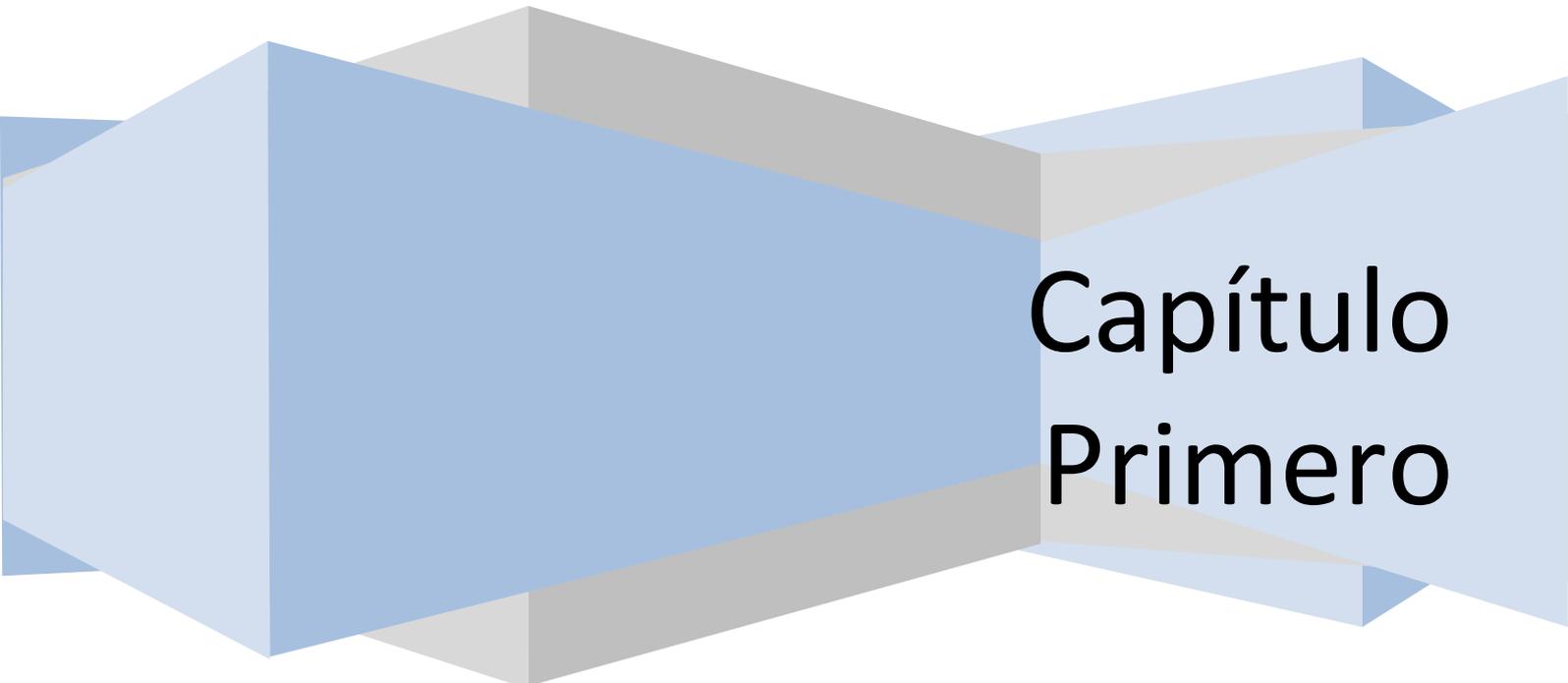


# Determinantes de la Actividad Emprendedora

*“El empresario considera y utiliza el fracaso y los errores como una forma de aprender. Los empresarios eficaces son suficientemente realistas para esperar dificultades y tropiezos, y cuando éstos se presentan, y fracasan, no se sienten desanimados, frustrados ni deprimidos. El fracaso es para ellos como una lección práctica que no temen. Parece como si los empresarios se hubieran acostumbrado a trabajar de niños en el trapecio de la vida sin la red de protección: el padre. El valor y la ausencia de temor al fracaso son, en estos casos, resultados predecibles”. José María Veciana (2005:59), La creación de empresas: Un enfoque gerencial.*



