cada uno de estos inversores invirtió unos 23.000 dólares lo que supone una cantidad total aportada por este tipo de financiación al proceso emprendedor de 7.000 millones de dólares, una cifra que equivale al 0,68% del PIB español.

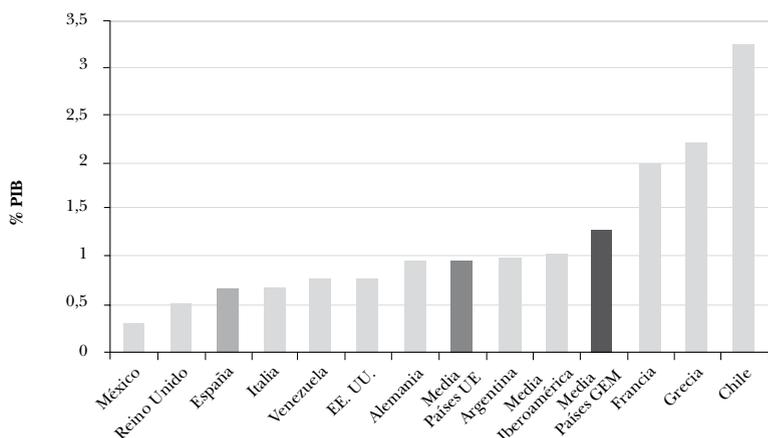
Los resultados también muestran que el análisis del dato referido al porcentaje de la población adulta que actúa con inversor informal no es, sin embargo, esclarecedor sobre el papel de la inversión informal en cada país, pues la cantidad media invertida varía sustancialmente entre los países considerados. Así, por ejemplo, si bien en el Reino Unido el porcentaje de individuos que actuó como inversor informal se situó en el 1,47%, muy por debajo del español, cada uno de estos individuos invirtió como media 49.080 dólares, cantidad muy superior a la registrada en España. En el otro extremo destaca el caso de México, donde si bien el porcentaje de inversores informales en la población adulta fue del 4,76%, la cantidad media invertida por cada uno de estos inversores fue de sólo 1.876 dólares.

Parece lógico suponer que estas diferencias van a tener importantes implicaciones, no sólo a la hora de determinar la importancia total de la inversión informal por país sino también a la hora

de explicar la estructura empresarial de los mismos, en especial en lo relativo a la dimensión y potencial de crecimiento de las nuevas iniciativas creadas. Por este motivo, resulta fundamental analizar qué se esconde detrás de las diferencias detectadas a nivel internacional; esto implica adoptar una perspectiva más *micro* a la hora de analizar la inversión informal, profundizando en el estudio de la figura del inversor informal individual, algo que es posible realizar con los datos aportados por el Proyecto GEM.

GRÁFICO 6.2: Cantidad total invertida por la inversión informal

(porcentaje del PIB)



Estudios previos realizados sobre la inversión informal han señalado que el grupo de inversores informales es muy heterogéneo y que es importante distinguir entre distintos tipos de inversores a la hora de comprender la importancia de la inversión informal en cualquier país (Freer et al. 1994; Stevenson y Coveney 1994; Sorheim y Landstrom 2001). Siguiendo estos estudios, es posible plantearse que detrás de las diferencias señaladas en las cantidades medias invertidas por los inversores informales entre España y otros países representados en el cuadro 6.5, se escondan importantes diferencias en cuanto al *tipo* de inversor informal que predomine en cada país. El problema con las investigaciones realizadas hasta la fecha es que, aunque todos demuestran la hetero-

geneidad del grupo de inversores informales a raíz del establecimiento de diversas categorías, todos ellos conciben la inversión informal solamente como aquella realizada por los *business angels* profesionales.

Por esta razón, con el fin de corregir este sesgo, la tipología de inversores que vamos a establecer en este estudio está basada en la relación del inversor con el beneficiario de la inversión. En concreto, el GEM distingue entre la inversión en el negocio de un familiar directo o indirecto, la inversión en el negocio de un amigo o compañero del trabajo y la inversión en *otros*, categoría que estaría reflejando las inversiones realizadas en negocios ajenos en las que no existe relación entre el inversor y el beneficiario de la inversión o, lo que es lo mismo, y aunque el GEM no lo reconozca de forma explícita, lo que la literatura considera como la figura del *business angel* profesional.

Nuestra premisa se basa en suponer que esta relación del inversor con el empresario es un factor clave a la hora de determinar las diferentes motivaciones y expectativas del primero en relación a la inversión realizada en el negocio del segundo. Estas diferencias se van a ver reflejadas tanto en las cantidades invertidas como en los rendimientos esperados por los inversores informales, por lo que las diferencias señaladas anteriormente podrían explicarse en función de la importancia de cada *tipo* de inversor en cada país. Por tanto, el primer paso para confirmar esta hipótesis es determinar la estructura de la inversión informal en España y situarla en un contexto internacional, en busca de posibles diferencias en cuanto a la composición de esta inversión.

Los datos del cuadro 6.6 muestran esta composición para el caso de España durante los años 2003-2005. Claramente, el cuadro refleja que el tipo de inversor informal que predomina en nuestro país es aquel que mantiene una relación de parentesco con el emprendedor, seguido de aquel que pertenece a su entorno familiar o laboral. Así pues, para el inversor privado español, la *familiaridad* con el emprendedor surge como un requisito indiscutible a la hora de decidir la inversión de fondos en un negocio ajeno.

Esta composición de la inversión informal en la que predomina claramente el inversor que pertenece al entorno cercano al emprendedor, así como la mayor importancia del inversor familiar,

CUADRO 6.6: Relación del inversor informal con el beneficiario de la inversión. España (2003-2005)

| Porcentaje | 2003 | 2004 | 2005 |
|--------------------------------|-------|-------|-------|
| Entorno familiar | 60,90 | 67,10 | 65,90 |
| Entorno laboral, amigos | 38,10 | 32,00 | 27,60 |
| Otros | 0,90 | 0,00 | 2,30 |

es un rasgo común del fenómeno emprendedor a nivel mundial, tal y como se refleja en el cuadro 6.7. Sin embargo, comparado con la media de los países participantes e incluso con los de la UE, se observa una mayor presencia de la familia como inversor informal en el caso español: mientras que el porcentaje medio de inversores informales que son familia del emprendedor para los países del GEM se sitúa en el 58%, este asciende al 67% en España, un porcentaje similar al de los países iberoamericanos.

CUADRO 6.7: Relación del inversor informal con el beneficiario de la inversión. España en el contexto internacional (2004)

| Porcentaje | GEM | España | UE | Iberoamérica |
|--------------------------------|-------|--------|-------|--------------|
| Entorno familiar | 58,40 | 67,10 | 54,05 | 68,30 |
| Entorno laboral, amigos | 33,30 | 31,00 | 36,30 | 29,30 |
| Otros | 6,90 | 0,00 | 8,80 | 1,40 |

Lo que es aún más interesante, los datos revelan que esta diferencia a favor del entorno familiar del emprendedor opera en detrimento de la categoría *otros* que, como ya se ha mencionado, recogería a aquellos inversores que no pertenecen al entorno cercano del emprendedor, concepto que se podría asimilar con el de *business angels* profesionales. Así, mientras que, en media para los países participantes en el GEM 2004, un 6,9% de los inversores informales respondieron invertir en un proyecto empresarial en el que no conocían personalmente a su fundador, en España, los inversores informales que no invirtieron en el proyecto de un familiar, lo hicieron en el de un amigo, conocido o compañero de trabajo. Estos datos están en consonancia con otros estudios que muestran

el escaso desarrollo de las redes de *business angels* profesionales en España, comparado no sólo con Estados Unidos o el Reino Unido, donde hay mayor tradición de este tipo de financiación, sino también con otros países tales como Alemania o Francia.

Por otra parte, estos resultados son totalmente consistentes con los hallados en la primera sección del capítulo, en la que se abordó el análisis de la financiación de nuevas empresas desde la perspectiva del emprendedor. En el caso español, este reconocía haber recibido fondos privados procedentes exclusivamente de su círculo más cercano (familiares y amigos), mientras que en el contexto internacional sí que existía un porcentaje de emprendedores que había recibido fondos privados procedentes de otras fuentes distintas al círculo familiar o social.

Siguiendo con la hipótesis planteada, cabría esperar que esta diferencia en la composición de la inversión informal, que implica una menor *profesionalidad* de ésta en países como España, comparada con el resto de los países de la UE y con la media de los países del GEM, podría explicar las diferencias señaladas anteriormente en cuanto a las cantidades invertidas por estos inversores informales. En efecto, el cuadro 6.8 muestra cómo esta cantidad varía enormemente en función del tipo de inversor considerado, siendo muy superior al resto el invertido por la categoría de inversores que declararon no conocer personalmente al beneficiario de los fondos, categoría que, como ya hemos comentado, no estaba representada en España en el año 2004.

Por tanto, y aunque en casi todas las categorías la inversión media realizada en España es menor, la causa principal de esta diferencia hay que buscarla en la cantidad invertida por *tipo* de

CUADRO 6.8: Cantidad invertida por el inversor informal según su relación con el beneficiario de la inversión. Año 2004

(dólares US)

| | GEM | España | UE | Iberoamérica |
|--------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Entorno familiar | 29.305 | 22.935 | 28.639 | 12.977 |
| Entorno laboral, amigos | 37.173 | 23.552 | 52.847 | 14.312 |
| Otros | 105.907 | — | 110.419 | 3.686 |
| Media | 57.461,67 | 23.243,50 | 63.968,17 | 10.325,00 |

inversor informal, pues, para los datos del GEM global, la mayor cuantía invertida en la financiación de una *start-up* proviene de aquellos inversores que aportan fondos a iniciativas empresariales en las que la *familiaridad* con el emprendedor, bien sea por lazos de parentesco o por amistad, no existe.

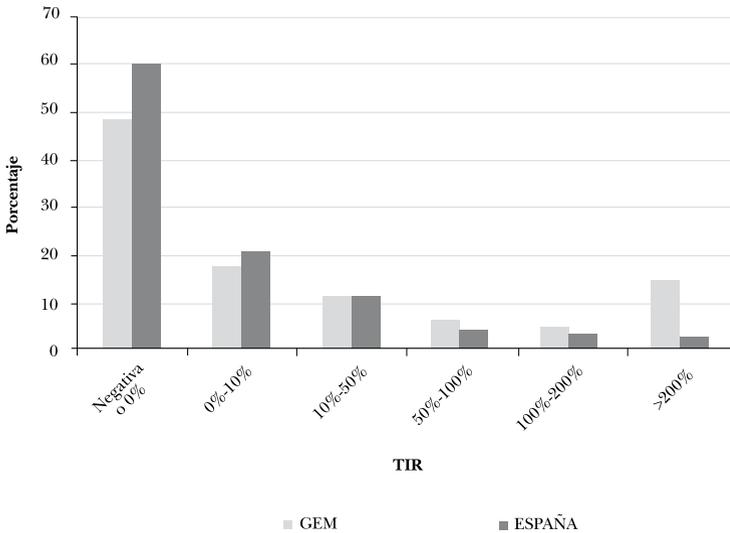
Adicionalmente, parece lógico suponer que estas diferencias se reflejen no sólo a la hora de valorar la importancia de las inversiones realizadas en cuanto a su cuantía, sino también a la hora de determinar el rendimiento exigido a la inversión realizada. El Proyecto GEM incluyó por primera vez en la edición 2004 una serie de preguntas destinadas a estudiar el rendimiento esperado por el inversor informal mediante el período medio de recuperación de la inversión, así como por la cantidad de la misma que esperaban recuperar en un plazo de diez años. A partir de estas dos preguntas se ha calculado la tasa interna de rentabilidad de la inversión esperada por los inversores informales que componen la muestra.⁵ El cálculo de estas rentabilidades supone una importante contribución a la literatura sobre financiación y creación de empresas pues, hasta la fecha, los escasos datos ofrecidos sobre este aspecto se han referido de forma casi exclusiva a la rentabilidad exigida u obtenida por el *business angel* profesional (Mason y Harrison 2002a).

El gráfico 6.3 refleja la distribución de la tasa interna de rentabilidad (TIR) esperada para la inversión para el conjunto de inversores informales considerados en la muestra, tanto para la media de los países GEM como para el caso de España. Los datos reflejados en el gráfico muestran claramente como el porcentaje de inversores informales que esperan rendimientos negativos, nulos o inferiores al 10% es mayor en el caso español que para la media GEM y que esta situación se invierte para los tramos de rentabilidades superiores.

¿Cómo explicar estas diferencias? Los resultados que se reflejan en el cuadro 6.9 no dejan lugar a dudas: al igual que en el caso de la cantidad invertida por el inversor, a la hora de analizar el rendimiento exigido por éste resulta fundamental el análisis de composición de la inversión informal en función de la

⁵ La TIR se define como la tasa de descuento o tipo de interés que iguala el valor actual neto (VAN) de un proyecto a cero. Como regla general, una inversión cuya TIR es mayor que el coste de capital, se puede considerar rentable.

GRÁFICO 6.3: Tasa interna de rentabilidad esperada por el inversor informal: España vs. GEM



relación entre el inversor y el emprendedor. En particular, para el caso del conjunto de países GEM, se observa cómo el mayor porcentaje de inversores que no esperan recuperar nada de lo invertido se concentra en aquellos que mantienen una relación de parentesco con el emprendedor, así como el hecho de que, entre los que esperan mayores rendimientos, existe una mayor proporción de inversores clasificados como *otros* que, como ya se ha mencionado anteriormente, correspondería a la figura del *business angel* profesional. Esto explica las diferencias señaladas en el gráfico anterior pues, como también se ha mostrado previamente, esta categoría no existió en el caso español para el año 2004.

Parece por tanto que, efectivamente, dentro del colectivo de inversores informales se agrupan inversores de muy diferentes características, siendo su relación con el emprendedor el factor discriminante de mayor importancia. Esta relación determina implícitamente sus motivaciones a la hora de invertir, lo que se ve reflejado tanto en las cantidades invertidas como en los retornos esperados, tal y como se ha mostrado a lo largo de la sección.

CUADRO 6.9: Tasa interna de rentabilidad por tipo de inversor informal 2004
(porcentaje)

| TIR | Países GEM | | | España | | |
|--------------|---------------------------|----------|-------|---------------------------|----------|------|
| | Tipo de inversor informal | | | Tipo de inversor informal | | |
| | Inversor INF | Familiar | Otro | Inversor INF | Familiar | Otro |
| Negativa o 0 | 47,8 | 55,26 | 39,64 | 59,24 | 61,71 | — |
| 0-10 | 16,93 | 12,59 | 17,12 | 20,38 | 20,57 | — |
| 10-50 | 10,54 | 8,19 | 18,02 | 11,15 | 8,57 | — |
| 50-100 | 6,08 | 4,52 | 9,91 | 3,50 | 2,86 | — |
| 100-200 | 4,29 | 3,91 | 3,60 | 3,18 | 2,29 | — |
| > 200 | 14,40 | 15,53 | 11,71 | 2,55 | 4,00 | — |

6.5. El papel del capital riesgo formal en el apoyo al proceso emprendedor

La última fuente de financiación que se analiza en este capítulo es la que se refiere al capital riesgo *formal*. Este se considera un instrumento de financiación mediante el cual una sociedad especializada en inversiones (sociedad inversora) inyecta capital en una empresa (sociedad receptora). Estas participaciones tienen ciertas características que las diferencian de cualquier otro tipo de financiación tradicional porque son participaciones temporales, minoritarias, activas, sin garantías, con la expectativa de obtener elevadas ganancias de capital en un mediano plazo.

En nuestro país, la definición del ámbito de actuación y la naturaleza de las transacciones de estos fondos de capital riesgo está sujeta a mucha confusión. El problema es que muchas de las operaciones que se incluyen dentro de este segmento no se ajusta, sin embargo, a la definición estricta de capital riesgo o *venture capital*, término que se reserva para la inversión en el lanzamiento de empresas o en el impulso de éstas en sus etapas iniciales. Esto implica que se considera inversión en capital riesgo a cualquier inversión de capital hecha con vocación industrial y con la finalidad de generar y realizar plusvalías apoyadas en el valor añadido desarrollado en la empresa participada. Según la fase de vida de la empresa en la que se depo-

sitan los fondos este capital riesgo se clasifica en distintas categorías. Así, se diferencia entre inversiones en etapas iniciales (capital semilla y *early stage*), inversiones en empresas en crecimiento (expansión), adquisiciones con apalancamiento (*Leverage Buy Out*, *Management Buy Out* y *Management Buy*), operaciones de sustitución y otras. Dado que el objetivo de este capítulo es analizar la importancia de las distintas fuentes de financiación al proceso de creación de empresas, éste se centrará principalmente en el primer tipo, es decir, en la aportación de fondos de capital riesgo en las etapas iniciales aunque también se analiza la actividad de los fondos de capital riesgo en su conjunto.

En España, el sector del capital riesgo viene experimentando un gran fortalecimiento en los últimos años. De hecho, según los datos de la ASCRI, 2004 supuso, por segundo año consecutivo, un nuevo récord en la industria de capital riesgo en nuestro país, con un volumen de fondos invertidos de 1.966,8 millones de euros, lo que implica un crecimiento de un 47% respecto a los niveles de inversión alcanzados en 2003. Operaciones como la compra de Cortefiel, Panrico o Amadeus han captado la atención mediática y han contribuido a popularizar esta fuente de financiación en los últimos años. Sin embargo, ninguna de estas transacciones citadas se refiere a la inversión en el prelanzamiento o fase de arranque de una *start-up*. De hecho, en este mismo informe se señala que las inversiones en las fases de semilla y de arranque en España registraron un mínimo histórico en 2004, al haber representado sólo el 3,5% del volumen invertido. La mayor parte de las inversiones se dirigieron hacia empresas en fases de expansión, que concentraron el 60% del volumen y el 74% del número de operaciones realizadas.

Esta situación, sin embargo, no parece ser en absoluto un rasgo diferencial del caso español, sino que más bien parece responder a una tónica general del sector, a partir del análisis de los datos reflejados en los cuadros 6.9 y 6.10⁶ en los que se ofrece, para un grupo de países que participaron en la edición 2004, cifras sobre volúmenes de inversión en valores absolutos y como porcentaje del PIB.

⁶ Al igual que en el caso de la inversión informal, para facilitar la comparación internacional se ofrecen las cifras de inversión en dólares y se relacionan con el PIB de los países considerados.

CUADRO 6.10: Inversiones realizadas por el capital riesgo formal en 2004

| País | Cantidad total invertida por empresas de capital riesgo 2004 1.000 US\$ | Cantidad total invertida por empresas de capital riesgo en capital semilla y <i>early stage</i> 1.000 US\$ | Cantidad total en capital semilla y <i>early stage</i> / Cantidad Total Invertida | Porcentaje Inversión en capital riesgo porcentaje PIB | Porcentaje Inversión en capital riesgo, en capital semilla y <i>early stage</i> como porcentaje del PIB |
|----------------------|--|--|---|--|--|
| Alemania | 6.235.400 | 586.128 | 0,09 | 0,059 | 0,0217 |
| Australia | 1.536.202 | 63.599 | 0,04 | 0,083 | 0,0109 |
| Austria | 187.586 | 23.073 | 0,12 | 0,056 | 0,0080 |
| Bélgica | 1.493.378 | 235.954 | 0,16 | 0,261 | 0,0684 |
| Canadá | 1.300.454 | 637.223 | 0,49 | 0,124 | 0,0662 |
| China | 273.831 | 99.674 | 0,36 | 0,017 | 0,0060 |
| Dinamarca | 477.491 | 200.546 | 0,42 | 0,145 | 0,0846 |
| España | 1.448.308 | 50.691 | 0,04 | 0,091 | 0,0050 |
| Finlandia | 361.773 | 65.481 | 0,18 | 0,089 | 0,0359 |
| Francia | 7.745.831 | 611.921 | 0,08 | 0,116 | 0,0305 |
| Grecia | 6.090 | 3.569 | 0,59 | 0,003 | 0,0018 |
| Países Bajos | 4.225.552 | 101.413 | 0,02 | 0,168 | 0,0170 |
| Hungría | 137.644 | 0 | 0,00 | 0,139 | 0 |
| Irlanda | 202.203 | 92.002 | 0,45 | 0,112 | 0,0508 |
| Italia | 2.266.864 | 34.003 | 0,02 | 0,045 | 0,0021 |
| Japón | 1.375.362 | 754.248 | 0,55 | 0,021 | 0,0163 |
| Nueva Zelanda | 99.958 | 70.361 | 0,70 | 0,103 | 0,0764 |
| Noruega | 669.949 | 67.665 | 0,10 | 0,178 | 0,0278 |
| Reino Unido | 11.778.925 | 506.494 | 0,04 | 0,105 | 0,0240 |
| Sudáfrica | 920.434 | 119.656 | 0,13 | 0,304 | 0,0541 |
| Suecia | 2.660.307 | 380.424 | 0,14 | 0,307 | 0,1124 |
| Suiza | 648.024 | 144.509 | 0,22 | 0,082 | 0,0407 |
| EE. UU. | 20.993.400 | 4.240.667 | 0,20 | 0,179 | 0,0361 |
| Media GEM | 2.914.999 | 395.187 | 0,14 | 0,121 | 0,035 |
| Media UE | 2.186.658 | 192.721 | 0,09 | 0,12 | 0,04 |

Se distingue entre inversión total y en capital semilla (cuadro 6.10), así como sobre los porcentajes de operaciones y fondos según la fase de desarrollo de la entidad receptora (cuadro 6.11).

CUADRO 6.11: Inversiones realizadas por el capital riesgo en 2004 según fase de desarrollo de la sociedad receptora

(porcentaje)

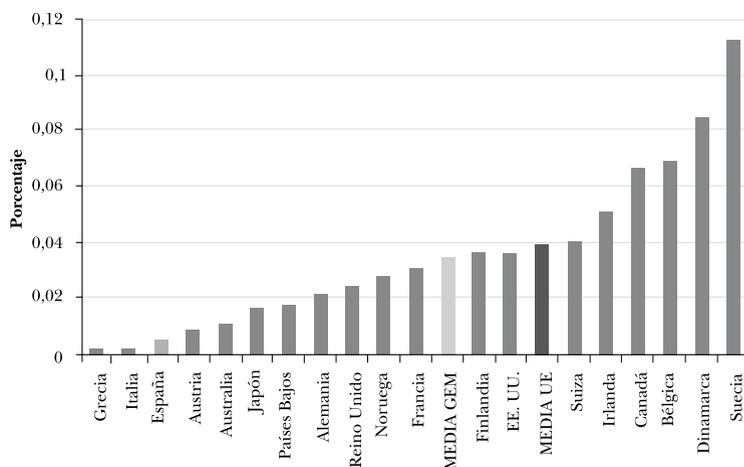
| País | Distribución de los fondos aportados por el capital riesgo según tipología de la operación | | | Distribución del número de empresas en las que el capital riesgo invierte según tipología de la operación | | |
|------------------|--|--------------|------------------|---|--------------|---------------------|
| | Capital semilla + <i>early stage</i> | Expansión | Otras (LBO, MBO) | Capital semilla + <i>early stage</i> | Expansión | Otras (LBO, MBO...) |
| Alemania | 9,40 | 16,20 | 74,30 | 37,40 | 51,60 | 10,90 |
| Australia | 4,14 | 27,48 | 68,38 | 31,42 | 46,80 | 21,79 |
| Austria | 12,30 | 74,50 | 13,20 | 24,30 | 57,40 | 18,20 |
| Bélgica | 15,80 | 44,60 | 39,60 | 37,50 | 44,60 | 17,90 |
| Canadá | 49,00 | 43,00 | 8,00 | 50,00 | 46,00 | 4,00 |
| China | 18,50 | 82,50 | 0,00 | 36,40 | 63,60 | 0,00 |
| Dinamarca | 42,00 | 29,80 | 28,20 | 64,20 | 31,70 | 4,10 |
| España | 3,50 | 60,40 | 36,10 | 22,40 | 71,50 | 6,00 |
| Finlandia | 18,10 | 27,00 | 54,90 | 50,60 | 31,30 | 18,10 |
| Francia | 7,90 | 22,20 | 69,90 | 32,30 | 36,70 | 31,00 |
| Grecia | 58,60 | 41,40 | 0,00 | 71,40 | 28,60 | 0,00 |
| Países Bajos | 2,40 | 21,20 | 76,40 | 13,40 | 52,40 | 34,20 |
| Hungría | 0,00 | 100,00 | 0,00 | 0,00 | 100,00 | 0,00 |
| Irlanda | 45,50 | 54,30 | 0,20 | 50,60 | 48,20 | 1,20 |
| Italia | 1,50 | 30,90 | 67,60 | 17,30 | 53,40 | 29,30 |
| Japón | 54,84 | 16,08 | 29,07 | 55,46 | 25,45 | 19,09 |
| Nueva Zelanda | 70,39 | 24,54 | 5,06 | 79,66 | 11,86 | 8,47 |
| Noruega | 10,10 | 54,60 | 35,30 | 36,80 | 59,00 | 4,20 |
| Reino Unido | 4,30 | 14,60 | 81,10 | 35,20 | 37,30 | 27,50 |
| Sudáfrica | 13,00 | 60,00 | 27,00 | 23,00 | 16,00 | 61,00 |
| Suecia | 14,30 | 24,70 | 61,00 | 39,40 | 48,50 | 12,10 |
| Suiza | 22,30 | 22,80 | 54,90 | 43,80 | 45,50 | 10,70 |
| EE. UU. | 20,20 | 79,81 | 0,00 | 0,00 | 100,00 | 0,00 |
| Media GEM | 21,66 | 42,29 | 38,16 | 39,70 | 48,15 | 16,66 |
| Media UE | 16,78 | 36,18 | 47,03 | 37,75 | 47,09 | 15,13 |

De ambos cuadros se concluye que, aunque la contribución del capital riesgo como canal de asignación de recursos financieros en las economías desarrolladas es innegable, la canalización de estos fondos se dirige mayoritariamente hacia una tipología de empresas muy distinta a la que suele caracterizar el negocio emprendedor.