Capítulo  
Primero



## 1 Introducción.

Aunque el objetivo de la presente investigación se centra en el análisis y la valoración de la disposición de apoyos financieros a empresas y empresarios emprendedores en los momentos de la constitución de su negocio, previamente es necesario considerar una serie de conceptos sobre la actividad emprendedora, así como remarcar la multitud de factores que lo integran a fin de establecer un enfoque ecléctico del emprendedor. Una revisión de las contribuciones que se han realizado sobre el concepto de empresa y empresario a lo largo los últimos años resulta necesaria para poder comprender la evolución y el desarrollo de la economía. En la actualidad, la atención de los investigadores se centra en el denominado *empresario emprendedor o Schumpeteriano*, por su aportación al crecimiento económico, tanto en términos sociales de generación de empleo y de bienestar social, como en términos económicos, al generar y distribuir riqueza en forma de pago de intereses, salarios y otras ganancias (Grebel, 2007:148). Por tanto, el conocimiento y la capacidad del emprendedor se considera como uno más de los factores que componen la función de producción, junto al factor capital, tecnológico y humano, en lo que se denomina el cambio de una economía de gestión (*management economy*) a una economía emprendedora (*entrepreneurship economy*) (Audretsch y Thurik, 2004:8, Caree y Thurik, 2005:2).

Para el desarrollo de una economía emprendedora es necesario contar con un sistema financiero y unas instituciones públicas que fomenten esta actividad, a través de facilitar recursos financieros, económicos y legales asequibles en términos monetarios y de costes de oportunidad. Por tanto, el conocimiento de la actividad emprendedora resulta esencial para poder caracterizar tanto a empresarios como a sus empresas, de forma que las políticas de promoción y de apoyo a la creación de empresas que se ejecuten resulten eficaces e eficientes. Sin embargo, en España este fenómeno aún ha sido poco analizado, a excepción del proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que desde el año 2000 estudia la *performance* de la actividad emprendedora -iniciativas empresariales y creación de nuevas empresas- así como los condicionantes y factores determinantes de la rotación y consolidación de empresas (Hessels y Van Stel, 2008:268) desde una perspectiva internacional que posibilita realizar comparaciones de dinámica emprendedora entre regiones.

La mayor parte del tejido empresarial español está integrado por pequeñas empresas en las que el empresario-propietario actúa además como gestor, por lo que la actividad y la evolución de la empresa se encuentra condicionada por sus características personales, psicológicas, demográficas, de entorno, socio-económicas, etc. Sin embargo, aunque la literatura económica ha prestado mayor atención al conocimiento de la empresa que al empresario, en los últimos años las investigaciones están convergiendo en la integración de ambos enfoques, integrando la figura del emprendedor dentro de la concepción neoclásica de la economía (Formaini, 2001; Bianchi y Henrekson, 2005, Tarapuez y Botero, 2007) y dentro de la teoría de la firma (Foss y Klein, 2004; Casson, 2005). Por esto, en los siguientes apartados, tras exponer brevemente la evolución y las relaciones del

concepto de empresa y empresario en el pensamiento económico se expondrán los principales motivos determinantes de la actividad emprendedora, en especial, los relativos a los aspectos financieros y la contribución de las ayudas públicas como instrumento para superar las barreras de entrada al mercado y riesgos de cualquier actividad económica.

## 2. Evolución del concepto de empresario. De la empresa al emprendedor.

Las aportaciones al concepto del “emprendimiento” se han desarrollado históricamente en multitud de campos, dado el fuerte carácter interdisciplinario que subyace en esta aptitud humana, siendo **Richard Cantillon** en 1755 el primer en atribuir al empresario una dimensión económica. Cada disciplina ha aportado su particular perspectiva del emprendimiento, lo que conduce a una falta de consenso a nivel académico en cuanto a su definición y medición (**Sharna y Chrisman, 2007:86-88**). En las ciencias sociales, suele confundirse el concepto de “*empresa*” con el de “*empresario*”, y este a su vez con el de “*emprendedor*” (**Cuervo et al, 2007: 2-3**). La razón se encuentra en que los dos primeros conceptos han sido fácilmente medibles por investigadores y registros legales, a diferencia del tercero como figura individual, que es más difícil de identificar dada su complejidad y mayor variabilidad (**Baumol, 1968: 66-67**).

Una de las aportaciones más relevantes al fenómeno de la actividad emprendedora fue hecha por Schumpeter en 1942 en su obra “*Economic theory and entrepreneurial history*”. En ella se describe al emprendedor como el factor clave para el crecimiento económico, ya que no se le percibe como un mero gestor, sino que es un agente capaz de introducir innovaciones de productos y procesos que conviertan en obsoletos a los existentes, en lo que denominó el proceso de *destrucción creativa*. Su contribución es que además de considerar la dimensión económica con la búsqueda del beneficio económico, a través de detectar oportunidades en el mercado, enfatizó en la dimensión social al incluir otras reflexiones de corte psicológico, tales como el reconocimiento social o la necesidad de mostrar habilidades personales. De estos rasgos se deduce que los emprendedores que inician el proceso de destrucción creativa tras detectar alguna oportunidad en el mercado suponen tan solo una pequeña parte del conjunto de empresarios, dado que la mayor parte de las iniciativas empresariales que se acometen tratan de emular a otras existentes con la intención de beneficiarse de una posible demanda elástica del mercado (**Van Praag, 1999:314-16; Carree et al., 2002:272-5**).