Sin embargo, dentro de esta tónica general, España presentó cifras muy bajas de inversión de capital riesgo en fases iniciales, inferiores a la de la media GEM y a la de los países de la Unión Europea en el año 2004. En concreto, la ratio que refleja la inversión en fases iniciales sobre la inversión total (cuadro 6.10), fue del 0,04 en España, mientras que para la UE se situó en el 0,09 y para el total de los países GEM en el 0,14. Visto desde otra perspectiva, como señala el cuadro 6.11, en España las empresas en fases iniciales tan sólo captaron el 3,5% de los fondos invertidos por empresas del sector, mientras que este porcentaje fue del 18% y del 22% para la UE y para la media GEM respectivamente.

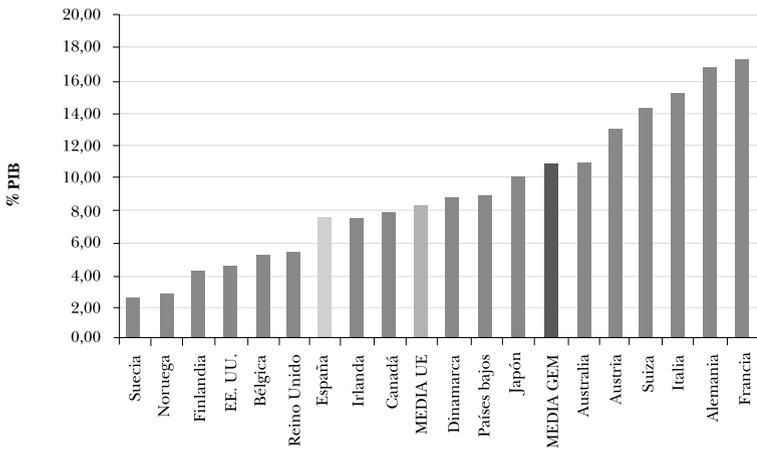
El gráfico 6.4, en el que se refleja como porcentaje del PIB la cantidad invertida en los distintos países por el capital riesgo en fases iniciales sobre la cantidad total, ilustran claramente este mayor retroceso de España en cuanto al apoyo del capital riesgo al proceso emprendedor.

GRÁFICO 6.4: Cantidad invertida por el capital riesgo en capital semilla y *early stage* como porcentaje del PIB



Así pues, los resultados analizados en esta sección ponen de manifiesto el escaso porcentaje que la inversión realizada por el segmento formal del capital riesgo supone sobre el total de fondos privados que son canalizados hacia las empresas de nueva creación. Como ya se ha manifestado a lo largo de este capítulo, este mercado está claramente dominado por el segmento informal. De hecho, tal y como se muestra en los gráficos 6.5 y 6.6, para la media de los países del GEM la inversión informal supera en diez veces a la inversión total realizada por el capital riesgo formal (gráfico 6.4) y en casi 50 a la inversión realizada por el capital riesgo en fases iniciales, siendo estas cifras aún mayores para el caso español como se ha venido comentando.

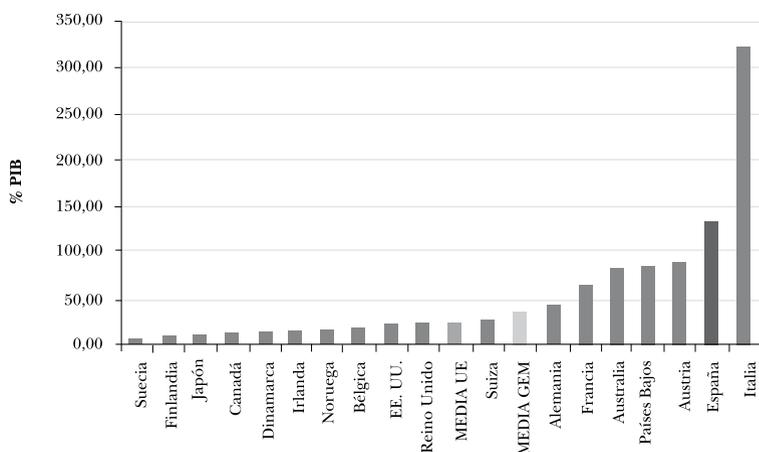
GRÁFICO 6.5: Inversión informal frente a inversión en capital riesgo total
(porcentaje del PIB)



6.6. Conclusiones

El presente capítulo ha ofrecido una panorámica general sobre el papel de las diferentes fuentes de financiación en el apoyo a la creación de nuevas empresas en España. Gracias a los datos ofrecidos por el Proyecto GEM se ha llevado a cabo un detallado análisis empírico en el que se exploran, por primera vez, aspectos hasta ahora desconocidos relativos a los orígenes del capital semilla necesario para iniciar un negocio, tanto en Espa-

GRÁFICO 6.6: Inversión informal frente a inversión por el capital riesgo en capital semilla y *early stage*
(porcentaje del PIB)



ña como internacionales el resto de los países participantes en el proyecto.

A modo general, los resultados obtenidos confirman que el acceso a los recursos financieros se plantea como uno de los principales obstáculos al que se enfrenta un emprendedor a la hora de poner en marcha su proyecto empresarial, lo que se ha demostrado por el predominio de las empresas autofinanciadas en todo el mundo. Adicionalmente, tanto desde un enfoque de demanda como de oferta, los resultados del capítulo han puesto de manifiesto el papel clave que, en todas las economías del mundo, juegan los inversores informales pertenecientes al entorno cercano al emprendedor. La aportación de fondos por estos inversores es vital para el proceso de creación de empresas, pues permite a éstas cubrir su brecha financiera hasta alcanzar el tamaño y el desarrollo suficiente como para poder cumplir, en una primera etapa, con los criterios más exigentes de inversión solicitados por los inversores más profesionales, para acceder más adelante a fondos proporcionados por el capital riesgo (Berger y Udell 1998). Estos argumentos son consistentes con la teoría del *ciclo de vida de la financiación*, que sugiere que la fuente de financiación disponible para una em-

presa varía a lo largo del ciclo de vida del negocio como resultado de la evolución de la información asimétrica, la escala, la demanda de fondos y la composición de sus activos (Cassar 2004).

La situación de España dentro del contexto internacional ha puesto de manifiesto que este papel clave del inversor informal cercano al emprendedor es aún mayor en el caso español, en el que los mercados profesionales de capital privado están menos desarrollados que en otros países de su entorno más cercano. Como posibles causas de esta *menor profesionalidad* estarían, en primer lugar, diferencias debidas a factores culturales, que se refieren a la mayor importancia de los lazos familiares en culturas como la española, así como también a factores institucionales que se refieren, sobre todo, al papel predominante que, en el caso español, juega la financiación bancaria frente a otros países con mayor tradición en el desarrollo de los mercados de capitales (por ejemplo, Reino Unido).

Los resultados obtenidos en este capítulo en relación a las diferentes rentabilidades esperadas por los inversores informales en función de su relación con el emprendedor, han puesto de manifiesto que el inversor del entorno cercano se guía más por criterios altruistas que por expectativas de obtención de elevados rendimientos. Esta afirmación queda demostrada por el hecho de que un porcentaje muy elevado de inversores informales que pertenecen a ese entorno cercano, sobre todo al familiar, invierte a *fondo perdido*, pues no espera ningún rendimiento de la inversión realizada o, en todo caso, espera rendimientos inferiores al que exigen los inversores profesionales. Es decir que, para el emprendedor, estos inversores actúan como verdaderos *ángeles*, pues su inversión, que en muchas ocasiones tiene el carácter de donación, le permite acceder a unos fondos que, de otra forma, no podría obtener. Asimismo, se trata de un *capital paciente* que no exige rentabilidades en el corto plazo, por lo que le otorga unos períodos de recuperación de la inversión más largos. Sin embargo, la otra cara de la moneda implica que, al no contar con inversores exigentes, los negocios que se crean suelen tener menor vocación de expansión y crecimiento y ser menos eficientes.

Esta menor profesionalidad de las fuentes de financiación externas disponibles para la creación de nuevas empresas puede te-

ner importantes implicaciones a la hora de determinar tanto la dimensión como las expectativas de crecimiento de las empresas creadas. Diversos estudios reconocen la importancia económica de la financiación de empresas a través de *business angels* y/o capital riesgo formal (Bygrave y Timmons 1992, Mason y Harrison 2002a). Los mayores requisitos establecidos por ambos tipos de inversores, así como su participación, en la mayoría de los casos, en la gestión de la empresa, contribuyen al crecimiento y desarrollo de ésta, hasta el punto que se ha demostrado que las empresas que reciben este tipo de financiación crecen más rápido y con mayores productividades (Gompers y Lerner 1999).

Así pues, es necesario potenciar el desarrollo de los mercados de fondos privados profesionales. A pesar del retroceso en España de este segmento, existen datos que permiten apuntar cierto optimismo en este sentido. En el caso de los *business angels*, en los últimos años estamos asistiendo a la proliferación de redes profesionales de inversores, así como de escuelas de formación, que contribuyen a superar las barreras a la inversión detectadas, reduciendo los costes de búsqueda al poner en contacto inversores y emprendedores, así como parte del riesgo de la operación al disminuir la información asimétrica existente entre ambos. En el caso del capital riesgo formal, según los datos del barómetro del capital riesgo elaborado por la ASCRI, para el año 2005 los fondos aportados para las etapas iniciales se incrementaron un 64,2% con respecto al año anterior, alcanzando un volumen de 186 millones de euros y representado el 46% del total de operaciones registradas por el sector.

A pesar de estas tendencias favorables, los resultados demuestran que, hoy por hoy, en España, aparte del propio emprendedor, quienes están asumiendo el *riesgo* asociado a la inversión en capital que se destina a empresas en fases iniciales, y que se derivaría del hecho de que el capital semilla se dirige muchas veces a intangibles (un simple proyecto, una simple idea), no son las grandes empresas de capital riesgo ni las redes de inversores profesionales, sino las entidades financieras y el círculo personal cercano al emprendedor. Por tanto, y aunque la actividad de los primeros es importante, son los segundos quienes realmente están contribuyendo de forma fundamental a la generación de riqueza

y empleo que, sin duda, supone la creación de nuevas empresas en cualquier país. Este papel fundamental de la actividad emprendedora en la economía es ciertamente reconocido por las instituciones públicas, quienes, tal y como han demostrado con los datos analizados, están asumiendo un papel cada vez más activo en la canalización de fondos hacia nuevas iniciativas empresariales.

Bibliografía

- ALDRICH, C. y M. FIOLE. «Fools Rush in? The Institutional Context of Industry Creation». *Academy of Management Review* 19 n.º 4 (1994): 645-670.
- BERGER, A. N. y G. F. UDELL. «The Economics of Small Business Finance: The Roles of Private Equity and Debt Markets in the Financial Growth Cycle». *Journal of Banking and Finance* 22 (1998): 613-673.
- BYGRAVE, W. D. y J. TIMMONS. *Venture Capital at Crossroads*. Cambridge, MA: Harvard Business School Press, 1992.
- BYGRAVE, W. D. y S. HUNT. *GEM 2004 Financing Report*. Informe en <http://www.gem-consortium.org>, 2005.
- CASSAR, G.. «The Financing of Business Start-ups». *Journal of Business Venturing* 19 (2004): 261-284.
- COVENEY, P. y K. MOORE. *Business Angels: Securing Start up Finance*. Chichester: John Wiley & Sons, 1998.
- DE LA VEGA, I., A. CODURAS, C. CRUZ y R. JUSTO. *Informe Global Entrepreneurship Monitor*. En <http://www.gemconsortium.org>, 2005.
- FREEAR, J., J. SOHL y W. WETZEL «Angels and Non-Angels are There Differences?». *Journal of Business Venturing* 9 (1994): 109-123.
- GOMPERS, P. y J. LERNER. *The Venture Capital Cycle*. Cambridge: MIT Press, 1999.
- HARRIS, M. y A. RAVIS. «The Theory of Capital Structure». *Journal of Finance* 46 (1991): 297-355.
- HOLMES, S. y P. KENT. «An Empirical Analysis of the Financial Structure of Small and Large Australian Manufacturing Enterprises». *The Journal of Small Business Finance* 1 n.º 2 (1991): 141-154.
- KUTSUNA, K. y H. NOBUYUKI. «Small Business Owner-Managers as Latent Informal Investors in Japan: Evidence from a Country with a Bank-Based Financial System». *Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance* 6 n.º 4 (2004): 283-311.
- MARTÍ PELLÓN, J. «El capital riesgo en España». En <http://www.webcapitalriesgo.com>. ASCRI. Web Capital Riesgo, primer semestre 2005.
- MASON, C. M. y R. T. HARRISON. «International Perspectives on the Supply of Informal Venture Capital». *Journal of Business Venturing* 7 (1992): 459-475.
- . «Informal Venture Capital: A Study of the Investment Processes, the Post Investment Experience and Investment Performance». *Entrepreneurship and Regional Development* 8 (1996): 105-125.
- . «Venture Capital Market Complementarities: The Links Between Business Angels and Venture Capital Funds in the UK». *Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance* (2000a): 223-242.

- «Informal Venture Capital and the Financing of Emergent Growth Businesses». En SEXTON, D. y H. LANDSTRÖM, eds. *Handbook of Entrepreneurship*. Oxford: Blackwell Publishers, 2000b.
- «Is It Worth It? The Rates of Return From Informal Venture Capital Investments». *Journal of Business Venturing* 17 n.º 3 (2002a): 211-236.
- «Barriers to Investment in the Informal Venture Capital Sector». *Entrepreneurship y Regional Development* 14 (2002b): 271-287.
- MYERS, S. C. y N. MAJLUF. «Corporate Financing and Investment Decisions, "When Firms Have Information Investors Do Not Have"». *Journal of Financial Economics* 13 (1984): 187-221.
- SORHEIM R. y H. LANDSTROM. «Informal Investors. A Categorisation with Policy Implications». *Entrepreneurship and Regional Development* 13 (2001): 351-370.
- STEVENSON, H. y P. COVENEY. *Fallacies Corrected and Six Distinct Types of Angels Identified*. Oxford: Venture Capital Report, 1994.
- STIGLITZ, J. y A. WEISS. «Credit Rationing in Markets with Imperfect Information». *American Economic Review* 71 (1981): 393-410.
- WETZEL, W. E. «Technovation and the Informal Investor». *Technovation* 1 (1981): 15-30.
- «Angels and Informal Risk Capital». *Sloan Management Review* 24 (1983): 23-34.

7. La mujer emprendedora

Rachida Justo

Instituto de Empresa Business School

7.1. La actividad emprendedora femenina en España desde una perspectiva internacional

Tratar de ofrecer una explicación al patrón de actividad emprendedora desarrollada por la mujer supone uno de los objetivos más importantes en el campo de la investigación relacionada con la creación de empresas. En un contexto en el que la mujer española cuenta ya con una amplia representación dentro del colectivo emprendedor, entender en qué se traduce su participación en términos de objetivos, estilos de gestión y tipo de empresas, se convierte en un elemento fundamental para estimar su contribución a la economía y al desarrollo del país.

Siguiendo este objetivo, nos basamos en los datos del Proyecto GEM para identificar algunos patrones estables de la actividad emprendedora femenina, así como algunas evoluciones interesantes que se examinan a continuación.

El examen de la situación de España en el contexto internacional en función del TEA femenino (v. gráfico 7.1) muestra una posición moderada de nuestro país, con un índice de actividad del 4,15 para el año 2005.

No obstante, este índice, analizado con respecto al TEA masculino, que alcanza un 7,17, sitúa a España en una posición relativamente equilibrada desde una perspectiva de género con respecto a otros países como Noruega o Canadá, donde la disparidad hombre/mujer es muy elevada.

Así, el gráfico 7.2 revela que la ratio mujer/hombre del TEA español para este año es de 0,58, colocando a España en la novena mejor posición de los países de la OCDE y la quinta de la Unión

Europea, muy por encima de países tradicionalmente conocidos por su sistema igualitario como son Dinamarca y Países Bajos.

GRÁFICO 7.1: TEAmujer y TEA hombre en el contexto internacional

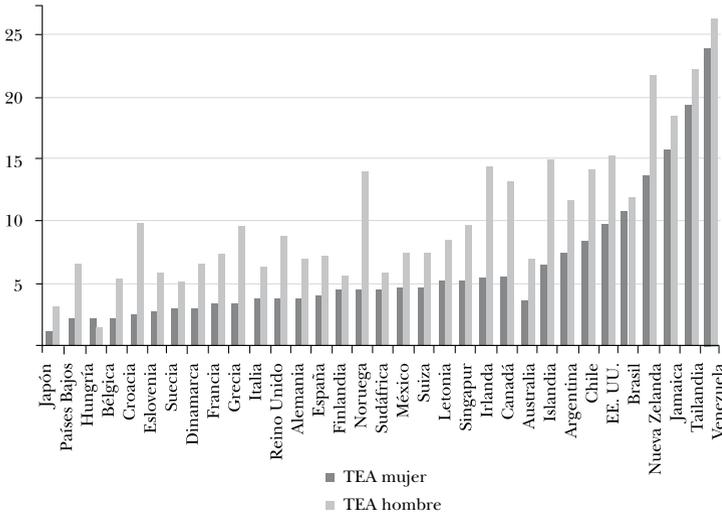
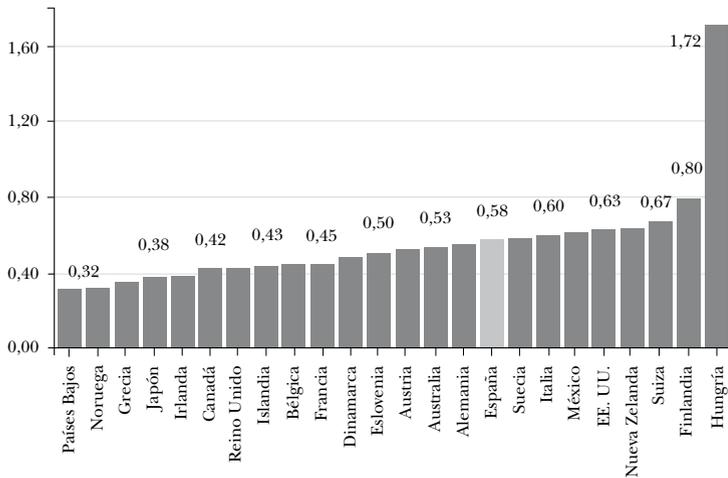


GRÁFICO 7.2: Ratio mujer/hombre en el contexto europeo y de la OCDE



Por otra parte, y en relación con los años anteriores, en España la ratio mujer/hombre para el TEA ha experimentado un

aumento sustancial durante el año 2005, incrementándose en casi el 50% en este último año. Este resultado, a primera vista sorprendente, encuentra su explicación en la relación que existe entre el TEA total y el TEA femenino. El estudio GEM (véase, por ejemplo, Justo, Cruz, De Castro y Coduras 2002, 36) parece indicar que un descenso en el ritmo de creación de empresas afecta de forma mucho más acusada a la actividad emprendedora femenina que a la masculina. En efecto, el cuadro 7.1 indica que, durante el año 2002, una disminución del 41% en el TEA se había traducido en una caída del 50% del TEA femenino contra sólo un 10% para el masculino. Del mismo modo, la recuperación económica del año 2003, reflejada en un incremento del 47% del TEA total en España, había beneficiado especialmente al colectivo femenino, con un aumento de su TEA de un orden del 58%. Durante el año 2005, el TEA femenino y el TEA masculino parecen tomar sendas aún más dispares, ya que la ligera mejora del TEA nacional (un 10%) es copada en su totalidad por las mujeres. El resultado final es una ratio mucho más equilibrada que la registrada en años anteriores, y casi equivalente a la de la media del GEM, que alcanza un 0,59.

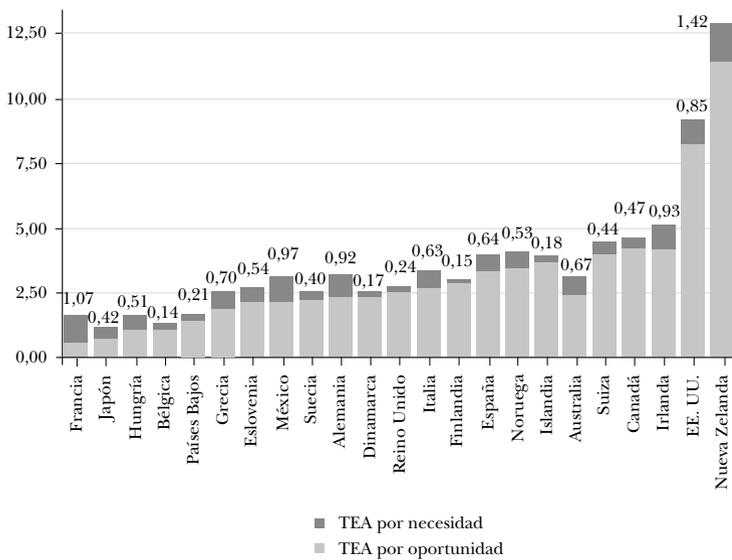
CUADRO 7.1: Evolución histórica del TEA femenino en España

| Año | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | | | | |
|------------------------------------|------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------|-----|------|-----|
| | | Δ porcentaje | Δ porcentaje | Δ porcentaje | Δ porcentaje | | | | |
| TEA | 7,78 | 4,59 | -41 | 6,77 | +47 | 5,15 | -24 | 5,65 | +10 |
| TEA mujer | 5,19 | 2,58 | -50 | 4,07 | +58 | 2,91 | -29 | 4,15 | +43 |
| TEA hombre | 7,35 | 6,59 | -10 | 9,46 | +43 | 7,38 | -21 | 7,17 | -3 |
| Ratios TEA mujer/TEA hombre | | | | | | | | | |
| Ratio para España | 0,71 | 0,39 | 0,43 | 0,39 | 0,58 | | | | |
| Media GEM de la ratio | 0,51 | 0,52 | 0,55 | 0,55 | 0,59 | | | | |

Por tanto, se puede decir que la actividad emprendedora femenina en España, aunque lejos de alcanzar la paridad con la del hombre, goza de una mejora constante y sostenida. Sin embargo, es importante resaltar que la evaluación de la participación de la

mujer española en la actividad emprendedora no ha de realizarse exclusivamente sobre la base de la proporción relativa de mujeres emprendedoras, sino que también es importante analizar el tipo de actividad desarrollada, es decir, si está dirigida al autoempleo o si también contempla la creación de valor y el aprovechamiento de oportunidades. Así, el gráfico 7.3 indica que las emprendedoras españolas lo hacen en más de un 80% de los casos para aprovechar una oportunidad (TEA por necesidad 0,64 y TEA por oportunidad 3,41), lo cual es un dato optimista.

GRÁFICO 7.3: Comparación internacional del TEA femenino por necesidad y oportunidad



7.2. El apoyo institucional a la mujer emprendedora

En términos generales, no existen diferencias notorias en cuanto al género de las personas que se benefician de asesoramiento público o privado a la hora de crear una empresa. Nuestro estudio demuestra que su uso sigue siendo marginal tanto en el caso de las mujeres como en el de los hombres, con un porcentaje de emprendedores que recurre a estos servicios que oscila entre un 1% y un 19%.

Un análisis en profundidad del comportamiento de las mujeres y hombres emprendedores en España refleja, no obstante, algunas diferencias. Así, el cuadro 7.2 indica que las mujeres emprendedoras reciben asesoramiento empresarial en menor medida que los hombres. Estas disparidades, aunque significativas, son en general mínimas (en promedio, dos puntos porcentuales), siendo algo más importante cuando la entidad proveedora de este servicio es una universidad, una consultora o una empresa de servicio.

CUADRO 7.2: Porcentaje de uso de asesoramiento en creación de empresas en función del género
(porcentaje)

| Tipo de institución | Mujer | Hombre |
|--------------------------------------|-------|--------|
| Instituciones y organismos estatales | 19 | 19 |
| Consejería de su comunidad | 13 | 14 |
| Cámara de comercio | 13 | 14 |
| Universidad | 5 | 9 |
| Parque científico y tecnológico | 1 | 3 |
| Asociaciones empresariales | 9 | 10 |
| Ayuntamiento | 11 | 12 |
| Cajas de ahorro | 13 | 15 |
| Bancos | 15 | 16 |
| Entidades de capital riesgo | 3 | 4 |
| Consultoras | 7 | 9 |
| Empresas de servicios | 6 | 8 |

El análisis de las diferencias de género cobra algo más de relevancia cuando se estudia el tipo de asesoramiento recibido por parte del emprendedor. Según se refleja en el cuadro 7.3, los emprendedores reciben más asesoramiento que las mujeres en materias tan cruciales para la creación y supervivencia de un negocio como son los trámites administrativos y jurídicos, la financiación o la investigación y el desarrollo.

En conclusión, podemos decir que no existen diferencias importantes en España en cuanto al uso de ayudas y asesoramiento

institucional público y privado por parte de las mujeres y hombres emprendedores. Estas similitudes pueden explicarse por la multiplicación y el constante desarrollo, en las últimas décadas, de programas encaminados a mejorar la participación de la mujer en el conjunto de los emprendedores (Belso Martínez 2003), tal y como se desprende del plan de acción de la Unión Europea y de los planes nacionales y regionales en España para la igualdad de género.

CUADRO 7.3: Porcentaje del tipo de asesoramiento recibido en función del género

(porcentaje)

| Tipo de institución | Mujer | Hombre |
|--|-------|--------|
| Orientación y análisis de la idea empresarial | 15 | 16 |
| Elaboración del plan de empresa | 14 | 16 |
| Proceso de constitución y trámites administrativos | 17 | 22 |
| Financiación | 20 | 24 |
| Ayuda o subvenciones públicas | 12 | 15 |
| Análisis de mercado y producto | 8 | 9 |
| Asesoramiento jurídico | 16 | 22 |
| Servicios I+D+i | 3 | 7 |
| Asesoramiento | 8 | 9 |
| Formación | 12 | 16 |

Es preciso resaltar, no obstante, que existe un debate, todavía sin resolver, sobre la utilidad de los programas de apoyo a la creación de empresas específicamente dirigido a mujeres y el contenido idóneo que han de tener. En el caso de España, por ejemplo, Lamolla (2005) indica en su estudio que gran parte de los programas de formación y fomento a la actividad emprendedora femenina tienen como enfoque principal el autoempleo y están, por tanto, dirigidos a aquellos estratos de la población femenina con menos formación y experiencia laboral. Pese a su importancia, este tipo de ayudas adolece de un sesgo hacia la mujer que emprende única y exclusivamente por necesidad. Ahora bien, nuestro estudio demuestra que, al igual que los hombres, las mujeres españolas emprenden para aprovechar una oportunidad de

negocio en más del 80% de los casos. Sería por tanto interesante reflexionar sobre la necesidad de ayudas dirigidas a otros sectores del colectivo emprendedor femenino como son las empresas con alto potencial de crecimiento.

7.3. El género y los determinantes psicológicos y sociales de la actividad emprendedora

En esta sección se incorporan en el análisis de género unos elementos de decisión de índole psicológica y social, de los que depende el comportamiento emprendedor. La propensión de un individuo a correr el riesgo de crear una empresa depende, en efecto, de un conjunto de percepciones subjetivas que éste se forma sobre la actividad emprendedora (Arenius y Minniti 2005). El examen de estos factores en el caso español y en función del género arroja algunos resultados interesantes que se detallan a continuación.

7.3.1. El temor al fracaso

No cabe duda de que el temor al fracaso es una barrera psicológica importante que frena a muchos emprendedores potenciales. En España, el peso del estigma social de *fracasado* tiene, no obstante, un impacto diferente en función del género. Si bien las mujeres parecen en general más temerosas que los hombres, y se declaran particularmente sensibles a este factor psicológico, esta diferencia es más notoria en la población adulta no emprendedora con un 51% de mujeres que considera el miedo al fracaso como un freno personal a la creación de empresas contra sólo un 46% de hombres en la misma situación. En cambio, dentro del colectivo emprendedor, estas diferencias sólo alcanzan un punto porcentual (el 27% de las mujeres contra un 26% de los hombres).

Existen varias posibles explicaciones a estas diferencias. En primer lugar, y en relación con la población adulta en general, los estudiosos en creación de empresas han argumentado de forma recurrente que las mujeres creaban relativamente pocas empresas por tener una mayor aversión al riesgo que los hombres (véase, por ejemplo, Sexton y Bowman-Upton 1986). En este sen-

tido, la elevada representación femenina en el grupo de los que temen al fracaso podría ser el reflejo de esta aversión.

No obstante, en el caso español, esta tendencia disminuye cuando se analiza la población emprendedora. Una vez superada la predisposición inicial a rechazar la incertidumbre inherente a la creación de un negocio propio, las mujeres emprendedoras tenderían entonces a arrojar actitudes diferentes del resto de las mujeres y más propias de un emprendedor. Tal y como aducen Starr y Yudkin (1996), los emprendedores a menudo deben desviarse de las normas sociales imperantes para lanzar su negocio. Resulta por tanto posible que en el caso de las mujeres, que a veces han de superar barreras sociales añadidas, éstas ostenten características psicológicas sustancialmente distintas a las de las mujeres y más parecidas a las de sus compañeros emprendedores.

7.3.2. Habilidades y conocimientos para la creación de empresas

Una de las diferencias más importantes entre las mujeres y hombres emprendedores, y que ha sido probada repetidamente en la mayoría de los estudios existentes sobre el tema, radica en la formación y las habilidades para la creación de empresas. Así, si los niveles de educación, y especialmente en países desarrollados como España, no parecen diferir sustancialmente entre hombres y mujeres emprendedoras, sí existen diferencias en cuanto al tipo de formación recibida. Varias investigaciones (Honing-Haftel y Martín 1986; Brush 1992) indican, por ejemplo, que las emprendedoras suelen poseer diplomas en humanidades mientras que la formación académica cursada por los emprendedores tiende a estar enfocada en conocimientos más aplicables a la gestión y creación de un negocio como es la administración de empresas, la ingeniería u otras disciplinas técnicas. Esta diferencia repercute a su vez en el tipo de experiencia profesional previa a la creación de empresas. También en este aspecto las mujeres emprendedoras están en clara desventaja con respecto a sus homólogos masculinos, que poseen en promedio más años de experiencia laboral (Boden y Nucci 2000), y han desempeñado en mayor medida puestos directivos (Srinivasan, Wood y Cooper 1994).

La situación de las emprendedoras españolas no es, en este sentido, distinta a la descrita en los estudios aquí mencionados. Tal y

como se muestra en el cuadro 7.4, el porcentaje de mujeres adultas encuestadas que declararon poseer las habilidades y los conocimientos necesarios para crear empresas (un 45% de las no-emprendedoras y un 86% de las emprendedoras) es sistemáticamente inferior al de los hombres (un 48% de los no emprendedores y un 90% de los emprendedores). Es preciso mencionar, no obstante, que estas diferencias pueden atribuirse, por lo menos en parte, no sólo a diferencias reales sino también a diferentes *percepciones* de la capacidad propia para emprender. Algunos estudios han demostrado, por ejemplo, que una de las barreras más significativas a la actividad emprendedora femenina radicaba en la percepción negativa que tenían las mujeres de sí mismas (por ejemplo, Shragg, Yacuk y Glass 1992).

CUADRO 7.4: Comparación de los factores psicosociales en función del género
(porcentaje)

| | Emprendedores | | No emprendedores | |
|---|---------------|--------|------------------|--------|
| | Mujer | Hombre | Mujer | Hombre |
| El temor al fracaso le frena a crear empresas | 27 | 26 | 51 | 46 |
| Tiene habilidades para la creación de empresas | 86 | 90 | 45 | 48 |
| Conoce a un emprendedor | 48 | 59 | 26 | 40 |
| Percibe oportunidades empresariales en su zona | 45 | 55 | 35 | 37 |

7.3.3. Conocer a un emprendedor

Indudablemente, el hecho de conocer un emprendedor tiene una influencia positiva sobre la propensión emprendedora de un individuo. El emprendedor ejerce a menudo como un modelo (conocido como *role model* en inglés) en su entorno cercano, y los que le rodean suelen tener una mejor percepción de auto-eficacia en temas relacionados con la creación de empresas (Baron 2000), al reducirse la ambigüedad y la incertidumbre sujeta a este tema. Por otra parte, la presencia de un emprendedor en la red social de un individuo genera en este último mayor confianza propia en

su capacidad para la actividad emprendedora, mediante la proporción continua de consejo y apoyo (Aldrich 1999).

En su estudio de la actividad emprendedora en 34 países del GEM, Minniti, Arenius y Langowitz (2004) demostraron la existencia de una relación positiva entre el porcentaje de mujeres que conocían a un emprendedor y la tasa de actividad emprendedora femenina. En el caso de España, la falta de modelos a seguir que estimulen a las mujeres a crear un negocio puede explicar en parte la todavía moderada tasa de actividad emprendedora femenina. Nuestros datos indican, en efecto, que las mujeres españolas parecen disponer de una red de relaciones menos enfocada a la actividad emprendedora que los hombres. Así, sólo un 48% de las emprendedoras y un 26% de las no-emprendedoras declararon conocer en su entorno cercano a un emprendedor, contra un 59% y 40% de los hombres respectivamente.

Si bien la relación entre género, redes sociales y actividad emprendedora no ha sido suficientemente investigada, la mayoría de los estudios existentes aducen que el género tiene más influencia sobre el uso que el emprendedor da a estas redes para mejorar las probabilidades de éxito de una empresa que sobre su composición (Carter 2001). Este resultado apunta a la necesidad de fomentar no sólo la difusión de modelos de mujeres emprendedoras en España, sino también la participación activa de las mujeres emprendedoras en redes asociativas públicas y privadas de promoción empresarial.

7.3.4. Percepción de oportunidades para la creación de empresas

Los resultados de nuestro estudio indican que las mujeres españolas, tanto si son emprendedoras como si no, perciben menos oportunidades para la creación de empresas que los hombres (v. cuadro 7.4). Este dato refleja la posible desventaja en la que se encuentran las mujeres en cuanto a formación específica en creación de empresas, lo cual influye en una menor capacidad para detectar posibles oportunidades de negocios. Asimismo, cabe suponer que una percepción negativa por parte de las mujeres de sus habilidades para la creación de empresas, incida en una menor receptividad hacia las oportunidades existentes. No obstante, será necesario testar estas suposiciones empíricamente para asegurarse de las posibles causas explicativas de las diferencias entre hombres y mujeres en cuanto a percepción de oportunidades.

7.4. Conclusiones

Los estudios sobre la figura de la mujer emprendedora y sobre las particularidades del proceso de creación de empresas por parte de las mujeres han proliferado desde finales de la década de los ochenta, y son la causa de este interés el nítido aumento del número de empresas creadas por el colectivo femenino, y la visibilidad de su impacto económico. Esta realidad ha impulsado la multiplicación de ayudas y programas de apoyo a las emprendedoras en España, con el objetivo de ayudarlas a sobrellevar algunas de las barreras a las que se enfrentan.

Una práctica frecuente tanto entre los académicos como entre los agentes privados y políticos interesados en la creación de empresas ha sido el hablar en términos genéricos de *la mujer emprendedora*. Esto refleja una visión generalizada de que las mujeres emprendedoras representan un grupo homogéneo con determinadas características claramente diferenciadas de los emprendedores masculinos, justificando, por tanto, medidas genéricas encaminadas a fomentar la actividad emprendedora femenina, sin contemplar las necesidades o problemas específicos que pueden experimentar distintos tipos de mujeres emprendedoras.

Sin embargo, la población emprendedora española viene experimentando desde hace algunos años una diversificación creciente, basada tanto en el perfil de la emprendedora en cuestión como en el tipo de empresa creada. Así, la emprendedora española puede responder a una multitud de perfiles: por un lado, se encuentra la ejecutiva que, al no poder romper el *techo de cristal* en la empresa para la que trabaja, opta por la libertad y la motivación personal que le proporciona el lanzar una iniciativa empresarial. Este tipo de emprendedora tiende a crear una empresa con alto potencial de crecimiento y los obstáculos a los que se enfrenta son a menudo diferentes de los que conoce una emprendedora que ha creado un pequeño negocio con el objetivo de salir del desempleo.

Asimismo, un estudio reciente (Justo, Cruz, De Castro y Coduras 2005) sugiere que las motivaciones, expectativas y necesidades de las emprendedoras varían sustancialmente en función de la etapa personal en las que éstas se encuentran, estando las jóvenes solteras mucho más orientadas hacia los objetivos financieros que las madres

con hijos menores, cuyas expectativas suelen centrarse más en la flexibilidad laboral y la autonomía. Una de las principales recomendaciones que se desprenden de nuestro análisis es, por tanto, el de adaptar las medidas gubernamentales de apoyo a cada tipo de emprendedora para así conseguir una máxima eficacia de las mismas.

Bibliografía

- ALDRICH, H. *Organizations Evolving*. Londres: Sage Publications, 1999.
- ARENUS, P. y M. MINNITI. «Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship». *Small Business Economics* 24 (2005): 233-247.
- BARON, R. «Psychological Perspectives on Entrepreneurship: Cognitive and Social Factors in Entrepreneurs Success». *Current Directions in Psychological Science* 9 (2000): 15-19.
- BELSO MARTÍNEZ, J. A. «Discriminación de género y fomento de nuevas empresas. Conclusiones a partir de un análisis multivariante sobre las pymes valencianas de reciente creación». *Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales* 41 (2003): 15-38.
- BODEN JR., R. J. y A. R. NUCCI. «On the Survival Prospects of Men's and Women's New Business Ventures». *Journal of Business Venturing* 15 (2000): 347-362.
- BRUSH, C. G. «Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions». *Entrepreneurship Theory and Practice* 16 (1992): 5-31.
- CARTER, S., S. ANDERSON y E. SHAW. *Women's Business Ownership: A Review of The Academic Popular and Internet Literature*. Londres: Small Business Service, 2001.
- HONING-HAFTEL, S. y L. MARTIN. «Is the Female Entrepreneur at a Disadvantage?». *Thrust: The Journal for Employment and Training Professionals* 7 (1986).
- JUSTO, R., C. CRUZ, J. DE CASTRO y A. CODURAS. «Entrepreneur's Perception of Success: Is There Really a Gender Divide?». RENT XIX Conference-Research in Entrepreneurship and Small Business. Nápoles (noviembre 2005): 17-18.
- LAMOLLA, L. «Ten Year's Experience of Local Policies for Female Entrepreneurs in Spain». RENT Conference XIX, Nápoles (noviembre 2005): 17-18.
- MINNITI, M., P. ARENIUS y N. LANGOWITZ. *GEM 2004 Report on Women and Entrepreneurship*. The Centre for Women's Leadership. Wellesley: Babson College, 2004.
- SEXTON, D. L. y N. B. BOWMAN-UPTON (1986). «Validation of a Personality Index: Comparative Psychological Characteristics Analysis of Female Entrepreneurs, Managers, Entrepreneurship Students and Business Students». En R. RONSTADT, J. A. HORNADAY, R. PETERSON y K. H. VESPER, eds. *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 40-51). Boston, MA: Babson College, 1986.
- . «Female and Male Entrepreneurs: Psychological Characteristics and Their Role in Gender-Related Discrimination». *Journal of Business Venturing* 5 (1990): 29-36.
- SHRAGG, P., L. YACUK y A. GLASS. «Study of Barriers Facing Albertan Women in Business». *Journal of Small Business and Entrepreneurship* 9 n.º 4 (1992): 40-49.
- SRINIVASAN, R. C., Y. WOOD y A. C. COOPER. «Performance Determinants for Male and Female Entrepreneurs». *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Boston, MA: Babson College, 1994.
- STARR, J. y M. YUDKIN. *Women Entrepreneur's: A Review of Current Research*. Wellesley: Center for Research on Women, 1996.

8. Los determinantes del fracaso empresarial

Rachida Justo

Instituto de Empresa Business School

8.1. Introducción

Cochran (1981, 50) afirmó: «Como el tiempo, los pequeños negocios son objeto de muchas discusiones [...] pero, a diferencia del tiempo [...] hay [...] escasez de información oportuna, fiable y relevante sobre las tasas de fracaso de estos negocios». Aunque se han hecho enormes progresos desde entonces, la crítica de Cochran, extendida por algunos investigadores a los determinantes del fracaso empresarial y a las características de las empresas correspondientes, es aún válida.

La falta de información sobre el alcance del fracaso de los pequeños negocios es sorprendente, dado el importante papel que juegan estas empresas en la economía mundial. Comprender el proceso que influye en el fracaso de las pequeñas empresas —y en su éxito— tiene, además, tremendas implicaciones para los clientes, proveedores, empleados y propietarios y, por tanto, para la estabilidad y salud de la compañía y la sociedad en general. Además, desde el punto de vista de la investigación, analizar cuidadosamente el fracaso en lugar de centrarse sólo en el éxito puede proporcionar a los estudiosos conocimientos adicionales de gran valor sobre el proceso de creación. Tal y como afirma McGrath (1999): «Una razón por la que el fracaso ofrece beneficios es porque a menudo es más fácil señalar por qué ha ocurrido un fracaso que explicar un éxito, lo que hace del análisis del fracaso un poderoso mecanismo para resolver la incertidumbre».

Existe un interés creciente, en el ámbito gubernamental y académico, en identificar los factores asociados al desempeño y supervivencia de las pequeñas empresas. Numerosas agencias públi-

cas y privadas toman parte en intentos de ayudar a los pequeños negocios a tener éxito, y los responsables de la elaboración de las políticas parecen cada vez más preocupados por la necesidad de comprender las pautas del fracaso de las pequeñas empresas y hacer algo al respecto. Sin embargo, todavía hay mucho que hacer para que estos esfuerzos tengan un éxito definitivo.

Este capítulo, que tiene como principal objetivo el contribuir a profundizar el conocimiento sobre el fracaso de las nuevas y pequeñas iniciativas empresariales, se estructura en tres partes. Sobre la base de una revisión pormenorizada de la literatura existente sobre el tema procederemos, en primer lugar, a definir los conceptos relacionados con el fracaso empresarial. El repaso bibliográfico nos servirá, en segundo lugar, para determinar los factores que han sido identificados como responsables del fracaso de las nuevas y pequeñas empresas. Al desarrollar ambas secciones, trataremos además de resaltar aquellos aspectos que necesitan de mejoras para poder lograr una mejor comprensión de este fenómeno. Finalmente, y para completar la visión conceptual ofrecida, se presentará una perspectiva empírica basada en el análisis de la situación de España respecto al cierre y fracaso de iniciativas emprendedoras.

8.2. Definición del ámbito del fracaso empresarial

El fracaso empresarial se ha considerado siempre como una terminología vaga por los distintos grados en los que se puede considerar que una empresa ha fracasado. Lo confuso de este concepto, junto con la escasez de fuentes de datos fiables, ha contribuido a la falta de conocimiento académico consistente sobre el alcance y las causas del fracaso empresarial.

8.2.1. Conceptos y definiciones

Muy pronto los investigadores advirtieron que el principal motivo de confusión sobre las tasas y los determinantes del fracaso empresarial era la multitud de definiciones y medidas contrapuestas sobre el concepto de fracaso (Cochran 1981). La falta de acuerdo entre las disciplinas sobre lo que implica este

fenómeno ha provocado la utilización de distintos términos en la literatura: mortalidad, salida, discontinuidad, bancarrota, declive y fracaso.¹

En el caso particular de las pequeñas empresas, este problema se refuerza por la ausencia de requisitos de formalización, lo que hace difícil, sino imposible, obtener suficiente información fiable para medir su desempeño económico. Como consecuencia, la mayoría de los estudios han confiado en medidas sucedáneas del fracaso, es decir, en aquellas para las que había datos fiables.

Las definiciones utilizadas para describir el fracaso de las pequeñas y medianas empresas pueden reagruparse bajo cuatro títulos, cada uno con sus pros y sus contras, y que detallamos a continuación. La figura 8.1 ilustra cómo cada definición de fracaso se relaciona con definiciones alternativas y permite una comparación global entre ellas.

8.2.1.1. *El fracaso como discontinuidad del negocio por cualquier razón*

Algunos estudios de mortalidad empresarial han utilizado la amplia categoría de discontinuidad o muerte, generalmente definida como el fin de las operaciones por cualquier razón. Mientras algunos investigadores incluyen como discontinuidad cualquier cambio en la propiedad o cierre, refiriéndose a la *discontinuidad de la propiedad* (Stewart y Gallagher 1986; Williams 1993), otros registran una discontinuidad sólo cuando el negocio deja de operar, una situación a la que se refieren como *discontinuidad del negocio* (Bates 2004; Stanworth 1995).

Ambas definiciones presentan el inconveniente de ser demasiado amplias, incluyendo a negocios que no han fracasado, como los

¹ En esta revisión, excluimos la literatura sobre disminución de tamaño o de personal (concepto conocido en inglés como *retrenchment*), porque creemos que, aunque podrían ser provocadas por el fracaso, no deberían conceptualizarse como tal. Además, la reducción de tamaño se ha institucionalizado recientemente entre las grandes empresas como una herramienta estratégica efectiva que los gerentes utilizan, bien para responder al declive organizacional, bien como un medio para reforzar la rentabilidad corporativa durante períodos de crecimiento. Además, cuando se usa como respuesta al declive organizacional, la reducción de la fuerza de trabajo podría verse como una respuesta a esta situación y no como el fenómeno del declive en sí mismo. De hecho, las empresas pueden a veces invertir el declive reduciendo su personal.

que cierran por jubilación o enfermedad del propietario, o los que han sido vendidos con beneficios. Etiquetar cualquier negocio que cierra como fracasado puede, por tanto, ser inapropiado.

8.2.1.2. *El fracaso como bancarrota/pérdidas para los acreedores*

Tal vez la forma más restringida de concebir el fracaso es identificándolo con la bancarrota formal. Aunque los archivos de bancarrotas proporcionan un registro público de la desaparición de una firma y los estudios que usan las *proxies* bancarrota/pérdidas para los acreedores son razonablemente homogéneos en cuanto a la definición del fracaso, esta definición parece tener una aplicación demasiado limitada. En efecto, los archivos de bancarrota sólo reflejan una pequeña proporción de las firmas fallidas (por ejemplo, excluyen negocios que apenas llegan a cubrir los costes y que podrían verse razonablemente como negocios *fracasados*), no suelen proporcionar información separada sobre las pequeñas empresas y, además, las variaciones pueden esconder más cambios legales que diferencias en las tasas de mortalidad.