Por tanto, empíricamente resulta complejo distinguir a los empresarios “*schumpeterianos*” de los empresarios gestores convencionales. Knight en 1921 estableció que la inexistencia de las condiciones y restricciones formuladas por los modelos teóricos de competencia perfecta en los mercados obligan al empresario a tomar sus decisiones en situaciones de incertidumbre, reclamando capacidad intelectual, confianza y la gestión del riesgo como principales habilidades de todo emprendedor para acometer con éxito su actividad empresarial. Hoy día la noción de empresario que se estudia está próxima a la noción schumpeteriana de actividad emprendedora y

gestión del cambio a través de la asunción de riesgos, tal como se desprende de la definición de emprendedor de la OCDE (1998:11) según la cual *“el emprendedor no sólo busca identificar potenciales oportunidades beneficiosas sino que desea asumir un riesgo para ver si sus presentimientos se hacen posible”*.

El desarrollo del empresario ha estado condicionado por las transformaciones estructurales y sociales que han ido aconteciendo. Hasta mediados de los años ochenta con economías cerradas la intervención de los responsables empresariales se medía por su contribución a la optimización de los beneficios empresariales, la reducción de los costes y la gestión de todos los recursos con los que disponían. Esto es, una visión del empresario desde el lado de la oferta, con una estricta acepción económica, que realmente lo considera un gestor de factores productivos. Pero con la generalización de la economía de mercado y las sucesivas fases de apertura al exterior, la globalización y la deslocalización es cuando se empieza a conocer un empresario en términos no sólo económicos, sino también sociales e individuales (Echevarria, 1993:58-9). Se produce el paso del gestor al líder y visionario.

Paralelamente al desarrollo del concepto de emprendedor se ha producido el de empresa. Se ha pasado de la empresa tradicional, que según Suárez (2003:23) *“es un conjunto de factores productivos combinados de manera ordenada bajo la dirección del empresario y cuya función principal es la producción de bienes y servicios y cuya finalidad depende del sistema de organización económica en el que la empresa esté inmersa”*, a la denominada empresa virtual (Cuesta,2004:194) consistente en una red de empresas vinculadas de forma temporal o permanente, con el objeto de explotar una oportunidad latente en el mercado o en el sector. Es una forma de ganar tamaño pero sin asumir costes de estructura (Snow et al, 1993:29). Precisamente en estas nuevas organizaciones es donde el emprendedor ha actuado como elemento bisagra generador del cambio.

En la actualidad, la investigación ha centrado parte del análisis del emprendimiento en aspectos tales como los relacionados con el acceso al crédito, motivado por las asimetrías de información persistentes en los mercados (López y Riaño, 1999; López y Romero, 1997), debido al problema de la selección adversa. Para disminuir esa barrera de entrada, las instituciones públicas han desarrollado una amplia batería de ayudas públicas: incentivos públicos a la formación, establecimiento de normas de calidad y seguridad, asesoramiento jurídico y comercial, en especial, programas de apoyo financiero (Audretsch et al, 2002). El análisis de la actividad emprendedora desde perspectivas horizontales suele encontrarse con el problema que las iniciativas de promoción públicas se ofrezcan con posterioridad a detectarse las oportunidades en el mercado, aunque pueden ser utilizados por los nuevos empresarios que accedan al sistema (Velasco, 1998). En el caso español son destacables los recursos dispuestos por la Línea Pyme del ICO, que crea una financiación específica a emprendedores para facilitar la adquisición de infraestructuras a un coste