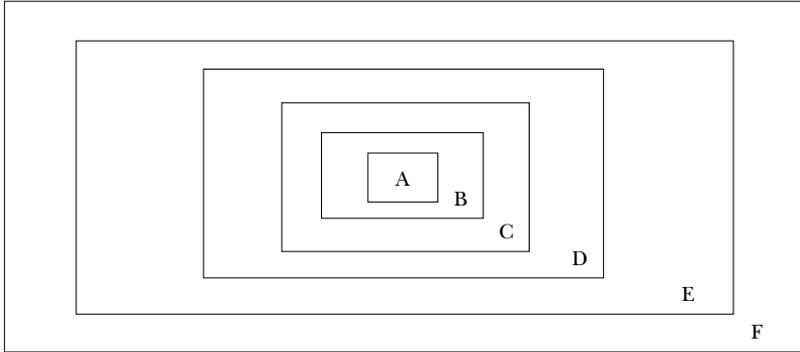
8.2.1.3. *El fracaso como cierre para prevenir futuras pérdidas*

Una definición que resulta razonable desde la perspectiva de la teoría económica, es aquella que incluye a los ceses de operaciones intencionados porque fracasan en ser competitivos con usos alternativos del capital y el trabajo. Esta definición, que reconoce que muchos negocios fallidos pueden anticipar su destino cerrando antes para evitar pérdidas ineludibles, no ha sido ampliamente utilizada, presumiblemente por la dificultad de obtener los datos apropiados.

8.2.1.4. *El fracaso como incapacidad de sacar el negocio adelante*

Cochran (1981) sugirió que el fracaso de un negocio debería significar incapacidad de «sacarlo adelante», tanto si las pérdidas afectan al capital propio o al de otra persona. Esta definición es más amplia que la que usa el criterio de recorte de pérdidas, en tanto que incluiría como fracasado cualquier negocio que no cumpliera los objetivos de su propietario. A pesar de su relevancia, el uso de este criterio ha sido limitado por la falta de datos apropiados y por la subjetividad potencial de los criterios de fracaso esgrimidos por el encuestado.

FIGURA 8.1: Definiciones de fracaso empresarial como subconjuntos de la mortalidad



A: Bancarrota.

B: Cierre con pérdidas para los acreedores (Dun & Bradstreet).

C: Cierre para evitar futuras pérdidas.

D: No haberlo «sacado adelante».

E: Fracayos como costes de oportunidad.

F: Discontinuidad (del negocio) o desapariciones.

Fuente: adaptado de Cochran, 1981.

8.2.2. El alcance del fracaso empresarial

Tal vez uno de los vacíos más importantes en las estadísticas gubernamentales de prácticamente todos los países ha sido la información sobre nacimiento y desaparición de nuevas empresas (Haswell y holmes 1989; De Castro et al. 1997). La mayoría de los investigadores interesados en estudiar el fracaso empresarial ha visto sus opciones drásticamente reducidas por la falta de accesibilidad a los datos ya que, una vez que un negocio ha dejado de funcionar, la información acerca del mismo se hace difícil de obtener. Mientras que esta situación puede darse en menor medida para grandes negocios, y particularmente para compañías que cotizan en bolsa, la escasez de información es casi sistemática para los pequeños negocios donde, normalmente, la mayoría del conocimiento reside en el propietario y desaparece con él.

Como consecuencia, los investigadores han utilizado varias fuentes de datos de dudosa fiabilidad, tales como la identificación

de firmas que son eliminadas de los registros de impuestos² (Ganguly 1985; Gaskill et al. 1993), archivos de empleo estatales, guías de teléfono —páginas blancas/páginas amarillas— (Hutchinson et al. 1938), miembros de cámaras de comercio locales (Brüderl et al. 1992), cuentas actuales de negocios (Kalleberg et al. 1990) y el examen de cuántas firmas de una muestra dada se mantienen después de un período de tiempo (Williams 1993). Sin embargo, la fuente de información más importante sobre fracaso empresarial,³ aunque limitada a Estados Unidos, sigue siendo la base de datos de Dun y Bradstreet.⁴ La naturaleza restrictiva de ésta y otras fuentes de datos está detrás, por tanto, de gran parte de los intentos de elaborar conocimiento sobre las tasas de mortalidad empresarial y de las cuestionables conclusiones sobre las características de las firmas fracasadas.

La extrapolación de resultados de una serie limitada de estudios ha impedido a los investigadores especializados en pequeñas empresas dar una indicación consistente de la situación general que existe en cuanto a fracaso empresarial. Además, la ausencia de una definición exacta o de evidencia estadística fiable sobre el tema ha provocado confusión sobre la amplitud de la mortalidad empresarial y ha favorecido la difusión de mitos y de informes sensacionalistas sobre el alcance del fracaso empresarial. De hecho, cuanto más amplia es la definición de fracaso, mayor es la propensión a encontrar tasas elevadas y, cuanto más limitada, menor. Watson y Everett (1996) muestran, por ejemplo, que, excepto cuando el fracaso es definido como discontinuidad en la propiedad, las tasas de fracaso no resultan tan catastróficas como nos había hecho creer la literatura tradicional.

8.2.3. Conclusión

La ausencia de una conceptualización uniforme del fracaso empresarial y la escasez de bases de datos completas han dificultado las comparaciones entre estudios previos sobre el tema, y así lo confirma nuestra revisión de la literatura al mostrar que han

² Los registros de impuestos no son idóneos para detectar desapariciones, ya que la mayoría de los cambios en la propiedad se registran como desapariciones seguidas de creaciones de empresas.

³ Algunas otras agencias gubernamentales publican encuestas sobre cierre empresarial, pero sus datos son escasos y puntuales.

⁴ Para una revisión e historia del desarrollo de esta base de datos, v. Dennis (1999).

sido generadas muy distintas conclusiones sobre la estabilidad de los negocios y las tendencias en mortalidad empresarial. Además, la falta de hallazgos consistentes y comparables también prevalece en estudios que utilizan definiciones similares de fracaso, al tratarse de estudios acerca de distintos países, períodos de tiempo, formas de negocio o tipos de industria.

En cualquier caso, a partir de los años noventa, se hizo cada vez más claro que centrarse en las causas del fracaso empresarial era, tal vez, más importante que calcular simplemente su alcance, entendiendo que las causas subyacentes influyen en el tipo de recomendaciones y soluciones que se puedan aportar al problema.

8.3. Causas del fracaso empresarial: desarrollos actuales y futuros desafíos

«Hay cientos de razones para el éxito y miles para el fracaso». Esta frase, que expresa la opinión de un inversor de capital riesgo (Zacharakis et al. 1999), tipifica la situación actual del conocimiento académico sobre los determinantes del fracaso empresarial. En efecto, hasta los 90 del siglo pasado, la literatura sobre fracaso organizacional revelaba muy poco sobre las razones por las que, del conjunto de nuevas firmas que se enfrentan a unas condiciones de mercado similares, algunas sobrevivían y otras fracasaban.⁵

Un análisis minucioso de las principales contribuciones sobre fracaso empresarial nos permite apreciar la confusión y la fragmentación de la información producida en este campo. Aunque algunos investigadores mantienen que «relativamente pocas investigaciones se han centrado en el fracaso empresarial en el contexto de las pyme» (Pasanen 2004), la verdad es que se ha hecho

⁵ La literatura predictiva del fracaso basada en los ratios financieros, que es una de las primeras en concentrarse en el caso específico de los pequeños negocios en el campo de la gestión, data del trabajo pionero de Storey, Watson y Wynarczk (1987). Pese a su interés, esta investigación tiene, sin embargo, la importante limitación de concentrarse casi exclusivamente en los ratios financieros, unos datos que según varios académicos, han de ser vistos como síntomas y no como causas del fracaso. Por lo tanto, este tipo de estudios fueron excluidos de esta revisión. Los estudios revisados en este capítulo derivan principalmente de las publicaciones más reconocidas en el campo de la actividad emprendedora y la gestión, centrados en el fracaso de nuevas y pequeñas empresas.

un esfuerzo considerable para desenredar este fenómeno que ha producido, sin embargo, resultados que no están relacionados entre sí y que, a veces, son contradictorios.

Sin embargo, y pese a la variedad de factores que llevan al fracaso de los pequeños negocios y de la naturaleza fragmentada de los estudios previos, hemos podido detectar algunos temas comunes que detallaremos a continuación clasificando los descubrimientos previos sobre los determinantes del fracaso en función de los diferentes niveles de análisis elegidos por los investigadores. Aproximadamente tres dimensiones emergen de esta clasificación (v. cuadro 8.1): las características individuales del emprendedor; las estrategias empresariales y características organizacionales, y las condiciones del entorno.

8.3.1. Las características individuales

Las características personales del emprendedor juegan un papel fundamental en el desempeño de la pequeña y mediana empresa, al estar implicado en todas las vertientes del funcionamiento de la misma. La literatura científica identifica los dos tipos de factores personales que mayor incidencia tienen sobre las probabilidades de fracaso empresarial: los demográficos y los atributos del capital humano.

8.3.1.1. Los factores demográficos (edad y raza)

La importancia de factores demográficos como la edad del propietario, el género y la raza es uno de los principios más ampliamente aceptados en la literatura sobre el desempeño de las pequeñas empresas.

Investigando el impacto de la *edad*, los estudios iniciales establecieron una relación negativa entre edad y supervivencia, asumiendo que los emprendedores mayores tenían empresas más exitosas (v., por ejemplo, Cooper, Dunkelber y Woo 1988). No obstante, los hallazgos subsiguientes (Preisendörfer y Voss 1990; Bates 1990) sugieren en realidad la existencia de una relación en forma de *U* invertida entre la edad y la supervivencia, al descubrir que las posibilidades de supervivencia de una organización eran muy bajas para los jóvenes fundadores, más altas para los de edad media y otra vez bajas para los mayores. Como veremos en la siguiente subsección, estos hallazgos pueden ser interpretados en términos del tipo de capital humano encarnado en el propietario que es el que, en definitiva, afecta a la supervivencia de la empresa.

El impacto de la *raza* es aún un tema controvertido cuando se trata de determinar la probabilidad de fracaso. Por poner un ejemplo, Cooper, Dunkelber y Woo (1988) descubrieron que los hombres blancos que no pertenecían a una minoría estaban asociados a firmas más exitosas, mientras que Headd (2000) sostenía que la raza jugaba un papel pequeño, si es que jugaba alguno, en la supervivencia de las pequeñas empresas estadounidenses.

El caso específico del *género* merece una atención especial que se justifica por la falta de consenso entre los investigadores acerca del impacto que tiene este factor sobre las probabilidades de fracaso de la empresa. Tradicionalmente, la literatura científica ha considerado que las empresas lideradas por mujeres presentaban unos niveles de desempeño inferiores y unas tasas de fracaso superior a las de los hombres (Cuba, Decenzo y Anish 1983; Fischer et al. 1993; Hisrich y Brush 1984, 1987; Sexton y Robinson 1989; Srinivasan et al. 1994). Sin embargo, surgen cada vez más estudios que tienden a contradecir estos resultados previos, demostrando que no existen diferencias consistentes de género en cuanto a desempeño y fracaso empresarial (Chaganti y Parasuraman 1996; Fisher, Reuber y Dyke 1993; Kalleberg y Leicht 1991, Shim y Eastlick 1998).

Una de las posibles explicaciones a esta falta de consistencia radica en el hecho de que el impacto del género en el fracaso empresarial se refleja en realidad de forma indirecta, es decir, a través de su incidencia en variables estratégicas para la supervivencia empresarial como son la experiencia del emprendedor, el capital inicial y el tamaño de la empresa. Es decir que las mujeres que crean y dirigen empresas no fracasan por el mero hecho de pertenecer al género femenino, sino más bien porque su condición de mujer condiciona su capital humano, el tipo de empresa que crean y las oportunidades de éxito a las que se enfrentan de forma distinta que los hombres.

En este sentido, se ha demostrado que las mujeres emprendedoras se encuentran en desventaja con respecto a sus homólogos masculinos en cuanto a formación y experiencia profesional, ya que, por lo general, adquieren capacidades y conocimientos que no son directamente aplicables a la creación y el desarrollo de una empresa. Respecto a las características organizacionales que influ-

yen en el fracaso (v. apartado 8.3.2) se aduce que las empresas dirigidas por mujeres adolecen desde su creación de un menor acceso a los recursos financieros y humanos, y crecen menos y más lentamente que las dirigidas por los hombres. Finalmente, y respecto al impacto de los factores externos, cabe señalar que las mujeres emprenden en mayor medida en sectores tradicionales, relacionados, por lo general, con mayores probabilidades de fracaso. Asimismo, y probablemente como consecuencia de las características inherentes a las empresas femeninas, éstas parecen mucho más vulnerables a la situación macroeconómica que las masculinas.

En cualquier caso, es cada vez más frecuente que los investigadores opten por incluir las características demográficas en el análisis de factores que contribuyen al fracaso de las pequeñas empresas para poder centrarse en los enfoques que las pequeñas empresas pueden tomar para evitar el fracaso, ya que la mayoría de estos factores demográficos no se pueden cambiar. Nosotros defendemos, no obstante, que desde el punto de vista del diseño de las políticas públicas, conocer el impacto de estos factores es crucial para adaptar las acciones a cada grupo demográfico específico.

8.3.1.2. Atributos del capital humano: educación y experiencia profesional

Gran parte de la investigación sobre pequeños negocios refleja un enfoque basado en el capital humano (Becker 1975), poniendo el énfasis en la importancia de los atributos que encarnan los individuos (como conocimiento, habilidades y competencias) como principales determinantes del desempeño, la supervivencia y el fracaso.

Si bien algunos estudios subrayaron explícitamente la relación positiva entre la educación y la experiencia previa de los propietarios y la probabilidad de que sus pequeños negocios sobrevivieran (Bates 1990; Storey 1994), muchos otros indicaron lo contrario (Hall 1994; Lussier y Corman 1995), es decir, una relación negativa entre el nivel de capital humano o ecuación del emprendedor y la supervivencia de las empresas. Estos resultados, a primera vista contradictorios, revelan en realidad un matiz interesante: la incertidumbre que ha rodeado el efecto del capital humano se debe en parte al hecho de que los niveles de capital humano tienen,

ante todo, un significado contextual. En otras palabras, la supervivencia y el fracaso se basan más en la calidad del capital humano, en este caso del tipo de educación recibida y de su aplicabilidad al contexto del negocio existente, que en el volumen de conocimiento y habilidades adquiridos por el propietario.

Se considera que hay dos tipos de *experiencia profesional* que el propietario de un negocio puede aprovechar para aumentar las posibilidades de éxito del mismo: la experiencia general (por ejemplo, los años de experiencia laboral o las habilidades directivas adquiridas) y la experiencia específica (tal como la experiencia en un sector específico o la experiencia previa en la creación de una empresa). En principio, ambas dimensiones reducen las tasas de fracaso a través de una mayor productividad del fundador, así como a través de efectos de selección, es decir, a través de una mayor probabilidad de detectar oportunidades atractivas y explotarlas adecuadamente.

La relevancia de la experiencia previa para las perspectivas de supervivencia de las pequeñas y nuevas empresas no está, sin embargo, libre de ambigüedades. Así, si bien algunos estudios empíricos han constatado que la falta de experiencia sectorial contribuía en gran medida al fracaso de la empresa (Vesper 1990; Mayer y Goldstein 1961; Gaskill et al. 1993; Carter et al. 1997) y que poseer capacidades de dirección era muy importante para el éxito (Jovanovic 1982; Lerner y Almor 2002), otros en cambio no pudieron confirmar estos hallazgos (Boden y Nucci 2000; Bates 1990). Cabe por tanto matizar la afirmación hecha anteriormente, para plantear que la experiencia previa tiene probablemente un efecto indirecto en las probabilidades de supervivencia de las nuevas empresas: afectan a la propensión de los emprendedores para ganar salarios elevados en el empleo remunerado, influyendo, por tanto, en su capacidad para acumular capital financiero y conocimientos que les ayuden a crear un negocio exitoso. Sin embargo, esta misma experiencia aumenta la disponibilidad de alternativas al autoempleo, así como el nivel de exigencia del emprendedor en cuanto al desempeño de su negocio. Estos elementos provocan en muchos casos el cierre voluntario de la empresa cuando ésta no cumple con las expectativas, en este caso particularmente elevadas, de su fundador.

8.3.2. Las características organizacionales

Mientras que la perspectiva del capital humano insiste en el rol crucial de las características o rasgos de la personalidad de los propietarios, otras corrientes de pensamiento sugieren que los investigadores en temas relacionados con pequeños negocios necesitan más bien desarrollar un cuerpo de conocimiento centrado en factores estratégicos u organizacionales.

8.3.2.1. Estrategias empresariales

Así, la estrategia fundacional y especialmente la amplitud del mercado al que se dirige una empresa, han sido reconocidas como factores primordiales para determinar las particularidades del fracaso. A favor de una *estrategia especialista*, la ecología organizacional sostiene, por ejemplo, que estar especializado en una variedad de productos y servicios y dirigirse a un segmento reducido del mercado disminuiría el riesgo de fracaso de una empresa (Romanelli 1989).

Como alternativa, hay investigadores que sostienen que una *estrategia generalista*, es decir, las empresas con una amplia variedad de productos que encajan con la oferta de varios competidores, llevaría a mayores oportunidades de sobrevivir (Cooper, Willard y Woo 1986; Carter et al. 1997). Asimismo, una *base de clientes limitada* influye negativamente en la supervivencia de la empresa (Carroll 1985; Brüdrel et al. 1992; Hall y Young 1991; Reid 1991; Storey 1994). Otras dimensiones críticas de la estrategia empresarial que se han asociado con el fracaso son una *coordinación inadecuada de productos* (Bruno et al. 1987) y las *fluctuaciones de ventas* (Cressy 1996). Finalmente, un tema importante en la investigación sobre pequeñas empresas, y que ha sido relacionado con una menor probabilidad de fracaso, es el *uso de asesores profesionales* (Vesper 1990; Gaskill et al. 1993; Lussier 1995).

8.3.2.2. Problemas de gestión

Hasta los años noventa, una aplastante mayoría de estudios atribuyeron el fracaso empresarial a la *ineficiencia directiva* de los propietarios (Berryman 1981; Boyle y Desai 1991; Bruno et al. 1987; Peterson et al. 1983; Haswell y Holmes 1989; Gaskill et al. 1993; Hall y Young 1991; O'Neill y Duker 1986; Roure y Maidique 1986). Esta amplia categoría incluye normalmente las

ineficiencias en casi cualquier fase de las operaciones de la empresa. Ejemplos comunes son un equipo incompleto, ineficaz o en desacuerdo, falta de habilidades personales de dirección, así como la incapacidad del emprendedor para llevar a cabo la planificación y las funciones administrativas.

8.3.2.3. *Edad y tamaño de la empresa*

En 1965, Stinchcombe acuñó el concepto de *liability of newness* (traducido literalmente como *desventaja de la novedad*) para describir cómo las nuevas empresas tenían riesgos de mortalidad más altos que sus homólogas más maduras. Desde entonces, los estudiosos en ecología organizacional y los investigadores en pequeña empresa han explicado con detalle la relación inversa que existe entre la *edad de la firma* y su probabilidad de fracaso (Carroll y Delacroix, 1982; O'Neill y Duker 1986; Philips y Krichoff 1989; Duchesneau y Gartner 1990; Gaskill et al. 1993). La *liability of newness* pone a las empresas jóvenes en desventaja porque carecen de una base de clientes establecida y de una sólida estructura directiva. En el mismo sentido, la perspectiva de *liability of adolescence* sostiene que los primeros años de la vida de un negocio son los más arriesgados y que las tasas de supervivencia aumentan con la edad.

Aunque la mortalidad empresarial sea un proceso dependiente de la edad, la investigación reciente ha señalado que esta mortalidad sigue en realidad una pauta en forma de *U* (Brüderl y Schüssel 1990). Esta visión, también conocida como *la rigidez del envejecimiento* (*the rigidity of aging*), propone que las organizaciones más antiguas también se enfrentan a un elevado riesgo de fracaso por falta de flexibilidad y su incapacidad de responder a cambios externos (Aldrich y Auster 1986; Singh y Lumsden 1990). Un concepto similar, conocido en los estudios sobre organizaciones como *la maldición del éxito* (*the curse of success*), se refiere al hecho de que antiguas rutinas que han tenido éxito en el pasado desarrollan una resistencia al cambio y que el éxito puede ser a menudo la semilla del futuro fracaso (Labich y De Llosa 1994; Mellahi y Wilkinson 2004). Estos resultados apuntan, por tanto, a que cada firma es un caso particular y que la edad en sí misma no explica el fracaso en las pequeñas empresas, sino que cada etapa en el ciclo

vital de una empresa conlleva unas ventajas y unos retos específicos que han de ser manejados adecuadamente para minimizar las posibilidades de fracaso.

Por otra parte, y con escasas excepciones, la mayoría de los investigadores están de acuerdo en que el fracaso empresarial está afectado por el *tamaño inicial* y que «cuanto mayor seas, mejor estarás» (Aldrich y Auster 1986; Headd 2000; Storey 1994). En pocas palabras, el concepto de *liability of smallness* sugiere que las empresas pequeñas y especialmente las que son muy pequeñas, tienen mayores tasas de fracaso que las grandes porque se enfrentan a mayores barreras para obtener capital, compiten para contratar y mantener empleados capacitados con empresas más grandes que pagan más y ofrecen mayores beneficios y porque los costes administrativos son proporcionalmente más elevados.

En contraste con el famoso paradigma de *lo pequeño es hermoso* (*small is beautiful*), algunos investigadores sostienen que las nuevas empresas más grandes tienen mayor fluidez de intenciones. En palabras de Duncan y Handler (1994, 2), «los propietarios de una nueva empresa más grande identifican más oportunidades beneficiosas, [...] son más rápidos en liquidar o vender sus operaciones a otros cuando encuentran usos más lucrativos del capital. Las pequeñas empresas, en contraste, generalmente están fundadas con un plan de negocios más limitado y tienen mucha menos flexibilidad».

8.3.2.4. Recursos de la empresa y capital financiero

El capital financiero en las pequeñas empresas es otro factor que tiene un gran impacto en su supervivencia. Las insuficiencias financieras, como la escasa capitalización y los problemas con las instituciones de capital riesgo, se describen en algunos estudios como los principales factores que afectan al fracaso empresarial (Bruno et al. 1987; Zacharakis et al. 1999; Boyle y Desai 1991; Cromie 1991).

Otro asunto importante en relación con los recursos financieros de la empresa es su estructura del capital. Algunos investigadores aseguran que elevados niveles de endeudamiento (Reid 1991) o la mala utilización de las cargas de las deudas (O'Neill y Duker 1986; Hall y Young 1991; Labich y de Llosa 1994) son causas primordiales de fracaso.

Una suposición clave en la investigación sobre actividad emprendedora es que los *recursos humanos* disponibles en el momento de poner en marcha la empresa, especialmente el número de empleados y de fundadores, son determinantes para el éxito y la supervivencia de la misma. Si asumimos que los emprendedores individuales están limitados en la adquisición de fuentes financieras adecuadas para iniciar su negocio, ya sea porque son más reticentes a la financiación externa por miedo a perder el control o porque les es más difícil acceder al préstamo formal, entonces éstos tienen menos capacidad para asumir los costes asociados con la contratación y formación de empleados, lo cual influye a la postre en sus probabilidades de fracaso.

8.3.2.5. *Crecimiento de la empresa*

En conexión con la desventaja de la empresa de pequeño tamaño, está el argumento de que las tasas de fracaso disminuyen para empresas que crecen rápidamente tras su puesta en marcha (Philips y Kirchoff 1989; Storey 1994). Este fenómeno guarda relación con la capacidad que tienen las grandes empresas para hacer frente a las crisis: gracias a sus *amortiguadores*, éstas pueden sobrevivir más tiempo a un descenso de las ventas reduciendo, por ejemplo, su tamaño y vendiendo maquinaria para sobrevivir a una escala menor. Es más, se sostiene (Wilkund 2006) que los factores que contribuyen al crecimiento, como la renovación de productos, también contribuyen a la supervivencia, reforzando la idea de que crecimiento y supervivencia van de la mano. Se aconseja por tanto a los gestores de pymes que consideren el crecimiento como una posible estrategia de supervivencia.

No obstante, el crecimiento dista de ser una panacea que todo lo soluciona y, llevado al extremo, puede resultar contraproducente, ya que la sobreexpansión ha sido también relacionada con el fracaso de las compañías (Gaskill et al. 1993). Parece, por tanto, que, más que el crecimiento en sí mismo, son las circunstancias de crecimiento las que determinan un mayor o menor riesgo de fracaso.

En conclusión, podemos afirmar que la literatura académica sobre pequeñas empresas proporciona pruebas de peso respecto a la importancia de las características organizacionales en las

posibilidades de fracaso de una empresa. No obstante, algunos investigadores aseguran que esta atribución excluye análisis más profundos del fracaso, al ignorar las circunstancias contextuales que pueden afectar el impacto de varias deficiencias para inducir o reforzar el fracaso. Pasamos a continuación a analizar el efecto de estos factores contextuales.

8.3.3. Las condiciones del entorno externo

En contraste con la visión voluntarista del fracaso defendida por los estudios en gestión y en psicología organizacional, las perspectivas deterministas no consideran que el fracaso esté causado por factores internos que están bajo el control del propietario. En lugar de eso, cuando se trata de fracaso, esta corriente considera que los *factores externos*, es decir, el sector y su entorno, importa más que los factores que actúan respecto de la empresa y la gestión de la misma (Mellahi y Wilkinson 2004).

8.3.3.1. El sector

Hay una amplia variedad de causas externas del fracaso, siendo el sector un ejemplo de ello. Los sectores no se diferencian únicamente en cuanto al peso y al tipo de barreras de entrada que los caracteriza, sino también respecto a su nivel medio de desempeño, el coste de inversión inicial que requiere y las barreras de salida. De ahí que los factores que influyen en el fracaso, o la forma precisa que toman estos factores, sea distinta en cada sector. Esta asunción ha hecho que algunos investigadores que estudian el fracaso en las pequeñas empresas seleccionen sus muestras a partir de un sector determinado, como construcción (Hall 1994) o venta al por menor (Watson y Everett 1996; Carter et al. 1997), con el objetivo de aislar el efecto sectorial de su análisis. Existe, no obstante, un desacuerdo entre los académicos sobre la incidencia real de este factor, con estudios que apoyan empíricamente esta asunción y otros que la rechazan con el argumento de que no es el entorno del negocio o el sector en sí mismo el que obstaculiza la supervivencia de una organización, sino la medida en la que el sector está relacionado con el capital humano del fundador y las diferencias en el tamaño de las empresas estudiadas (Brüderl et al. 1992; Gimeno et al. 1997).

8.3.3.2. *Las condiciones del mercado y los cambios macroeconómicos*

La situación macroeconómica y los cambios que la afectan también se consideran un factor primordial en el fracaso empresarial. En las investigaciones de Bruno et al. (1987) y Lussier (1995), el fracaso era provocado por la recesión económica. Coincidiendo con las investigaciones de Roure y Maidique (1986) y Gaskill et al. (1993), los emprendedores e inversores en capital riesgo entrevistados por Zacharakis et al. (1999) sostenían que el fracaso estaba relacionado con la existencia de *condiciones de mercado adversas*, especialmente la *fuerte competencia*. Finalmente, se sugiere que los cambios en el entorno provocan más incertidumbre en las pequeñas empresas que en las grandes compañías, ya que «las opciones para responder están limitadas por los recursos y las elecciones estratégicas de las empresas, así como por las oportunidades ofrecidas por la industria y la localización» (Pasanen 2004).

8.4. Limitaciones de la investigación previa sobre los factores del fracaso

Dadas las numerosas dificultades metodológicas a las que se tienen que enfrentar los investigadores cuando estudian las empresas que han fracasado, la escasez e imperfección de los estudios empíricos sobre el asunto no es en absoluto sorprendente. Además de los problemas de definición y medición mencionados anteriormente, nuestra comprensión de la pequeña empresa ha estado dificultada por varias barreras que se podrían categorizar en dificultades relacionadas con alguno de estos aspectos: *a)* el diseño de la investigación; y *b)* el marco teórico.

Respecto a las cuestiones metodológicas y de diseño de la investigación, mencionar en primer lugar que los estudios sobre las causas del fracaso son difíciles de desarrollar, principalmente por lo problemático que resulta localizar a los propietarios de negocios que han fracasado. Otra dificultad importante se deriva de la reticencia por parte del fundador para discutir el fracaso o de su incapacidad para articular su causalidad. En efecto, la información proporcionada puede ser cuestionable, debido al tiempo transcurrido entre el fracaso y la recolección de datos, o también

por la posible existencia de un sesgo de atribución por parte del fundador o, lo que es lo mismo, una tendencia a atribuir el fracaso en mayor medida a causas externas que a las causas internas, porque esta atribución protege su ego.

En cuanto a las cuestiones relacionadas con el desarrollo teórico del campo de investigación, hay que señalar, ante todo, la complejidad y el carácter multidimensional del problema. Esta causalidad múltiple del fracaso empresarial ha llevado con frecuencia a dificultades de categorización y comparación entre los diferentes estudios realizados. Además, la literatura sobre el fracaso de las pymes ha carecido en gran parte de un marco teórico sólido que sustente la investigación empírica desarrollada, si bien parece que últimamente algunos estudios hayan empezado a dirigirse hacia una aproximación más teórica de lo que se había hecho hasta ahora.

8.4.1. Conclusión

De acuerdo con lo indicado, en este apartado hemos tratado de exponer en qué punto se sitúa el conocimiento científico en torno al tema del fracaso emprendedor y cuáles son las principales lagunas que obstaculizan el desarrollo de un entendimiento aún más avanzado y profundizado acerca de los determinantes y el alcance del fracaso emprendedor. En lo sucesivo, nuestra contribución se centrará en ofrecer una visión global del alcance y de los motivos del cierre emprendedor en España.

8.5. La dimensión del cierre de negocios en España: un estudio exploratorio en base a los datos del GEM

Aunque, como se comenta más adelante, los datos del Proyecto GEM son un tanto limitados cuando se desea trabajar en detalle en la investigación de un tema como el fracaso emprendedor, es posible realizar un primer estudio exploratorio de su magnitud en España en comparación con la del resto de los países GEM. Asimismo, el proyecto permite analizar cómo se relaciona el cierre de las empresas con las características del emprendedor, su perfil psicosocial y sus expectativas para el futuro.

8.5.1. El cierre de empresas: España analizada desde una perspectiva internacional

Desde el año 2002, el estudio GEM mide el fracaso emprendedor mediante el porcentaje de respuesta a la siguiente pregunta: «¿Ha cerrado un negocio en los últimos 12 meses (suyo, dirigido por usted o de autoempleo, aunque sea combinado con otro trabajo)?». ⁶ Las respuestas a esta pregunta para el año 2005 permiten una primera aproximación a la situación de España con respecto a la media de los países GEM. Como se puede observar en gráfico 8.1, las tasas de cierre de empresas varían ampliamente entre un reducido 0,46% de la población adulta en Hungría hasta más de un 30% para Uganda.

En este contexto global, España se sitúa en la novena mejor posición de los 34 países analizados en nuestro estudio, con un reducido 1,42% de cierres en el 2005. Comparando España con países del entorno de la Unión Europea (v. gráfico 8.2), se confirma su tasa de cierre relativamente moderada, que lo coloca en una posición más favorable que países como Italia, Francia o Grecia.

El análisis longitudinal, que estudia la evolución durante los cuatro últimos años de la tasa de cierre (v. cuadro 8.2), también confirma la valoración relativamente positiva de nuestro país. Exceptuando un elevado 5% en el año 2002, y que se explica por el clima recesivo imperante en España después de los eventos de 2001, el porcentaje de emprendedores que declaran haber cesado una empresa presenta una estabilidad mayor que la media de los países GEM.

No obstante, para ofrecer una idea completa de la dinámica empresarial en España, la información relativa al cierre de empresas ha de ser analizada en relación con la tasa de creación de empresas, algo que también refleja el cuadro 8.2, mediante la ratio de dinámica empresarial, que analiza la evolución de la magnitud del cierre empresarial con respecto a la tasa de creación de empresas durante los cuatro últimos años.

⁶ Los datos que proporciona esta variable se pueden tomar como una buena aproximación a la medición del fracaso emprendedor en el período, si bien es evidente que se trata de una pregunta muy general que no atiende a refinamientos tales como distinguir los años de funcionamiento del negocio antes del cierre u otras particularidades. Por otra parte, esta pregunta incorpora casos de empresarios profesionales además de los emprendedores individuales, por lo que no resulta comparable con otras estadísticas alternativas como las del INE, el CIS u otros organismos.

GRÁFICO 8.1: Cierre de empresas como porcentaje de la población adulta en los países GEM. Año 2005

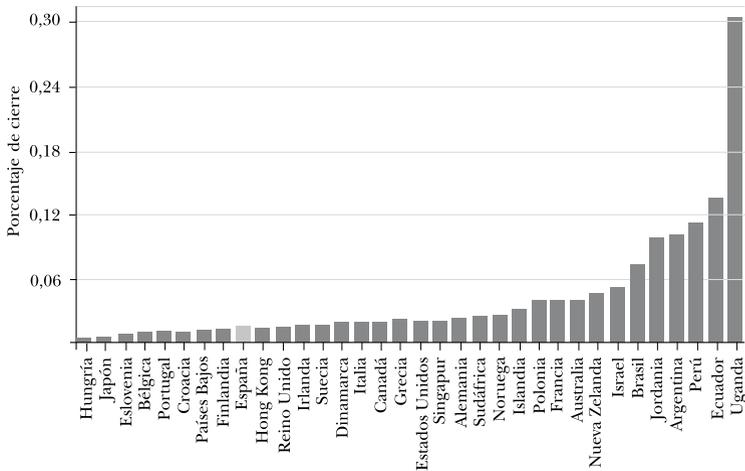
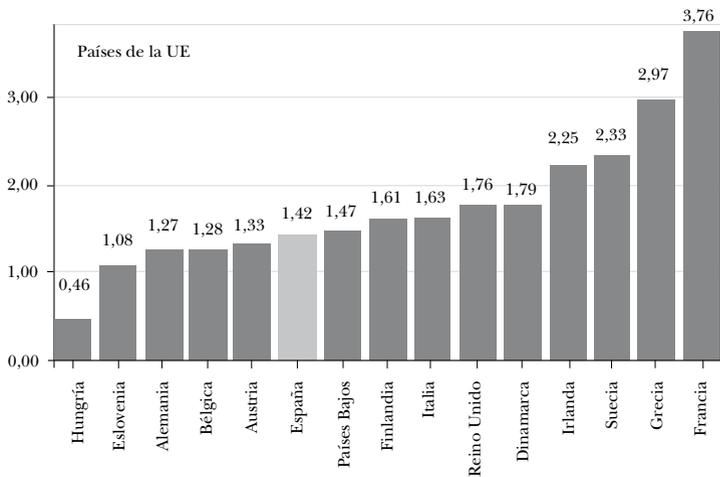


GRÁFICO 8.2: Porcentaje de cese de actividades en la población de los países de la UE que participan en el Proyecto GEM. Año 2005



Este indicador, que ronda el 0,40 para la media de los países GEM, es algo más volátil en el caso español, si bien arroja en los últimos tres años unos niveles muy moderados (0,25 en promedio).

CUADRO 8.2: Evolución del cierre de empresas: España en una perspectiva internacional

| Año | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 |
|--|------|------|------|------|
| Porcentaje de cierre | | | | |
| En España | 5,00 | 1,54 | 1,54 | 1,42 |
| Media GEM | 3,50 | 4,16 | 3,79 | 3,42 |
| Ratio cierre/creación de empresas | | | | |
| En España | 1,09 | 0,23 | 0,30 | 0,25 |
| Media GEM | 0,44 | 0,42 | 0,40 | 0,41 |

En las siguientes secciones analizaremos en detalle las causas que provocaron el cierre de las empresas españolas en el año 2005, así como el perfil de los fundadores de dichas empresas, en un intento de determinar qué subyace detrás de las tasas de cierre empresarial en España.

8.5.2. Cierre de empresas en España: principales motivos y características de los emprendedores

8.5.2.1. Principales motivos de cierre

El Proyecto GEM proporciona información acerca de las causas del cierre de empresas, tal y como las perciben los propios emprendedores. Los resultados para España (v. cuadro 8.3) muestran que las condiciones del entorno externo, y en especial la excesiva competencia, son el principal motivo del fracaso emprendedor (el 35,3% de los casos). No obstante, también se puede hacer otra lectura de este indicador, ya que, junto con la planificación inadecuada del negocio (un 4% de los casos), apunta hacia fallos en la etapa previa al lanzamiento del negocio, es decir, en el plan de negocios. La excesiva competencia encontrada por las empresas creadas indica que, en efecto, éstas han sido lanzadas en mercados ya saturados, probablemente por no haber analizado adecuadamente las oportunidades de negocio existentes, por lo que las empresas conllevaban desde su misma creación la semilla de su futuro fracaso.

CUADRO 8.3: Principales motivos de cierre de empresas en España

| Motivo de cierre | Porcentaje |
|-----------------------|------------|
| Excesiva competencia | 35,30 |
| Falta de financiación | 20,30 |
| Jubilación | 15,50 |
| Falta de clientela | 15,20 |
| Halló otro trabajo | 7,10 |
| Mala planificación | 4,00 |
| Producto obsoleto | 2,60 |
| Total | 100,00 |

Los factores organizacionales surgen como la segunda razón de cierre, con más de un 20% debido a la falta de financiación y un 15,2% atribuido a la falta de clientes. Un número más reducido de emprendedores reconoce que su fracaso se debe a una planificación inadecuada o a la obsolescencia de su producto (2,6% de los casos), elemento que refuerza la importancia de idear un modelo de negocios sólido antes de embarcarse en una aventura empresarial.

A todos estos motivos, que nos permiten calificar el cierre como un fracaso, hay que añadir otros que se atribuyen al cierre voluntario por parte del emprendedor, bien porque ha decidido jubilarse (el 15,5% de la muestra) o bien porque ha encontrado una oportunidad de empleo más atractiva (el 7,1%). Este último caso puede ser considerado como una salida exitosa, ya que es a menudo la experiencia emprendedora la que brinda a su fundador nuevas oportunidades laborales, bien a través de la red de nuevos contactos creados, o gracias a las nuevas habilidades adquiridas. También se puede dar el caso de que esta experiencia emprendedora se haya saldado con una venta rentable de la empresa, redundando en un enriquecimiento de su fundador que le permite a su vez lanzar otra iniciativa más lucrativa. Como veremos a continuación, este fenómeno, denominado comúnmente como *emprendedor en serie* o *emprendedor habitual* (*serial* o *habitual entrepreneur* en inglés), parece darse con bastante frecuencia en España.

8.5.2.2. Características demográficas y psicológicas de los emprendedores

El cuadro 8.4 recoge las principales características socioeconómicas de los emprendedores que han cerrado una empresa en los 12

meses anteriores al año 2005. El aspecto más destacable de resaltar es la distribución por sexo de este colectivo, representado en más de un 67% de los casos por mujeres, lo cual tiende a corroborar las hipótesis planteadas anteriormente sobre las probabilidades de fracaso relativamente más elevadas de las mismas. Este argumento se ve reforzado además por el hecho de que las mujeres sólo representan 46,5% de los emprendedores españoles (De la Vega, Coduras, Cruz y Justo 2006).

CUADRO 8.4: Características personales de los emprendedores que han cerrado su empresa en el año 2005

| | Porcentaje |
|---|---------------|
| Sexo | |
| — Hombre | 32,30 |
| — Mujer | 67,70 |
| Edad (media y desviación típica) | |
| | 44,15 (11,76) |
| Educación | |
| — Sin estudios | 2,00 |
| — Educación primaria | 25,10 |
| — Educación secundaria | 22,60 |
| — Estudios medios | 20,30 |
| — Educación superior | 30,10 |
| Nivel de ingresos | |
| — Inferior a 600 € | 7,20 |
| — De 600 € a 1.200 € | 31,40 |
| — De 1.200 € a 1.800 € | 33,10 |
| — De 1.800 € a 2.400 € | 16,60 |
| — Superior a 2.400 € | 11,70 |
| Ocupación previa del emprendedor | |
| — Empleado | 85,50 |
| — Jubilado | 5,70 |
| — Ama de casa | 4,30 |
| — Desempleado | 4,40 |
| — Estudiante | 0,10 |
| Origen | |
| — Español | 98,10 |
| — Extranjero | 1,90 |

¿A qué se deben estas tasas de cierre más elevadas de las mujeres? En consonancia con los determinantes del fracaso analizados en el apartado anterior de este capítulo, podemos aventurar la desventaja en las que éstas se encuentran en términos de formación y habilidades para crear y gestionar una empresa, tal y como se desprende del reciente estudio de De la Vega et al. (2006). No obstante, sería necesario realizar un estudio específico para poder analizar qué otros factores entran en juego para explicar estas tasas de cierre femeninas tan elevadas, y si se trata de fracasos o si responden a una decisión deliberada de las emprendedoras, como parecen sugerir algunos estudios recientes (véase, por ejemplo, Justo, Cruz, De Castro y Coduras 2006).

Exceptuando las diferencias de género, los emprendedores que experimentan el cierre de sus empresas no parecen distinguirse del resto de la población en cuanto al nivel de educación, ocupación previa a la creación de su empresa o nacionalidad de origen. Sólo el nivel de ingresos merece una mención especial, en tanto que se observa una menor representación de los colectivos con elevado nivel económico entre la muestra de emprendedores que han cerrado sus negocios.

El análisis comparativo de las características psicológicas de nuestra muestra con las del resto de la población española arroja unos resultados mucho más diferenciados. Así, el cuadro 8.5 parece indicar que los emprendedores que ya han experimentado el cierre de sus empresas temen menos el fracaso que la media de los españoles (sólo un 41% reconoce temer el fracaso contra el 47,6% de la población adulta). Del mismo modo, resulta interesante comprobar que una proporción más elevada de estos emprendedores está involucrada en una nueva empresa (el 18,1% contra el 5,4%), considera deseable el estarlo (66,7% contra 63,3%) o califica la creación de empresas como una buena carrera profesional (73,6% contra 71,2%). Además, para dos de los cuatro indicadores mencionados, las diferencias entre los dos tipos de colectivos son estadísticamente significativas.

Estos resultados encuentran probablemente su explicación en el hecho de que el cierre empresarial, y sobre todo aquél debido al fracaso de una iniciativa, representa una oportunidad única de aprendizaje. Así, Kolvereid e Isaksen (2006) demuestran la existencia de una relación positiva entre la experiencia emprendedora previa, haya sido ésta exitosa o no, y la intención de re-emprender en un futuro cercano.

CUADRO 8.5: Características psicológicas de los emprendedores que han cerrado su empresa en el año 2005

| Características | Porcentaje empresarios que han cerrado | Porcentaje población total | Test de significación |
|---|--|----------------------------|-----------------------|
| ¿El temor al fracaso le frena a crear otra empresa? | | | |
| — Sí | 41,00 | 47,60 | P = 0,001 |
| — No | 59,00 | 52,40 | |
| ¿Está actualmente involucrado en una actividad emprendedora? | | | |
| — Sí | 18,10 | 5,40 | P = 0,000 |
| — No | 81,90 | 94,60 | |
| ¿Considera deseable crear una nueva empresa? | | | |
| — Sí | 66,70 | 63,30 | No significativo |
| — No | 28,50 | 32,20 | |
| — Indeciso | 4,80 | 4,50 | |
| ¿Crear una empresa es una opción profesional deseable? | | | |
| — Sí | 73,60 | 71,20 | No significativo |
| — No | 26,40 | 28,80 | |
| ¿Tiene los conocimientos y habilidades necesarias para crear una empresa? | | | |
| — Sí | 76,80 | 48,50 | P = 0,000 |
| — No | 23,20 | 51,50 | |
| ¿Percibe buenas oportunidades de negocio en su zona para los próximos seis meses? | | | |
| — Sí | 36,90 | 37,10 | No significativo |
| — No | 63,10 | 62,90 | |

Según Stam, Audretsch y Meijaard (2006) el fenómeno del *re-empresendización* sería un proceso circular en el que la actividad emprendedora refuerza las capacidades y conocimientos del indi-

viduo a través de una serie de pruebas y errores. Así, la persona aprende de la experiencia vivida, que, aunque haya redundado en el fracaso de la empresa, también le ha permitido mejorar y reforzar sus habilidades empresariales, lo cual incrementa a su vez su capacidad para reconocer nuevas oportunidades de negocio (Ronstadt 1988).

8.5.3 Conclusiones

El estudio del fracaso emprendedor es imprescindible para el establecimiento de políticas públicas adecuadas al fomento de la creación de empresas en cualquier país, incluido España. Si no se conoce la magnitud de dicho fracaso, no se puede evaluar la eficacia de los planes y ayudas gubernamentales que se ponen en marcha y se puede estar realizando una mala inversión de recursos que puede tener un retorno desequilibrado. Para poder combatir el fracaso emprendedor y sus secuelas, es necesario conocer los factores que lo producen y medir su grado de incidencia en este fenómeno.

Por todas estas razones, resulta curioso que, siendo el emprendimiento un factor clave para las políticas económicas, sean prácticamente inexistentes y muy recientes los estudios realizados sobre el fracaso emprendedor. Probablemente sea fruto de la aparición de una nueva cultura emprendedora (al menos en las economías europeas y latinoamericanas hasta ahora inexistente) en la que el fracaso ya no se percibe como una lacra con la que tiene que cargar el empresario, sino más bien como una oportunidad de aprender de los errores previos para así poder tener más éxito en las futuras iniciativas.

El Proyecto GEM y otras iniciativas investigadoras pueden colaborar a la consecución de los objetivos anteriores pero, a la vista de los resultados de esta exploración, se hace patente la necesidad de creación de un marco adecuado, diseñado desde un punto de vista científico y riguroso. Es necesario identificar las variables relevantes del estudio y diseñar nuevas herramientas de recogida de información que proporcionen datos fiables y permitan contrastar hipótesis acerca de un tema que los especialistas reconocen y describen, pero del cual faltan criterios unificadores de medición y análisis.

Bibliografía

- ALDRICH, H. E. y E. AUSTER. «Even Dwarfs Started Small: Liabilities of Age and Size and Their Strategic Implications». En B. STAW & L. L. CUMMINGS, eds. *Research in Organizational Behavior* (Vol. VIII, pp. 165-198). Greenwich, CT: JAI Press, 1986.
- ANNA, A. L., G. N. CHANDLER, E. JANSEN y N. P. MERO. «Women Business Owners in Traditional and Non-Traditional Industries». *Journal of Business Venturing* 15 n.º 3 (2000): 279-303.
- BATES, T. «Entrepreneur Human Capital Inputs and Small Business Longevity». *The Review of Economics and Statistics* 72 (1990): 551-560.
- . «Analysis of Young, Small Firms that Have Closed: Delineating Successful from Unsuccessful Closures». *Journal of Business Venturing* 20 (2004): 343-358.
- BECKER, G. *Human Capital*. New York: National Bureau of Economic Research, 1975.
- BERRYMAN, J. (1981). «Small Business Failure and Bankruptcy: A Survey of the Literature». *European Small Business Journal* 1 (1981): 47-59.
- BODEN JR., R. J. y A. R. NUCCI. «On the Survival Prospects of Men's and Women's New Business Ventures». *Journal of Business Venturing* 15 (2000): 347-362.
- BOYLE, R. D. y H. B. DESAI. «Turnaround Strategies for Small Firms». *Journal of Small Business Management* 29 n.º 3 (1991): 33-42.
- BRÜDERL, J. y R. SCHÜSSLER. «Organizational Mortality: The Liability of Newness and Adolescence». *Administrative Science Quarterly* 35 (1990): 530-547.
- BRÜDERL, J., P. PREISDÖRFER y R. ZIEGLER. «Survival Chances of Newly Founded Business Organizations». *American Sociological Review* 57 (1992): 227.
- BRUNO, A., J. LEIDECKER y J. HARDER. «Why Firms Fail?». *Business Horizons* 30 n.º 2 (1987): 50-58.
- BRUSH, C. G. «Research on Women Business Owners: Past Trends, a New Perspective and Future Directions». *Entrepreneurship Theory and Practice* 16 n.º 4 (1992): 5-31.
- BUTTNER, E. H. y D. P. MOORE. «Women's Organizational Exodus to Entrepreneurship: Self-Reported Motivations and Correlates With Success». *Journal of Small Business Management* 35 n.º 1 (1997): 34-35.
- CARROLL, G. R. y J. DELACROIX. «Organizational Mortality in the Newspaper Industries of Argentina and Ireland: An Ecological Approach». *Administrative Science Quarterly* 27 (1982): 169-198.
- CARROLL, G. R. «Concentration and Specialization: Dynamics of Niche Width in Populations of Organizations». *The American Journal of Sociology* 90 n.º 6 (1985): 1.262-1.283.
- CARTER, N. M., M. WILLIAMS y P. D. REYNOLDS. «Discontinuance Among New Firms in Retail: The Influence of Initial Resources, Strategy and Gender». *Journal of Business Venturing* 12 (1997): 125-146.
- CASTROGIOVANNI, G. J., R. T. JUSTIS y S. D. JULIAN. «Franchise Failure Rates: An Assessment of Magnitude and Influencing Factors». *Journal of Small Business Management* 31 (1993): 105.
- CHAGANTI, R., D. DECAROLIS y D. DEEDS. «Predictors of Capital Structure in Small Ventures». *Entrepreneurship Theory and Practice* 20 (1995): 7-18.
- CHAGANTI, R. y S. PARASURAMAN. «A Study of the Impacts of Gender on Business Performance and Management Patterns in Small Businesses». *Entrepreneurship Theory & Practice* (1996): 73-75.

- CLIFF, J. E. «Does one size fit all? Exploring the Relationship Between Attitudes Towards Growth, Gender and Business Size». *Journal of Business Venturing* 13 (1998): 523-542.
- COCHRAN, A. B. «Small Business Mortality Rates: a Review of the Literature». *Journal of Small Business Management* 19 n.º 4 (1981): 50-59.
- COLE, R. A. y J. D. WOLKEN. «Financial Services Used by Small Businesses: Evidence from the 1993 National Survey of Small Business Finance». *Federal Reserve Bulletin* 81 n.º 7 (1995): 629-667.
- COOPER, A., W. DUNKELBERG y C. WOO. «Survival and Failure: A Longitudinal Study». *Frontiers of Entrepreneurship Research* (1988): 225-237.
- COOPER, A. C., G. E. WILARD y C. Y. WOO. «Strategies of High-Performing New and Small Firms: A Reexamination of the Niche Concept». *Journal of Business Venturing* 1 n.º 3 (1986): 247-260.
- CRESSY, R. «Pre-entrepreneurial Income, Cash-Flow Growth and Survival Of Startup Businesses: Model and Tests on UK Data». *Small Business Economics* 8 n.º 1 (1996): 49-58.
- CROMIE, S. «The Problems Experienced by Young Firms». *International Small Business Journal* 9 n.º 3 (1991): 18
- CUBA, R., D. DEGENZO y A. ANISH. Management Practices of Successful Female Entrepreneurs. *American Journal of Small Business* 7 n.º 2 (1983): 40-46.
- DE CASTRO, J. O., S. ÁLVAREZ, J. BLASICK y M. ORTIZ. «An Examination of the Nature of Business Closings: Are They Really Failures?». *Frontiers of Entrepreneurship Research* (1997): 260-271.
- DE LA VEGA, I., A. CODURAS, C. CRUZ y R. JUSTO. *Global Entrepreneurship Monitor 2005 Spanish Executive Report*. Madrid: Instituto de Empresa Business School, 2006.
- DENNIS, W. (1999). «A Private Sector Initiative to Measure Business Births and Deaths: The Problem of Deaths». Revisado. Documento original presentado en The Southern Demographics Association Meeting, Annapolis, MD, October. 1998.
- DUCHESNEAU, D. A. y W. B. GARTNER. «A Profile of New Venture Success and Failure in an Emerging Industry». *Journal of Business Venturing* 5 (1990): 297-312.
- DUNCAN, J. W. y D. P. HANDLER. «The Misunderstood Role of Small Business». *Business Economics* 29 (1994): 7-13.
- FISCHER, E. M., R. A. REUBER y L. S. DYKE. «A Theoretical Overview and Extension of Research on Sex, Gender and Entrepreneurship». *Journal of Business Venturing* 8 n.º 2 (1993): 151-168.
- GANGULY, P. *UK Small Business Statistics and International Comparisons*. Londres: Harper & Rowe, 1985.
- GASKILL, L. R., H. E. VAN AUKEN y A. R. MANNING. «A Factor Analytic Study of Perceived Causes of Small Business Failure» *Journal of Small Business Management* 31 n.º 4 (1993): 18-31.
- GIMENO, J., T. B. FOLTA, A. C. COOPER y C. Y. WOO. «Survival of the Fittest? Entrepreneurial Human Capital and the Persistence of Underperforming Firms». *Administrative Science Quarterly* 42 n.º 4 (1997): 750-783.
- GREENE, P. G., M. M. HART, E. J. GATEWOOD, C. G. BRUSH y N. M. CARTER. «Women Entrepreneurs: Moving Front and Center. An Overview of Research and Theory». White paper. Florida: Coleman Foundation, 2003.
- HALL, G. y B. YOUNG. «Factors Associated with Insolvency Amongst Small Firms». *International Small Business Journal* 9 (1991): 54-63.
- HALL, G. «Factors Distinguishing Survivors from Failures Amongst Small Firms in the UK Construction Sector». *The Journal of Management Studies* 31 n.º 5 (1994): 737-760.

- HASWELL, S. y S. HOLMES. «Estimating the Small Business Failure Rate: A Reappraisal». *Journal of Small Business Management* 27 n.º 3 (1989): 68-74.
- HAYNES, P. J. y M. M. HELMS. «When Bank Loans Launch New Ventures: A Profile of the Growing Female Entrepreneur Segment». *Bank Marketing* 32 (2000): 28-36.
- HEADD, B. *Business Success: Factors Leading to Surviving and Closing Successfully*. Washington, DC: Office of Advocacy, US Small Business Administration, 2000.
- HISRICH, R. D. y C. BRUSH. «The Woman Entrepreneur: Management Skills and Business Problems». *Journal of Small Business Management* 22 n.º 1 (1984): 30-37.
- . *Women Entrepreneurs: A Longitudinal Study*. Boston, MA: Boston Collage, 1987.
- HONING-HAFTEL, S. y L. MARTIN. «Is the Female Entrepreneur at a Disadvantage?». *The Journal for Employment and Training Professionals* 7 1986: 86.
- HUTCHINSON, R. G., A. R. HUTCHINSON y M. NEWCOMER. «A Study of Business Mortality: Length of Life of Business Enterprises in Poughkeepsie, Nueva York, 1.843-1.936». *American Economic Review* 3 (1938): 497-514.
- JOVANOVIC, B. «Selection and the Evolution of Industry». *Econometrica* 50 n.º 3 (1982): 649-671.
- JUSTO, R., C. CRUZ, J. DE CASTRO y C. CODURAS. «Entrepreneurs' Perceptions of Success: Examining Differences Across Gender and Family Status», *IE Working Paper* 06-07. Instituto de Empresa Business School, 2006.
- KALLEBERG, A. L., P. V. MARSDEN, H. E. ALDRICH y J. W. CASSELL. «Comparing Organizational Sample Frames». *Administrative Science Quarterly* 35 (1990): 658-688.
- KALLEBERG, A. L. y K. T. LEICHT. «Gender and Organizational Performance: Determinants of Small Business Survival and Performance». *Academy of Management Journal* 34 n.º 1 (1991): 136-161.
- KANGASHARJU, A. «Growth of the Smallest: Determinants of Small Firm Growth During Strong Macroeconomic Fluctuations». *International Small Business Journal* 19 (2000): 28-43.
- KOLVEREID, L. y E. ISAKSEN. «New Business Start-up and Subsequent Entry into Self-Employment». *Journal of Business Venturing* 21 n.º 6 (2006): 866-885.
- LABICH, K. y P. DE LLOSA. «Why Companies Fail». *Fortune* 130 n.º 10 (1994): 52-57.
- LAITINEN, E. K. «Prediction of Failure of a Newly Founded Firm». *Journal of Business Venturing* 7 n.º 4 (1992): 323.
- LERNER, M. y T. ALMOR. «Relationships Among Strategic Capabilities and the Performance of Women-Owned Small Ventures». *Journal of Small Business Management* 40 n.º 2 (2002): 109-125.
- LIAO, J. «Entrepreneurial Failures: Key Challenges and Future Directions». En Welsch, H. P., ed. *Entrepreneurship-The Way Ahead* (2003): 133-150.
- LOSCOCO, K. A., J. ROBINSON, R. H. HALL y J. K. ALLEN. «Gender and Small Business Success: An Inquiry into Women's Relative Disadvantage». *Social Forces* 70 n.º 1 (1991): 65-85.
- LUSSIER, R. «A Non-Financial Business Success Versus Failure Prediction Model for Young Firms». *Journal of Small Business Management* 33 n.º 1 (1995): 8-20.
- . «Reasons Why Small Business Fail: and How to Avoid Failure». *The Entrepreneurial Executive* 1 n.º 2 (1996): 7.
- LUSSIER, R. y J. CORMAN. «There Are Few Differences Between Successful and Failed Small Businesses». *Journal of Small Business Strategy* 6 n.º 1 (1995): 12.
- MAYER, K. y S. GOLDSTEIN. *The First Two Years: Problems of Small Firm Growth and Survival*. Washington, D.C.: Small Business Administration, 1961.

- MCGRATH, R. G. «Falling Forward: Real Options Reasoning and Entrepreneurial Failure». *The Academy of Management Review* 24 n.º 1 (1999): 13.
- MELLAHI, K. y A. WILKINSON. «Organizational Failure: a Critique of Recent Research and a Proposed Integrative Framework». *International Journal of Management Review* 5/4 n.º 1 (2004): 21-41.
- NORTH, D., R. LEIGH y D. SMALLBONE. «A Comparison of Surviving and Nonsurviving Small and Medium-Sized Manufacturing Firms in London During the 1980s». *Small Enterprise Development*. Londres: Chapman, 1992.
- O'NEILL, H. y J. DUKER. «Survival and Failure in Small Business». *Journal of Small Business Management* 24 n.º 1 (1986): 7.
- PASANEN, M. «In Search of Factors Affecting SME Performance: the Case of Eastern Finland». *H. Business and Information Technology*, Kuopio University Publications, 2004.
- PERRY, S. C. «A Comparison of Failed and Non-Failed Small Businesses in the United States: Do Men and Women Use Different Planning and Decision Making Strategies?». *Journal of Developmental Entrepreneurship* 7 n.º 4 (2002): 415-428.
- PETERSON, R., G. KOZMETSKY y N. RIDGWAY. «Perceived Causes of Small Business Failures: A Research Note». *American Journal of Small Business* 8 n.º 1 (1983): 4.
- PHILLIPS, B. D. y B. A. KIRCHOFF. «Formation, Growth and Survival: Small Firm Dynamics in the U.S. Economy». *Small Business Economics* 1 (1989): 65-74.
- PREISENDORFER, P. y T. VOSS. «Organizational Mortality of Small Firms: The Effects of Entrepreneurial Age and Human Capital». *Organization Studies* 11 (1990): 107-130.
- REID, G. «Staying in Business». *International Journal of Industrial Organisation* 9 n.º 4 (1991): 545-556.
- RIDING, A. y C. SWIFT. «Women Business Owners and Terms of Credit: Some Empirical Findings of the Canadian Experience». *Journal of Business Venturing* 5 (1990): 327-340.
- ROBB, A. M. «Entrepreneurial Performance by Women and Minorities: The Case of New Firms». *Journal of Developmental Entrepreneurship* 7 n.º 4 (2002): 383-297.
- ROMANELLI, E. «Environments and Strategies of Organization Start-up: Effects on Early Survival». *Administrative Science Quarterly* 34 (1989): 369-389.
- RONSTADT, R. «The Corridor Principle». *Journal of Business Venturing* 3 (1988): 31-40.
- ROURE, J. y M. MAIDIQUE. «Linking Pre-Funding Factors and High-Technology Venture Success: an Exploratory Study». *Journal of Business Venturing* 1 (1986): 295-306.
- SEXTON, E.A. y P. B. ROBINSON. «The Economic and Demographic Determinants of Self-Employment». En R.H. BROCKHAUS et al., eds. *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 28-42). Wellesley, MA: Babson College, 1989.
- SHIM, S. y M. A. EASTLICK. «Characteristics of Hispanic Female Business Owners: An Exploratory Study». *Journal of Small Business Management* 36 n.º 3 (1998): 18-34.
- SINGH, J. V. y C. J. LUMSDEN. «Theory and Research in Organizational Ecology». *Annual Review of Sociology* 16 (1990): 161-195.
- SINGH, S. P., R. G. REYNOLDS y S. MUHAMMAD. «A Gender-Based Performance Analysis of Micro and Small Enterprises in Java, Indonesia». *Journal of Small Business Management* 39 n.º 2 (2001): 174-191.
- SOMMERS, W. P. y H. KOC. «Why Most Ventures fail (and how other's don't)». *Management Review* 76 n.º 9 (1987): 5.
- SRINIVASAN, R., C. Y. WOO y A. C. COOPER. «Performance Determinants for Male and Female Entrepreneurs». En *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 43-49). Wellesley, M.A: Babson College, 1994.

- STAM, E., D. AUDRETSCH y J. MEIJAARD. «Renascent Men or Entrepreneurship As a One-Night Stand». Seminar Failing Forward, November 9th. Bruselas: The Swedish Foundation for Small Business Research, 2006.
- STANWORTH, J. «Penetrating the Mists Surrounding Franchise Failure Rates, Some Old Lessons from New Businesses». *International Small Business Journal* 13 (1995): 59-63.
- STEWART, H. y C. GALLAGHER. «Business Death and Firm Size in the UK». *International Small Business Journal* 4 (1986): 42-57.
- STOREY, D., R. WATSON y P. WYNARCZK. *The Performance of Small Firms*. Londres: Croom Helm, 1987.
- STOREY, D. J. *Understanding the Small Business Sector*. Londres: Routledge, 1994.
- ULMER, K. J. y A. Nelson. «Business Turnover and Causes of Failure». *Survey of Current Business Research* 27 n.º 4 (1947): 10-16.
- VERHEUL, I. y R. THURIK. «Start-up capital: "Does Gender matter?"». *Small Business Economics* 16 n.º 4: (2001).
- VESPER, K. *New Venture Strategies*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1990.
- WATSON, J. y J. EVERETT. «Do Small Firms Have Higher Failure Rates?». *Journal of Small Business Management* 34 n.º 4 (1996): 45-63.
- WILKUND, J. «Small Firm Growth strategies». En ZACHARACKIS, A. y S. SPINELLI, eds. *Entrepreneurship*. Greenwich, CT: Praeger Publishers, 2006.
- WILLIAMS, M. L. «Measuring Business Starts, Success and Survival: Some Database Considerations». *Journal of Business Venturing* 8 (1993): 295-299.
- ZACHARAKIS, A. L., D. MEYER y J. DE CASTRO. «Differing Perceptions of New Venture Failure: A Matched Exploratory Study of Venture Capitalists and Entrepreneurs». *Journal of Small Business Management* 37 n.º 3 (1999): 1-14.

9. Conclusiones sobre la naturaleza del proceso emprendedor en el ámbito internacional y en España

Julio O. de Castro

Instituto de Empresa Business School

NUESTRO estudio permite el análisis comparado del proceso emprendedor tanto en países desarrollados como en vías de desarrollo, y obtener una visión general del proceso emprendedor en España, así como su comparación con la situación del resto de Europa. En esta obra hemos examinado, por un lado, elementos macro del proceso, como son la relación entre *emprededurismo* y desarrollo económico, y la medición del proceso emprendedor, y por otro, elementos específicos del proceso, como son el examen de la financiación emprendedora y las características de las mujeres emprendedoras. En las próximas secciones presentaremos las principales conclusiones del estudio en cada una de estas áreas y sus posibles implicaciones tanto para la investigación de creación de empresas como para las políticas públicas en el área de la creación de empresas.

9.1. Unavisión general: el proceso de creación de empresas en países desarrollados comparado con el de países en vías de desarrollo

Los datos nos indican que la creación de nuevas empresas, medida por el TEA, tiene implicaciones diferentes en los países desarrollados y en los países en vías de desarrollo y, por tanto, implicaciones diversas para los procesos e infraestructuras necesarias para impulsar la creación de empresas. Los países en vías de desarrollo

tienen tasas de creación de empresas significativamente mayores que los países desarrollados (10% frente a 6,4%); sin embargo, presentan tasas mucho más altas de creación de negocios por necesidad, sus emprendedores tienden a ser más jóvenes (la mayoría menores de 34 años), indican que sus empresas no tienen potencial de crecimiento y su tecnología es relativamente más anticuada. En este estudio, los resultados indican que una comparación simple de las tasas de creación de empresas no es suficiente para llegar a conclusiones fiables, ya que se comparan dos fenómenos de características diferentes y, por tanto, con efectos diferentes sobre sus implicaciones en el desarrollo económico de los países.

Este resultado, aunque no sorprendente, tiene claras implicaciones sobre el tipo de empresas creadas y la ayuda necesaria para la creación de empresas. La manera de ayudar y apoyar la creación de empresas en países desarrollados debe ser diferente a la utilizada en países en vías de desarrollo. Las investigaciones en esta área ya han examinado la relación entre desarrollo económico y el proceso emprendedor (Leff 1979; Audretsch y Fritsch 2003), el papel de los programas de asistencia a emprendedores (Chrisman et al. 1990) y la creación de empresas aprovechando oportunidades (Brown et al. 2001). Sin embargo, una de las conclusiones a que nos lleva este estudio es que, dado que las características del proceso son diferentes en los países en vías de desarrollo que en los países desarrollados, tanto los programas de ayuda a la creación de empresas como la investigación sobre los fenómenos de la creación de empresa deben incluir estas diferencias.

La creación de empresas por necesidad tiene implicaciones para la naturaleza del proceso de creación de empresas, las fuentes de financiación, las expectativas de crecimiento de la empresa y, posiblemente, para la relación con el crecimiento económico. Por ejemplo, la investigación en las áreas de economía y creación de empresas se han concentrado especialmente en el análisis de las tasas de desaparición de nuevas empresas (Birley 1986; Audretsch y Fritsch 2003; Mata y Portugal 1994). Sin embargo, estas tasas pueden estar relacionadas significativamente con la naturaleza del país y con la naturaleza de las empresas.

Es probable que los países en vías de desarrollo, aunque tengan porcentajes más altos de creación de empresas, tengan también

altos niveles porcentuales de desaparición de empresas, y más aún, dada la preponderancia de empresas creadas por necesidad, esas tasas sean esperables. Es posible, inclusive, que un número importante de esas empresas cierre porque el emprendedor ha encontrado una mejor alternativa para satisfacer sus necesidades (De Castro et al. 1997) y, en ese caso, hay la posibilidad de que ese impacto económico, tanto a nivel individual como de toda la sociedad, sea positivo. Un análisis a fondo de la relación entre creación de empresas y desarrollo, y de las mejores prácticas para incentivar la creación de empresas y, por tanto, el desarrollo, debe tener en cuenta las diferencias significativas en el proceso de creación de empresas por tipos de países.

9.1.1. La relación entre creación de empresas y crecimiento económico: evidencia del estudio y el rol del entorno social del emprendedor

La relación entre crecimiento económico y creación de empresas ha sido un área de interés tanto para los investigadores (Leff 1979; Wennekers y Thurik 1999; Wennekers et al. 2005) como para los responsables de política pública, ya que permite relacionar específicamente la ayuda a la creación de empresas y el desarrollo económico de los países (Kreft y Sobel 2005). El estudio examina a fondo esa relación y da un enfoque diferente a través del cual examinar el fenómeno. Mientras algunos como Leff (1979) argumentan que las altas tasas de crecimiento de los países en vías de desarrollo pueden atribuirse a la creación de empresas, la evidencia desde el punto de vista empírico no está tan clara (Rodrik 1996).

Este estudio nos da la oportunidad de examinar dicha relación, incluir en el análisis el entorno social del emprendedor y, finalmente, examinar sus características en el contexto de España. Aunque esta última parte de las características de la muestra no se puede examinar con el mismo rigor que las dos primeras, sí permite una primera aproximación a las características de la relación en España.

Los resultados obtenidos son complejos, pero arrojan información relevante acerca de las características de la relación entre la creación de empresas, medida como la propensión emprendedora

individual (PEI), el entorno emprendedor, medido como entorno social emprendedor del individuo (ESEI), y el producto interior bruto (PIB) de los países analizados. Dada la naturaleza de nuestros datos, el análisis se centró en el examen de la relación en países de la Unión Europea participantes en el Proyecto GEM.

En el primer caso, la relación entre la propensión emprendedora individual y el producto nacional bruto de los países, los resultados no son significativos. Es decir, aún existen dudas razonables sobre cuál es la relación entre la creación de empresas y el desarrollo económico. En España, en particular en el período examinado, el producto interior bruto creció mucho más de lo que creció el PEI, que se mantuvo básicamente estable. Aunque para un número elevado de países, como Noruega, Dinamarca, Países Bajos, Alemania e Irlanda, la relación es positiva, es decir, que cuando incrementa el PEI incrementa el PIB, para otros países, como Italia, la relación es negativa. Así, no podemos concluir que la creación de empresas contribuyera al desarrollo económico de los países examinados, ni tampoco afirmar que no contribuyó, solamente podemos señalar que los resultados no indican esa relación.

Donde los resultados son interesantes es en el análisis de la relación entre el entorno social del emprendedor y el producto interno bruto. Nuestros resultados indican que la presencia de un entorno social emprendedor favorable contribuye al desarrollo económico. Éste es un resultado importante que no se había determinado con anterioridad en la literatura y que permite esbozar el camino para acelerar el proceso. De acuerdo con nuestros resultados, si hay interés en que se creen empresas para que contribuyan al desarrollo económico, el camino a seguir es a través del fomento y potenciación del entorno social del emprendedor. Para dar al lector una idea de la magnitud del efecto, si en España se hubiese mantenido constante la medida del entorno social del emprendedor en el período 2001-2004 (disminuyó durante ese período), el PIB español hubiese aumentado en 1.200 dólares US en 2003 y en 700 dólares US en el 2004. Éste es un efecto significativo y de una magnitud apreciable que no se había examinado con anterioridad en la literatura. Nuestros resultados indican una relación directa de la creación de empresas como impulsor

del crecimiento económico, por lo que la opción que ofrecería mejores resultados sería dedicar recursos al fomento del entorno emprendedor.

9.1.2. La medición de la creación de empresas: el rol del entorno social del emprendedor

Una contribución importante del estudio es una medida amplia e incluyente de los factores participantes en la creación de empresas. Aunque basado en la información del cuestionario GEM (lo que limita en parte el análisis de las medidas a las incluidas en dicho estudio) esta nueva medición de la creación de empresas incluye el análisis del entorno social del emprendedor, sus redes sociales y la contribución de estas redes a la creación de empresas.

Entender y medir claramente el proceso de creación de empresas es un problema de vital importancia, tanto desde el punto de vista de la investigación, ya que nos permite tener mejores elementos para juzgar y entender la naturaleza del proceso de creación de empresas, como desde el punto de vista de las políticas públicas, ya que provee evidencias de la efectividad de los programas de asistencia a la creación de empresas.

Desde este punto de vista, el Proyecto GEM ha sido una aportación invaluable para la investigación y la política pública, tanto desde el punto de vista de su diseño como de su implementación. Por un lado, su diseño permite detectar porcentajes de emprendedores dentro de la población, compararlos con no emprendedores e, incluso, detectar posibles futuros emprendedores y cuestionar a todos esos grupos, tanto acerca de las características de su negocio como del impacto de las políticas públicas en sus perspectivas de creación de nuevas empresas. La implementación conjunta y similar en más de 40 países permite comparar, analizar y determinar diferencias y mejores prácticas entre países.

Por su importancia para la investigación y para el diseño de políticas públicas, es importante que la medición de la naturaleza del proceso emprendedor sea robusta y de calidad. En Nueva Zelanda, por ejemplo, la medición de la tasa de creación de empresas (TEA), que proviene del GEM, forma parte de las medidas de crecimiento económico que utiliza el país para dirigir su progreso

(Frederick 2006). El objetivo de este estudio fue el de revisar la medición de la tasa de creación de negocios en base a las medidas existentes en el cuestionario GEM, a fin de contribuir a su robustez y calidad, ya que es necesario que estas medidas se mantengan en el tiempo y a través de los diferentes países, para poder asegurar su consistencia.

La primera contribución importante es la revisión de la medida de creación de empresas incluida en el GEM, el TEA. En este estudio se desarrolla una medida de creación de empresas, el PEI (propensión emprendedora del individuo) que, en lugar de clasificar individuos como emprendedores o no emprendedores, permite determinar la propensión emprendedora del individuo, es decir, la probabilidad de que tome parte en la creación de una nueva empresa. Esta medida es de alto interés tanto para investigadores como para aquellos interesados en fomentar la creación de empresas, ya que permite analizar no ya si el individuo es o no emprendedor, sino cuál es la probabilidad de que cree una nueva empresa y cuál es el impacto de las medidas de ayuda para la creación de empresas en esa probabilidad. Este estudio, por tanto, constituye un salto fundamental, al permitir el análisis de la creación de empresas desde el punto de vista del individuo y el de los agentes sociales que la apoyan.

La segunda contribución importante de esta revisión es la introducción en la medición de la creación de empresa del *entorno social emprendedor del individuo*, (ESEI). Incluir el entorno social del emprendedor es fundamental en la medición de la creación de empresas por dos motivos: 1) los emprendedores dependen de esas redes sociales para la creación, y 2) esas redes sirven para suplementar deficiencias institucionales. Sobre el primer punto, Greve y Salaff (2003) han escrito que los emprendedores usan redes sociales en cada fase del proceso de creación de empresas y que esos patrones de uso de redes sociales son consistentes a través de países. Litch y Siegel (2006), por otro lado, argumentan que los emprendedores utilizan las redes sociales para superar las deficiencias institucionales y las limitaciones a la creación de empresa, incluyendo limitaciones legales y estructurales.

Los resultados en este estudio van más allá. En él se examina la contribución directa del entorno social de la creación de

empresas y permite examinar la relación entre uno y otra. Las nuevas medidas determinadas en este estudio permiten medir el efecto del entorno social en la propensión emprendedora del individuo. Al incorporarlas, se contribuye a una mejor medición de la propensión emprendedora del individuo y a la posibilidad de medir con mejor precisión el efecto de los programas de apoyo a los emprendedores, ya que tenemos una medida que incluye una variable como el entorno emprendedor, que no se había incluido antes en el estudio y que nuestra evidencia indica que afecta significativamente a la propensión a crear empresas.

La determinación de las variables PEI y ESEI permite también la determinación de umbrales en el contexto de la creación de empresas, es decir, el punto a partir del cual la gente se pone en movimiento hacia la creación de empresas. Tanto para los investigadores como para aquellos interesados en la creación de empresas, la determinación de umbrales específicos permite analizar los elementos que determinan ese último paso y, más importante aún, qué se puede hacer desde el punto de vista de política pública para empujar ese último paso. Esto debe ser una base importante de la investigación futura en el área de creación de empresas.

Aunque estos resultados indican que nuestras medidas de creación emprendedora PEI y ESEI presentan mejoras significativas a la medida del TEA tanto desde el punto de vista del poder explicativo de las variables como de la inclusión del entorno emprendedor en el proceso de medición de la creación de empresas, una conclusión importante de este estudio es la observación de que todas estas medidas presentan una elevada volatilidad. Esto nos indica que es necesario mejorar la medición de estas variables.

Por ejemplo, en el caso del TEA, la evidencia es que los cambios de año a año en esa variable son altamente significativos (de hasta 30% entre dos años), saltos que, en ausencia de fenómenos externos de importancia que los causen, se hace difícil pensar que puedan ocurrir sólo basados en cambios estructurales interanuales. Desde nuestro punto de vista, la elevada volatilidad de los índices utilizados puede atribuirse a que se basan en la agregación de unas pocas (3 o 4) variables altamente sesgadas (*skewed*). Con el fin de obtener índices menos volátiles, parece importante utilizar un número mayor de indicadores para cada índice y la adopción

de series de tiempo más amplias, medidas, por ejemplo, basadas en medias móviles que permitan indicadores más estables en el tiempo.

9.2. Unavisión particular: elementos generales del proceso de creación de empresas en España

Una parte fundamental de este libro es el análisis detallado de las características del proceso emprendedor en España, en particular los elementos principales del proceso, el rol de la financiación y la mujer emprendedora. Dicho análisis pone de manifiesto un proceso vibrante y robusto, que contribuye significativamente al desarrollo del país pero que, al mismo tiempo, presenta claroscuros y necesidades de mejora. En las próximas secciones examinamos a fondo las conclusiones de esos capítulos, especialmente desde los puntos de vista de qué nos dicen para la investigación de la creación de empresa en España y del rol de la política pública.

Una de las conclusiones más interesantes de este capítulo es que la situación del crecimiento emprendedor en España, que se sitúa dentro del grupo del centro de los países desarrollados, puede interpretarse de dos formas. La primera es que los índices de creación de empresa se han situado rápidamente a la altura de los países desarrollados, en consonancia con la rapidez del crecimiento económico del país. La segunda interpretación es que la modestia de los índices con respecto a los de los países en vías de desarrollo habla de las limitaciones en la cultura emprendedora del país y de que la inclinación a crear empresas no está totalmente imbuida en la población.

En este último punto es necesario remarcar que, en España, la tasa de creación de empresas está muy por debajo de países con TEA por encima de 10%, como Estados Unidos, Australia e inclusive Irlanda, país que ha pasado recientemente por experiencias similares a la de España y, sin embargo, tiene una tasa de creación de empresas significativamente mayor. En este sentido, la interpretación de que el nivel de creación de empresas está en línea con su situación de país desarrollado puede esconder deficiencias estructurales en los procesos de creación y promoción

para la creación de empresas. Éste es un punto que es necesario investigar a fondo en investigaciones futuras, en especial por sus implicaciones en el esfuerzo necesario para crear nuevas empresas. Es importante, por ejemplo, considerar que aunque España se encuentra en línea con los países desarrollados en cuanto a sus tasas de creación de empresas, esto no debe implicar que España *se duerma en sus laureles* y no haga los esfuerzos necesarios para la mejora del proceso de promoción y ayuda a las nuevas empresas.

Este análisis es consistente con las percepciones de los emprendedores españoles acerca del proceso emprendedor. Los datos de nuestro estudio apuntan a que existen claros oscuros en la percepción del proceso por parte de los emprendedores. Aunque las expectativas de crecimiento de empleo han seguido una tendencia alcista moderada en los últimos años, sufrieron una estrepitosa caída (de 26,7% al 14,3%) entre el año 2002 y 2003, caída de la que no se recupera todavía. Esos datos son consistentes con los datos de apoyo financiero, que también sufrió una caída para el mismo período (del 3,01 a 2,45) y una ligera recuperación (2,54) y con los datos sobre los niveles de burocracia y trámites, que continúan escalando en una tendencia progresiva, a pesar del énfasis que las administraciones han puesto en la reducción de trabas burocráticas a la creación de empresas.

Sin embargo, los resultados en cuanto a políticas de apoyo gubernamental son un elemento positivo con respecto a las percepciones de los emprendedores. La percepción de los emprendedores del apoyo, las medidas y el énfasis de las administraciones en la creación de empresas sigue una tendencia alcista, aunque en los dos últimos años ha habido una contracción en esa tendencia, lo cual es algo a lo que las administraciones deben prestar atención. Por otro lado, la percepción de los emprendedores con respecto a la existencia de ayudas a la creación de empresas sigue una tendencia alcista. En conclusión, la evidencia en cuanto al rol del estado en el proceso de creación es mixta. Por un lado, la percepción acerca de programas apoyo, el énfasis, las medidas y la presencia de las administraciones públicas muestran una tendencia alcista en cuanto a las percepciones de los emprendedores pero, por otro lado, la percepción de las trabas burocráticas y trámites también sigue en alza.

Finalmente, los datos en cuanto a la apertura de mercados y a la educación también presentan matices. Por un lado, la percepción de los emprendedores sobre la educación primaria en España tiende a la recuperación (1,870) después de una caída sustancial entre 2002 y 2003 (de 1,94 a 1,82), y la percepción de los niveles de educación tras la secundaria siguen una tendencia al alza y se perciben como mucho mejores por los emprendedores. Estos resultados son interesantes porque, por un lado, la educación primaria y secundaria está mucho peor percibida por los emprendedores, desde el punto de vista de su posible contribución al proceso emprendedor, mientras que la educación postsecundaria está mucho mejor percibida y con una tendencia alcista. Sería importante investigar en qué consisten las diferencias en los dos modelos y aplicarlos a la educación primaria y secundaria para su mejora. Por otro lado, los datos indican una percepción de incremento de las barreras internas de mercado. Estos resultados confirman de nuevo la idea de que hay elementos positivos y negativos al examinar el proceso de creación de empresas en España.

La literatura ha distinguido entre aquellos emprendedores que comienzan sus negocios persiguiendo una oportunidad y aquellos que los comienzan para satisfacer sus necesidades vitales (Brown, Davidsson y Wiklund 2001). Los emprendedores españoles indican mayoritariamente que la razón para comenzar su negocio es la persecución de oportunidades (81,5%), cuando se los compara con los que indican que han comenzado el negocio por necesidad (14,8%). Aunque esta medida debe ser tomada con cautela ya que es posible que los emprendedores tiendan a indicar que los negocios los han comenzado persiguiendo oportunidades (sesgo de deseabilidad social), con el fin de parecer mejores en la realización de la encuesta. Los resultados de esta pregunta están en línea con los resultados obtenidos en los países desarrollados (Japón, Suecia, Canadá, Australia). Dado que todos los emprendedores en los diferentes países reciben el mismo cuestionario, aunque los datos de creación por oportunidad estén magnificados, los resultados nos indican que están en línea con los de los países de más altos niveles de desarrollo. La creación por oportunidad es importante, especialmente por la posible mejor calidad de las empresas que se crean en pos de

oportunidades, mejor organización, planes de negocios, financiación, etc., y por los objetivos de crecimiento de las empresas, que tienden a ser mayores que los de aquellas creadas para satisfacer necesidades del emprendedor.

Finalmente, en comparación a todos los otros países, España ocupa el primer lugar en la iniciación de empresas con el fin de lograr la independencia económica. Es necesaria más investigación para entender la relación entre la creación de empresas con el objetivo de ser su propio jefe y las implicaciones para el crecimiento y la naturaleza de las empresas. Nos parece un dato positivo para el país pero, a la espera de más estudios sobre este punto, debemos ser cautos en cuanto a las implicaciones de este resultado.

9.2.1. Sobre la financiación del proceso de creación de empresas en España

Los dos últimos capítulos del libro estudian dos temas fundamentales para entender la naturaleza del proceso de creación de empresas en España: el rol de la financiación y sus fuentes en la creación de empresas en España y las características de la mujer emprendedora española y sus implicaciones para el proceso de creación de empresas en España.

Los resultados del estudio hablan de un proceso en transición hacia la madurez, con elementos interesantes desde el punto de vista de desarrollo, pero al mismo tiempo con necesidades de mejora significativas. Los fondos para la creación de empresas de los emprendedores españoles provienen en un 65% de la autofinanciación, un valor que, aunque ha disminuido en los últimos tres años del estudio, todavía sitúa a España en el rango más alto de la Unión Europea. Aunque el porcentaje de financiación que procede de ayudas gubernamentales casi se ha duplicado en los últimos años hasta situarse en un 5,5%, lo cierto es que el emprendedor español todavía depende demasiado de la autofinanciación y de la financiación de su entorno familiar (33,4% en 2005).

Es obvio que si el peso principal de la financiación de nuevas empresas proviene del emprendedor y de su entorno familiar, la iniciación de nuevas empresas se verá restringida significativamente por el riesgo que significan para la economía familiar. Sin embargo, argumentar que la brecha sea cubierta directamente por las

ayudas gubernamentales puede ser contraproducente y producir incentivos perversos. Una información positiva es que, en España, la importancia de la financiación bancaria (> 50%) es superior a la media de los países del Proyecto GEM y una posible razón de este fenómeno puede ser el uso de garantías limitadas de préstamo, que permiten la entrada de instituciones financieras a la financiación temprana de nuevos negocios. De esta manera se combinan los incentivos gubernamentales con la disciplina del mercado. El artículo menciona algunos programas al respecto (Línea ICO-PYME) sobre financiación a través del sistema bancario.

Un área donde España debe mejorar significativamente es en el rol de los inversionistas informales. Tanto la literatura como la evidencia nos indican la importancia del rol de los inversionistas informales en la financiación de empresas nuevas y nacientes. En el caso de España, la financiación por parte de inversores informales está por debajo de las medias tanto del resto de los países GEM como de los países de la Unión Europea y también con respecto a todas las medidas de inversión informal (inversión per cápita, inversión informal como porcentaje del PIB, cantidad anual de inversión informal, cantidad media por inversor), y que el inversor informal lo hace básicamente por familiaridad o parentesco con el emprendedor.

La información previa nos indica que una posible área de intervención para mejorar las fuentes de financiación de nuevas empresas puede ser la mejora de las estructuras institucionales para la entrada de inversores informales a la financiación de la empresa. Una parte de esas mejoras estructurales puede ser la creación de mecanismos proveedores de información, que permitan la transmisión de datos acerca de las oportunidades de inversión y de financiación por individuos o instituciones, para la profesionalización de la inversión informal. Está claro que las mejoras en este contexto tendrían implicaciones más que positivas para la financiación de la creación de empresas en España.

Del mismo modo, es necesario mejorar la inversión en capital riesgo formal en España, ya que presenta datos muy por debajo del conjunto de los países GEM y del resto de los países de la Unión Europea en esta área. Éste es un problema importante, en especial por la calidad y las características de crecimiento de las empresas en las cuales invierte el capital riesgo. Poco capital

riesgo implica que empresas que podrían tener altas tasas de crecimiento no reciben ese impulso vital. Es posible que problemas estructurales limiten la presencia plena del capital riesgo en España. Las inversiones de capital riesgo requieren eventos de liquidez (*liquidity events*), por ejemplo, OPAS, venta a un comprador, o ventas de acciones en los mercados, a través de los cuales los fondos de capital riesgo puedan hacer líquida su inversión, ya que el interés principal de estos inversionistas no es tener participaciones en esas empresas, sino hacer líquidas sus ganancias para poderlas retornar a sus inversores.

En España no hay la posibilidad de que las empresas crecientes puedan poner sus acciones en venta en el mercado. Es posible que la creación de mercados para empresas de menor tamaño, como el NASDAQ estadounidense, estimule la inversión en capital riesgo, al crear la posibilidad de nuevos eventos de liquidez en los cuales los inversionistas de capital riesgo puedan recobrar su inversión en empresas nuevas y esto es algo a tener en cuenta por los agentes económicos españoles.

9.2.2. Sobre mujeres emprendedoras en España

La información del Proyecto GEM con respecto a la mujer emprendedora, apunta hacia la convergencia en las tasas de creación de empresas entre hombres y mujeres emprendedoras en España, tanto en cuanto a las tasas de creación (TEA) como a los porcentajes de emprendedores por oportunidad y al tipo y calidad del asesoramiento recibido. Aunque éste es un dato alentador, no debe dar pie a ralentizar los esfuerzos por incorporar a la mujer en el proceso emprendedor. Es especialmente interesante la información con respecto al temor al fracaso, cuando se compara a emprendedores con no emprendedores. Los datos nos indican que los hombres y mujeres emprendedores en España son muy parecidos. Sin embargo, hace falta entender más a fondo el fenómeno para determinar si es necesaria la creación de programas de incentivos y ayudas a la creación de empresas dirigidas específicamente a posibles mujeres emprendedoras.

Un área a examinar es la posibilidad de que existan diferencias en las distintas etapas de la vida de los emprendedores y en base a la presencia de hijos dependientes. Un nuevo estudio en

esta área (Justo, Cruz y De Castro 2007) indica que, aunque en la ausencia de hijos dependientes las percepciones de hombres y mujeres emprendedores son similares, en su presencia estas percepciones cambian significativamente. Estas diferencias pueden tener implicaciones significativas para los programas de asistencia a emprendedores.

9.2.3. El fracaso empresarial en España

Finalmente, y desde el punto de vista macro, el estudio nos presenta un análisis sistemático sobre la naturaleza del fracaso empresarial, que es un elemento fundamental para entender el proceso de creación de empresas. Aunque este libro se ha centrado en el proceso de creación de empresas, entender el fracaso empresarial es fundamental tanto desde el punto de vista de la investigación como de las políticas públicas. Es particularmente problemática la falta de información acerca de la naturaleza del fracaso empresarial, de las implicaciones de su manejo por parte del emprendedor y de las políticas públicas en torno al fracaso empresarial. En especial, se diferencia entre el fracaso como discontinuidad, el fracaso como bancarota, el fracaso como cierre para prevenir pérdidas y el fracaso como incapacidad de llevar el negocio adelante.

Los distintos tipos de fracaso tienen implicaciones diferentes con respecto a los programas de asistencia al emprendedor y a la investigación. Estos elementos, combinados con las características del emprendedor (factores demográficos, atributos del capital humano) y las características de la empresa, ofrecen, en conjunto, una radiografía del fracaso más delineada para diseñar mejores programas que ataquen esta problemática. En ese sentido, este capítulo contribuye significativamente a la literatura y al entendimiento de la problemática del proceso emprendedor.

En particular, el estudio nos dice sobre el cierre de empresas en España que la situación es similar a la de la creación de empresas. El cierre de empresas se mide en el estudio GEM preguntando si el emprendedor ha cerrado una empresa en los últimos 12 meses. La tasa de cierre en España para 2005, según el estudio GEM, es de 1,42%, lo que sitúa a España en la mitad inferior (menos cierres) de la Unión Europea, por debajo de Hungría, Eslovenia, Alemania, Bélgica y Austria, y por encima de Países Bajos. La tasa de cierre en

España está también muy por debajo de la media GEM (3,42%). Esta información, cuando se examina con los datos sobre creación de empresas, nos habla de un clima favorable para la creación de empresas: datos favorables tanto para la creación como para el cierre de empresas. Estos datos son complementados con información favorable con respecto a las razones para el cierre. De los encuestados que respondieron que cerraban su empresa, casi el 23% lo hicieron por razones voluntarias (jubilación o por que encontraron otro trabajo). Esta información es consistente con los estudios que examinan el cierre de empresas por razones voluntarias (Bates 2005).

Por último, hay informaciones sobre el cierre de empresas que son motivo de preocupación. Aunque las mujeres sólo representan el 46,5% de los emprendedores en España, los cierres de empresas creadas por mujeres son el 67,5% del total, lo que nos indica que las mujeres están sobrerrepresentadas en cuanto a cierres, cuando las comparamos con los hombres emprendedores. Una posible razón para esta sobrerrepresentación podría ser la calidad de las nuevas empresas iniciadas por mujeres. Si más empresas de mujeres se crean por necesidad y si están infrafinanciadas, éstas podrían ser algunas de las razones por las cuales presentan tasas más altas de cierre.

Sin embargo, la información sobre la actitud de los emprendedores que han cerrado sus negocios acerca de la oportunidad de crear otros negocios, indica que los emprendedores todavía ven el proceso de creación de empresas con una actitud positiva. Aunque sólo el 18% de ellos están actualmente involucrados en una actividad emprendedora (lo cual es de esperar ya que han cerrado una empresa hace sólo un máximo de 12 meses), el 59% dice que el fracaso no le frena para crear otra empresa, el 67% considera deseable crear otra empresa, y el 76% considera que tiene las habilidades para crear una empresa. No obstante, el 63% no percibe buenas oportunidades de negocio en los próximos 6 meses. La información nos indica una clara dicotomía entre la actitud personal y las percepciones externas del proceso. Mientras su actitud personal es positiva, su percepción acerca de los elementos externos (oportunidades, actitud con respecto a crear otra empresa) es menos positiva. Los emprendedores que han cerrado sus empresas en los últimos 12 meses se ven positivamente como

emprendedores; sin embargo, no ven tan positivo el entorno de creación de empresas.

Bibliografía

- AUDRETSCH, D. B. y M. FRITSCH. «Linking Entrepreneurship Growth: The Case of West Germany». *Industry and Innovation* 10 n.º 1 (marzo 2003): 65-73.
- BATES, T. «Analysis of Young, Small Firms That Have Closed: Delineating Successful from Unsuccessful Closures». *Journal of Business Venturing* 20 n.º 3 (2005): 343-358.
- BIRLEY, S. «The Role of New Firms: Births, Deaths and Job Generation». *Strategic Management Journal* 7 n.º 4 (1986): 361-376.
- BROWN, T. E., P. DAVIDSSON y J. WIKLUND. «An Operationalization of Stevenson's Conceptualization of Entrepreneurship as Opportunity-Based Firm Behavior». *Strategic Management Journal* 22 n.º 10 (2001): 953-968.
- CHRISMAN, J. J., A. CARSRUD, J. O. DE CASTRO y L. HERRON. «Assistance Needs of Male and Female Pre-Venture Entrepreneurs». *Journal of Business Venturing* 5 n.º 4 (1990): 235-248.
- DE CASTRO, J. O., S. ALVAREZ, J. BLASICK y M. ORTIZ. «An Examination Of The Nature Of Business Closings: Are They Really Failures?». *Frontiers of Entrepreneurship Research* (1997): 260-271.
- FOGEL, D. S. y D. R. GNYAWALI. «Environments for Entrepreneurship Development: Key Dimensions and Research Implications». *Entrepreneurship Theory and Practice* 18 (1994): 43-62.
- FREDERICK H. *Global Entrepreneurship Monitor*. New Zealand: Aotearoa, 2005.
- GREVE, A. y J. W. SALAFF. «Social Networks and Entrepreneurship». *Entrepreneurship Theory and Practice* 28 n.º1 (2003): 1-22.
- JUSTO, R., C. CRUZ y J. DE CASTRO. «Perceptions of Success of Male and Female Entrepreneurs: A Social Identity Approach». Ponencia presentada en la *European Academy of Management*. París: 2007.
- KREFT, S. F. y SOBEL, R. «Public Policy, Entrepreneurship and Economic Freedom». *Cato Journal* 25 n.º 3 (2005): 595-616.
- LEFF, N. H. «Entrepreneurship and Economic Development: The Problem». *Revisited Journal of Economic Literature* 17 n.º 1 (1979): 46-64.
- LICHT A. N. y J. I. SEGEL. «The Social Dimensions of Entrepreneurship». En CASSON, M. y B. YEUNG, eds. *Oxford Handbook of Entrepreneurship*. Oxford: Oxford University Press, 2006.
- MATA, J. y P. PORTUGAL. «Life Duration of New Firms». *The Journal of Industrial Economics* 42 n.º 3 (1994): 227-245.
- RODRIG, D. «Understanding Economic Policy Reform». *Journal of Economic Literature* 34 n.º 1 (1996): 9-41.
- WENNEKERS, S. y R. THURIK. «Linking Entrepreneurship and Economic Growth». *Small Business Economics* 13 n.º 1 (1999): 27-55.
- WENNEKERS, S., A. VAN STEL, R. THURIK y P. REYNOLDS. «Nascent Entrepreneurship and the Level of Economic Development». *Small Business Economics* 24 (2005): 293-309.

Índice de cuadros

| | | |
|-------------|--|-----|
| CUADRO 1.1: | Listado de países participantes en las distintas ediciones del Proyecto GEM por años..... | 28 |
| CUADRO 1.2: | Listado de países participantes en las distintas ediciones del Proyecto GEM por continentes..... | 29 |
| CUADRO 2.1: | Frecuencias de variables seleccionadas..... | 55 |
| CUADRO 2.2: | Parámetros estimados y errores estándar para los parámetros pendientes..... | 58 |
| CUADRO 2.3: | Proporción de varianza explicada para cada uno de los indicadores del modelo..... | 58 |
| CUADRO 2.4: | Correlaciones entre el TEA, punto estimado de las variables latentes y las variables latentes <i>proxies</i> | 60 |
| CUADRO 2.5: | Listado de países de la Unión Europea en los que se evalúa la bondad del ajuste del modelo, con indicación del tamaño muestral por cada año..... | 62 |
| CUADRO 2.6: | Bondad de ajuste del modelo en países europeos por año.. | 63 |
| CUADRO 2.7: | Correlaciones de los valores de los índices TEA, PEI y ESEI entre 2001 y 2003..... | 64 |
| CUADRO 3.1: | Correlaciones entre el PIB per cápita y los índices TEA de propensión emprendedora individual (PEI) y entorno social emprendedor del individuo (ESEI)..... | 88 |
| CUADRO 3.2: | Coefficientes estimados de la predicción de GDP per cápita.. | 96 |
| CUADRO 3.3: | Coefficientes estimados de la predicción de GDP per cápita, utilizando el entorno emprendedor social del individuo..... | 97 |
| CUADRO 4.1: | TEA promedio en los países en vías de desarrollo y desarrollados 2005..... | 107 |
| CUADRO 6.1: | Importancia de la autofinanciación: porcentaje de fondos aportados por el emprendedor en España..... | 165 |
| CUADRO 6.2: | Porcentaje de fondos aportados por el emprendedor: España en el contexto internacional 2004..... | 165 |
| CUADRO 6.3: | Importancia de las fuentes de financiación utilizadas por el emprendedor para completar el capital semilla en España..... | 166 |

| | | |
|--------------|--|-----|
| CUADRO 6.4: | Fuentes de financiación que utiliza el emprendedor. España en el contexto internacional 2003..... | 167 |
| CUADRO 6.5: | Inversión informal países GEM (2002- 2005)..... | 171 |
| CUADRO 6.6: | Relación del inversor informal con el beneficiario de la inversión. España (2003-2005) | 175 |
| CUADRO 6.7: | Relación del inversor informal con el beneficiario de la inversión. España en el contexto internacional 2004 .. | 175 |
| CUADRO 6.8: | Cantidad invertida por el inversor informal según su relación con el beneficiario de la inversión. Año 2004..... | 176 |
| CUADRO 6.9: | Tasa interna de rentabilidad por tipo de inversor informal 2004..... | 179 |
| CUADRO 6.10: | Inversiones realizadas por el capital riesgo formal en 2004..... | 181 |
| CUADRO 6.11: | Inversiones realizadas por el capital riesgo en 2004 según fase de desarrollo de la sociedad receptora | 182 |
| CUADRO 7.1: | Evolución histórica del TEA femenino en España | 193 |
| CUADRO 7.2: | Porcentaje de uso de asesoramiento en creación de empresas en función del género..... | 195 |
| CUADRO 7.3: | Porcentaje del tipo de asesoramiento recibido en función del género..... | 196 |
| CUADRO 7.4: | Comparación de los factores psicosociales en función del género..... | 199 |
| CUADRO 8.1: | Lista de factores de fracaso detectados por los estudios empíricos más citados | 211 |
| CUADRO 8.2: | Evolución del cierre de empresas: España en una perspectiva internacional..... | 224 |
| CUADRO 8.3: | Principales motivos de cierre de empresas en España..... | 225 |
| CUADRO 8.4: | Características personales de los emprendedores que han cerrado su empresa en el año 2005 | 226 |
| CUADRO 8.5: | Características psicológicas de los emprendedores que han cerrado su empresa en el año 2005 | 228 |

Índice de esquemas, figuras y gráficos

| | |
|---|-----|
| ESQUEMA 2.1: Un modelo bidimensional de la actividad emprendedora.. | 56 |
| ESQUEMA 3.1: Relación entre innovación emprendedora y crecimiento según Schumpeter (<i>Schumpeter regime mark I</i>)..... | 78 |
| FIGURA 8.1: Definiciones de fracaso empresarial como subconjuntos de la mortalidad..... | 207 |
| GRÁFICO 2.1: Gráficos de dispersión de los índices TEA, EA y EE medios en los años recogidos..... | 65 |
| GRÁFICO 2.2: Índices TEA, PEI y ESEI por país y año..... | 66 |
| GRÁFICO 3.1: Evolución del PIB per cápita en el período 2001-2004.... | 90 |
| GRÁFICO 3.2: Evolución de la propensión emprendedora individual en el período 2001-2004..... | 91 |
| GRÁFICO 3.3: Evolución del entorno social emprendedor del individuo en el período 2001-2004..... | 92 |
| GRÁFICO 3.4: Relación entre PIB per cápita y propensión emprendedora individual en el período 2001-2004..... | 93 |
| GRÁFICO 3.5: Relación entre PIB per cápita y entorno social emprendedor del individuo en el período 2001-2004..... | 94 |
| GRÁFICO 3.6: Evolución observada del PIB per cápita español en el período 2001-2004 frente a la evolución predicha bajo niveles constantes del entorno social de los emprendedores..... | 98 |
| GRÁFICO 4.1: Tasa de actividad emprendedora incipiente (TEA) del año 2005 | 105 |
| GRÁFICO 4.2: Relación entre el TEA y el PIB per cápita de los países GEM 2005..... | 106 |
| GRÁFICO 4.3: Distribución de la tasa de actividad emprendedora en actividad por necesidad, oportunidad o ambas cosas en los países participantes en GEM 2005..... | 109 |
| GRÁFICO 4.4: Distribución de edad de los emprendedores y de los empresarios consolidados en los países en vías de desarrollo y desarrollados en 2005 | 109 |

| | | |
|---------------|--|-----|
| GRÁFICO 4.5: | Distribución sectorial de las iniciativas emprendedoras en los países en vías de desarrollo y desarrollados en 2005.. | 110 |
| GRÁFICO 4.6: | Distribución de las iniciativas emprendedoras en los países en vías de desarrollo y desarrollados, según su potencial de crecimiento (empleo, expansión en el mercado...) en 2005..... | 111 |
| GRÁFICO 4.7: | Antigüedad de las tecnologías y procedimientos adoptados en las iniciativas emprendedoras en los países en vías de desarrollo y desarrollados en 2005..... | 112 |
| GRÁFICO 4.8: | Serie temporal del índice de actividad emprendedora <i>early stage</i> (TEA) español..... | 114 |
| GRÁFICO 4.9: | Estimación de la actividad emprendedora en los países GEM 2005..... | 115 |
| GRÁFICO 4.10: | Evolución de la edad media del emprendedor <i>early stage</i> en España..... | 118 |
| GRÁFICO 4.11: | Evolución de la ratio de participación femenina sobre la masculina en la actividad emprendedora..... | 119 |
| GRÁFICO 4.12: | Evolución del sector de actividad de las iniciativas nacientes..... | 121 |
| GRÁFICO 4.13: | Evolución de la plantilla media de las iniciativas nacientes (sin contar al emprendedor)..... | 123 |
| GRÁFICO 4.14: | Evolución de las expectativas de crecimiento medio en empleo de las actividades emprendedoras nacientes españolas..... | 124 |
| GRÁFICO 4.15: | Evolución del porcentaje de iniciativas nacientes y nuevas que tienen alguna expansión en el mercado..... | 125 |
| GRÁFICO 4.16: | Evolución del capital semilla medio necesario para acometer una <i>start up</i> | 126 |
| GRÁFICO 4.17: | Evolución de los porcentajes de emprendedores nacientes que han utilizado como fuente de financiación el crédito bancario, la ayuda gubernamental y/o la inversión informal..... | 127 |
| GRÁFICO 4.18: | Evolución del porcentaje de <i>business angel</i> informales en la población adulta española..... | 128 |
| GRÁFICO 5.1: | Evolución de las condiciones del entorno que inciden en la actividad emprendedora española. Apoyo financiero..... | 136 |
| GRÁFICO 5.2: | Evolución de las condiciones del entorno que inciden en la actividad emprendedora española. Política gubernamental: burocracia, trámites..... | 137 |
| GRÁFICO 5.3: | Evolución de las condiciones del entorno que inciden en la actividad emprendedora española. Política gubernamental: apoyo, medias, énfasis..... | 137 |

| | | |
|---------------|--|-----|
| GRÁFICO 5.4: | Evolución de las condiciones del entorno que inciden en la actividad emprendedora española. Programas gubernamentales: presencia, ayudas..... | 138 |
| GRÁFICO 5.5: | Evolución de las condiciones del entorno que inciden en la actividad emprendedora española. Educación primaria y secundaria..... | 138 |
| GRÁFICO 5.6: | Evolución de las condiciones del entorno que inciden en la actividad emprendedora española. Educación y formación postsecundaria..... | 138 |
| GRÁFICO 5.7: | Evolución de las condiciones del entorno que inciden en la actividad emprendedora española. Transferencia Tecn. I+D..... | 139 |
| GRÁFICO 5.8: | Evolución de las condiciones del entorno que inciden en la actividad emprendedora española. Acceso a infraestructura comercial..... | 139 |
| GRÁFICO 5.9: | Evolución de las condiciones del entorno que inciden en la actividad emprendedora española. Apertura mercado interno: barreras..... | 139 |
| GRÁFICO 5.10: | Evolución de las condiciones del entorno que inciden en la actividad emprendedora española. Apertura mercado interno: capacidad de reacción..... | 140 |
| GRÁFICO 5.11: | Evolución de las condiciones del entorno que inciden en la actividad emprendedora española. Acceso a infraestructura física..... | 140 |
| GRÁFICO 5.12: | Evolución de las condiciones del entorno que inciden en la actividad emprendedora española. Protección Derecho Intelectual..... | 140 |
| GRÁFICO 5.13: | Evolución de las condiciones del entorno que inciden en la actividad emprendedora española. Normas sociales y culturales..... | 141 |
| GRÁFICO 5.14: | Potencial emprendedor en la población adulta de los países GEM 2005..... | 144 |
| GRÁFICO 5.15: | Porcentaje de población 18-64 años para el cual existen buenas oportunidades para emprender en los 6 meses siguientes a la entrevista, en los países GEM 2005..... | 145 |
| GRÁFICO 5.16: | Porcentaje de población 18-64 años para el cual el miedo al fracaso supone un freno para considerar el emprender en los países GEM 2005..... | 145 |
| GRÁFICO 5.17: | Porcentaje de población 18-64 años que prefiere estándares de vida similares para todos en los países GEM 2005..... | 146 |
| GRÁFICO 5.18: | Porcentaje de población 18-64 años que considera que emprender es una buena opción profesional en los países GEM 2005..... | 146 |

| | |
|---|-----|
| GRÁFICO 5.19: Porcentaje de población 18-64 años que considera que los emprendedores de éxito logran un buen estatus social, en los países GEM 2005 | 147 |
| GRÁFICO 5.20: Porcentaje de población 18-64 años que considera que los medios de comunicación cubren frecuentemente noticias sobre emprendedores de éxito, en los países GEM 2005 | 147 |
| GRÁFICO 5.21: Evolución de la proporción de actividad emprendedora por oportunidad y por necesidad..... | 150 |
| GRÁFICO 5.22: Evolución de la descomposición de la actividad emprendedora <i>total early stage</i> según su motivación | 151 |
| GRÁFICO 5.23: Distribución de la tasa de actividad emprendedora TEA en motivación por necesidad y oportunidad, en 2005 | 152 |
| GRÁFICO 5.24: Distribución de la tasa de actividad emprendedora TEA en motivación por lograr independencia, en 2005 | 153 |
| GRÁFICO 5.25: Distribución de la tasa de actividad emprendedora TEA en motivación por aumento de ingresos, en 2005 | 153 |
| GRÁFICO 6.1: Capital semilla necesario para iniciar una empresa en España (2003-2005)..... | 163 |
| GRÁFICO 6.2: Cantidad total invertida por la inversión informal..... | 173 |
| GRÁFICO 6.3: Tasa interna de rentabilidad esperada por el inversor informal: España vs. GEM | 178 |
| GRÁFICO 6.4: Cantidad invertida por el capital riesgo en capital semilla y <i>early stage</i> como porcentaje del PIB..... | 183 |
| GRÁFICO 6.5: Inversión informal frente a inversión en capital riesgo total | 184 |
| GRÁFICO 6.6: Inversión informal frente a inversión por el capital riesgo en capital semilla y <i>early stage</i> | 185 |
| GRÁFICO 7.1: TEA mujer y TEA hombre en el contexto internacional .. | 192 |
| GRÁFICO 7.2: Ratio mujer/hombre en el contexto europeo y de la OCDE..... | 192 |
| GRÁFICO 7.3: Comparación internacional del TEA femenino por necesidad y oportunidad | 194 |
| GRÁFICO 8.1: Cierre de empresas como porcentaje de la población adulta en los países GEM. Año 2005..... | 223 |
| GRÁFICO 8.2: Porcentaje de cese de actividades en la población de los países de la UE que participan en el Proyecto GEM. Año 2005..... | 223 |

Índice alfabético

- actividad emprendedora
 - evolución de la, 64, 103-131
 - femenina, 118, 119, 119g, 120, 191-194, 196, 197, 199, 200, 201
 - grados de, 47, 57n
 - índice de, 44, 113, 114g, 117, 151
 - masculina, 108, 118, 119g, 193, 197
 - política pública, 35, 67, 68, 69, 83, 103, 135, 154, 213, 229, 235, 237, 239, 241, 242, 248
 - tasa de, 80, 84, 104, 104n, 105, 105g, 106, 109g, 113, 129, 143, 152g, 153g, 200
- apoyo institucional, 194-197
- brecha financiera, 157, 158, 168, 185
- business angel*, 50, 54, 54n, 55c, 55n, 58, 58c, 87, 111, 126, 128, 128g, 130, 158, 159, 168, 169, 170, 174, 175, 176, 177, 178, 186, 187
- cambio tecnológico, 77, 82
- capital
 - humano, 22, 85, 210, 211c, 212, 213, 214, 215, 219, 248
 - riesgo, 112, 158, 161, 162, 168, 169, 179-184, 184c, 185g, 185, 187, 195c, 209, 217, 220, 246, 247
 - semilla, 126, 126g, 160, 161, 162, 163, 163g, 164, 166, 166c, 170, 180, 181c, 182, 182c, 183g, 184, 185g, 187
- cierre, 120, 204, 205, 206, 207f, 208n, 214, 221-229, 237, 248, 249
 - motivos de, 224-225
- comparación internacional, 69, 170, 180n, 194g
- corporate entrepreneurship*, 81
- creación de empresas, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 32, 33, 34, 35, 43, 44, 47n, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 83, 85, 86, 87, 117, 125, 129, 130, 131, 133, 158, 162, 169, 177, 180, 185, 191, 193, 195c, 196, 197, 198, 199c, 199, 200, 201, 222, 224c, 227, 229, 235-250
- entorno, 14, 15, 22, 23, 32, 34, 35, 43, 133, 250
- proceso, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 25, 26, 27, 33, 34, 35, 158, 162, 180, 185, 201, 235, 236, 237, 239, 240, 242, 244, 245, 248, 249
- crecimiento económico, 13, 14, 15, 31, 34, 35, 75, 77, 78, 79, 80, 81, 83, 84, 85, 87, 236, 237, 239, 242
- desarrollo
 - económico, 15, 16, 18, 19, 27, 34, 39, 40, 76-87, 235, 236, 237, 238
 - tecnológico, 82, 84, 130
- desempeño económico de las empresas, 78, 205
- determinantes psicológicos, 197
- discontinuidad, 205-206, 207f, 208, 248
- ecuaciones estructurales, 57
- emprendedor
 - características personales, 24, 31, 32, 118, 121, 210, 226c
 - características psicológicas, 19, 20, 21, 22, 23, 198, 221, 225, 227, 228c
 - corporativo, 24, 44, 87
 - entorno social, 15, 40, 41, 46, 53, 54, 55, 57, 59, 60c, 61, 64, 75, 76, 87, 88, 88c, 91, 92g, 94, 94g, 95g, 96, 97, 98, 98g, 237-242
 - naciente (*nascent entrepreneur*), 15, 17, 18, 24, 24n, 25, 26, 34, 46, 123, 127g
 - tipos (tipología), 19, 23, 24, 26, 32
- entrepreneurship*, 21, 25, 26, 31, 32, 47, 77, 77n, 81, 84, 104n
- España, 13-16, 17, 18, 28c, 30c, 31-33, 34, 35, 62c, 63c, 65g, 66g, 75, 76, 86, 89, 90g, 90,

- 91g, 91, 92g, 93g, 93, 94, 94g, 95, 96c, 97c, 98, 103, 105g, 106, 108, 109g, 113-117, 118g, 118, 121, 122, 123, 125, 126-128, 129, 130, 131, 133-156, 157, 159, 160, 162, 163g, 164, 165c, 165, 166c, 167, 167c, 168, 169, 171c, 172, 173g, 174, 175c, 175, 176, 176c, 177, 178g, 179c, 180, 181c, 182c, 183, 183g, 184, 184g, 185g, 186, 187, 191-194, 195, 196, 197, 198, 200, 201, 204, 221-229, 235, 237, 238, 242-250
- financiación, 15, 16, 35, 108, 111, 112, 116, 120, 126, 127g, 128, 130, 141, 142, 157-188, 195, 196c, 218, 225c, 225, 235, 236, 242, 245-247
- fondos
de arranque, 160
de consolidación, 160
- fracaso empresarial, 203-229, 248-250
causas, 204, 209-220, 221, 224-229
- género, 40, 191, 194, 195c, 195, 196, 196c, 197-201, 210, 212, 227
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM), 13, 14, 15, 18, 19, 25, 27, 29c, 30c, 34, 35, 39, 45, 46, 47n, 49, 53, 54, 55n, 57n, 59, 61, 63, 68, 75, 79, 84, 85, 97, 99, 103, 104, 105, 106g, 107, 109g, 113, 115, 115g, 117, 124, 129, 135, 136, 143, 144, 144g, 145g, 146g, 147g, 148, 149, 152, 155, 160, 162, 164, 165c, 165, 167c, 167, 167n, 168, 170, 171c, 172, 174, 175, 175c, 176, 176c, 177, 178g, 178, 179c, 181c, 182c, 183, 183g, 184, 184g, 185g, 193, 193c, 200, 221, 222, 223g, 223, 224c, 239, 240, 246, 248, 249
- indicadores económicos, 76
- innovación, 13, 20, 76, 77, 78f, 82, 85, 108, 110, 130, 134, 143, 154
- inversión informal, 111, 126, 127, 127g, 159, 161, 162, 169, 170, 171c, 172, 173, 173g, 174, 176, 177, 180n, 184, 184g, 185g, 246
- inversor informal, 128, 161, 169, 170, 171c, 172, 173, 174, 175c, 175, 176c, 177, 178g, 179c, 186, 246
- liability of newness*, 157, 216
- medición, 14, 18, 27, 35, 39, 41, 42, 43, 44, 45, 67, 68, 69, 79, 99, 114, 220, 222n, 229, 235, 239, 240, 241
- metodología, 14, 25, 27, 59, 63, 68, 88, 104, 117, 129, 161
- modelo teórico, 14, 26, 40, 57
- mujer emprendedora, 15, 191-202, 242, 245, 247-248
- necesidad, 20, 22, 23, 24, 26, 41, 47n, 48, 82, 85, 108, 109g, 113, 123, 126, 127, 133, 134, 142, 149, 150, 150g, 151, 152, 152g, 156, 160, 194, 194g, 196, 200, 201, 202, 204, 229, 236, 237, 242, 244, 245, 249
- nuevas empresas, 15, 16, 20, 24, 26, 31, 34, 35, 39, 41, 43, 45, 46, 48, 49, 50, 51, 53, 68, 76, 77, 80, 158, 160, 161, 162, 168, 169, 172, 176, 184, 186, 187, 207, 214, 216, 217, 235, 236, 239, 243, 245, 246, 249
- oportunidad(es), 21, 22, 23, 24, 26, 47n, 49, 50, 50n, 51, 52, 54, 55c, 58, 58c, 83, 84, 85, 87, 108, 109g, 130, 133, 141, 144, 145g, 148, 149, 150, 150g, 151, 152, 152g, 155, 156, 194, 194g, 196, 199c, 200, 201, 207f, 212, 214, 215, 217, 220, 224, 225, 227, 228c, 229, 236, 237, 244, 245, 246, 247, 249
- orientación emprendedora, 19, 21
- países
desarrollados, 85, 106, 107, 107c, 108, 109g, 110, 110g, 111, 111g, 112g, 113, 115, 116, 120, 134, 149, 154, 156, 198, 235, 236, 242, 243, 244
en vías de desarrollo, 85, 105, 106, 107, 107c, 108, 109g, 110, 110g, 111g, 111, 112g, 115, 120, 150, 156, 235, 236, 237, 242
- pequeñas y medianas empresas (pymes), 76, 81, 82, 86, 122, 168, 205, 209, 218, 221, 246
- producto interior bruto (PIB), 15, 73, 75, 76, 85, 87-97, 98, 98g, 99, 105, 106g, 170, 171c, 172, 173g, 180, 180n, 181c, 183, 183g, 184g, 185g, 238, 246
- propensión emprendedora
de un país, 46-53
del individuo, 40, 41, 55, 57, 199, 240, 241

individual (PEI), 60, 60c, 61, 64, 64c, 65, 66, 66g, 68, 75, 87, 88, 88c, 89, 90, 91g, 92, 93g, 93, 94, 96, 98, 237, 238

Proyecto GEM, 13, 14, 15, 17, 18, 19, 25, 27-31, 33, 35, 40n, 41, 44-45, 45n, 62, 66, 79, 114, 117, 121, 122, 124, 125, 127, 128, 130, 131, 149, 160, 161, 162, 170, 173, 177, 184, 191, 221, 223g, 224, 229, 238, 239, 246, 247

redes sociales, 40, 46, 49, 50, 51, 53, 200, 239, 240

riesgo, 21, 22, 120, 134, 148, 149, 154, 155, 169, 187, 197, 215, 216, 218, 245

tasa interna de rentabilidad (TIR), 177, 177n, 178g, 179c

tasa(s)

- de creación, 85, 222, 236, 239, 240, 242, 243, 247
- de desaparición, 236

TEA (*Total Entrepreneurial Activity*), 15, 18, 35, 44, 45, 46, 47, 53, 54, 55n, 59, 60c, 61, 64, 64c, 65, 65g, 66, 66g, 68, 69, 79, 88, 88c, 89, 96, 98, 104, 104n, 105, 105g, 106g, 106, 107c, 107, 112, 114, 114g, 152g, 153g, 191, 192g, 192, 193, 193c, 194, 194g, 235, 239, 240, 241, 242, 247

Unión Europea, 15, 35, 61, 62n, 62c, 64, 66, 75, 86, 87, 106, 129, 144, 152, 167c, 183, 196, 222, 238, 245, 246, 248

variables latentes, 40, 54, 57, 59, 60, 60c, 61

Nota sobre los autores

JULIO ORLANDO DE CASTRO, doctor en Administración de Empresas, es vicedecano de Investigación y profesor de Estrategia y Creación de Empresas en el Instituto de Empresa de Madrid. Ha sido profesor en la Universidad de Colorado, y consultor de numerosas empresas. Ha pertenecido al consejo de dirección del *Academy of Management Journal* y es miembro fundador y presidente de la Iberoamerican Academy of Management. Ha publicado en numerosas revistas especializadas internacionales y forma parte del consejo editorial del *Academy of Management Journal*, del *Journal of Management Studies* o del *Journal of High Technology Management Research*, entre otros, y de la *Revista de Empresa*.

RACHIDA JUSTO es licenciada en Administración de Empresas por la Universidad HEC en Túnez y, en la actualidad, es profesora de Gestión Emprendedora y Social Entrepreneurship en el Instituto de Empresa, y miembro del equipo investigador del Proyecto GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) en España. Es candidata a doctora de Desarrollo Económico por la Universidad Autónoma de Madrid, y de Economía Industrial por la Universidad de París XI. Su tesis versa sobre el género y la familia como determinantes del desempeño de las iniciativas emprendedoras. Ha publicado artículos en revistas especializadas españolas y extranjeras.

ALBERTO MAYDEU OLIVARES es doctor en Psicología Cuantitativa por la Universidad de Illinois y en Psicología de la Personalidad por la Universidad de Barcelona. Es profesor de Psicología en la Universidad de Barcelona y de Marketing en el Instituto de Empresa. Ha recibido el premio Cattell Award de The Society of Multivariate Experimental Psychology (2005), el premio a la mejor tesis doctoral de la American Psychological Association (2002) y la distinción del Gobierno catalán para jóvenes investigadores (2002). Ha publicado más de cuarenta artículos en revistas como *Journal of the American Statistical Association*, *Psychometrika* o *Psychological Methods*. Es coeditor de *Psychometrika* y de los libros *Contemporary Psychometrics* (2005) y *Handbook of*

Quantitative Methods in Psychology (2008), y coautor del libro *Structural Equation Modeling* [prevista su publicación en 2009].

CRISTINA CRUZ SERRANO es doctora en Economía y profesora de Gestión Emprendedora y Empresa Familiar en el Instituto de Empresa Business School. Es experta en el área de empresa familiar, y su investigación se centra principalmente en el estudio de la actividad emprendedora dentro de estas organizaciones. Es miembro del equipo investigador del Proyecto GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) en España. Ha publicado diversos artículos en revistas especializadas españolas y extranjeras, así como diversos casos sobre creación de empresas.

ALICIA CODURAS MARTÍNEZ es profesora investigadora del Instituto de Empresa Business School desde 1999, tras haber sido profesora de Estadística, Econometría y Economía Aplicada en las universidades de Barcelona y Pompeu Fabra entre los años 1985 y 1999. Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Barcelona y doctora en Ciencias Políticas y de la Administración por la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, se ha especializado en la aplicación de técnicas cuantitativas y cualitativas al análisis de diversos temas, entre los que destacan el de creación de empresas y los de ámbito sociosanitario. Desde el año 2000 es la directora técnica del Proyecto *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) en España.