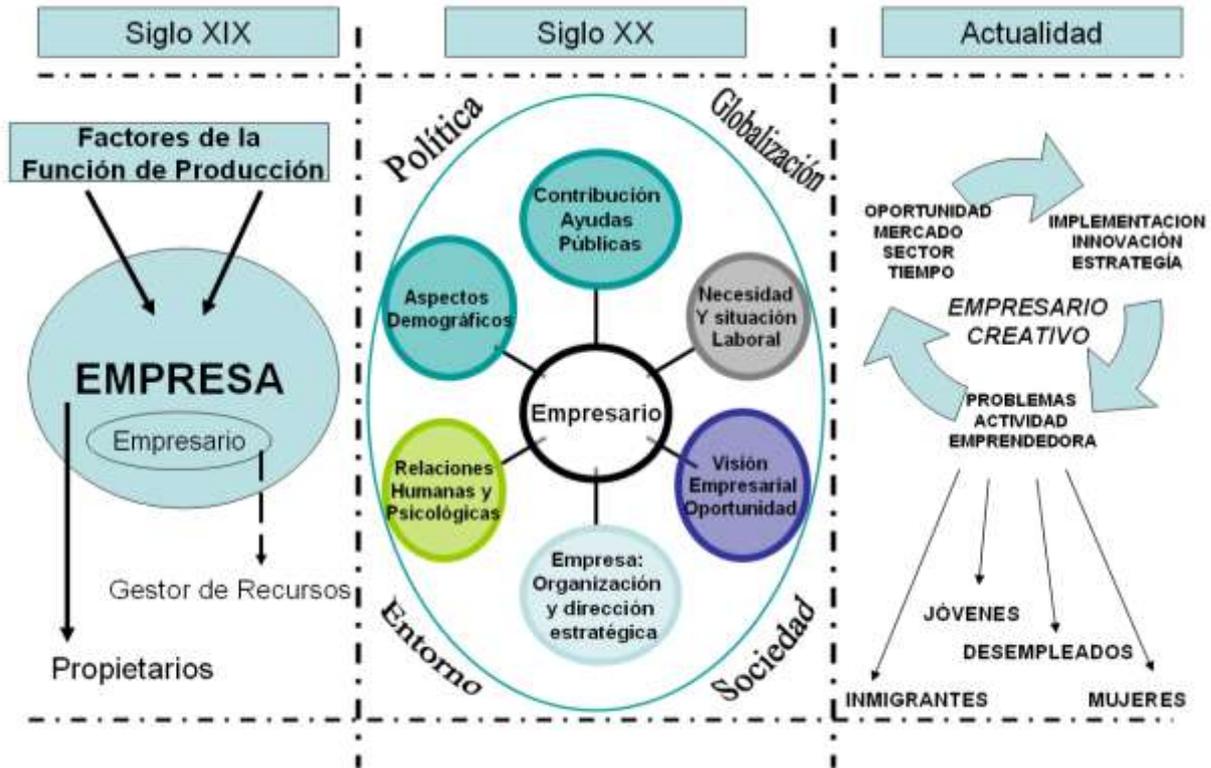
y condiciones de devolución del principal más ventajosas que en el mercado, así como una línea de financiación específicamente diseñada para emprendedores. También destaca la concesión de avales proporcionadas por las sociedades de garantía recíproca, y los préstamos participativos, medidas que se analizan en el capítulo 2.

Estas limitaciones son más severas en una serie de colectivos en los que la tradición emprendedora es todavía escasa, como son mujeres, desempleados, inmigrantes, jóvenes y los actualmente ocupados (Belso, 2004a; Velasco, 1998; Veciana, 1999). Los frutos de las actuaciones públicas para el fomento de la creación de empresas no han tardado en aparecer. Entre ellos destacan que los colectivos de mujeres, inmigrantes y jóvenes han incrementado su contribución a la actividad emprendedora (Brush, 1992; Fischer *et al.*, 1993). Dentro del colectivo de jóvenes los índices de empresariedad son más bajos y las medidas han sido menos eficientes debido a la menor experiencia en el mercado laboral y la falta de contactos (Blanchflower y Meyer, 1994; Blanchflower y Oswald, 1998; Jaramillo y Parodi, 2003). En el grupo de actualmente empleados la razón que explica los bajos índices es que el principal obstáculo lo marcan razones de índole personal y psicológica de aversión al riesgo (Evans y Leighon, 1990; Reynolds *et al.*, 2004; Blanchflower y Oswald, 2007; Millán *et al.*, 2008).

A modo de resumen, en el esquema 1.1 se recogen las variables que han intervenido en la evolución que ha sufrido el concepto de empresa y empresario. Una de las primeras formas que se emplearon para medir la figura del empresario fue su condición de propietario (O’Kean y Menudo, 2007), pero esta métrica fue desapareciendo a medida que se ha producido la profesionalización de la figura del gestor así como la separación entre propiedad y gestión. Paralelamente se ha producido el paso de la empresa, concretamente de las grandes empresas, a la integración de la figura del empresario como motor económico que utiliza como soporte para desarrollar su actividad a las Pymes, dentro de un entorno globalizado, microsegmentado y en constante cambio. En la actualidad, los aspectos que más importancia están jugando son el campo de las innovaciones y los avances tecnológicos, aunque históricamente se han asociado a la actividad emprendedora (Berger y Udell, 1998:614-615). Por otro lado, los retos actuales del emprendimiento pasan por la necesidad de profundizar en un mayor conocimiento de la figura del emprendedor “creativo”, dentro de un contexto que apoye las iniciativas innovadoras y la gestión del conocimiento empresarial (Audretsch, 2008:250-252). En este contexto son las Pymes el mejor instrumento para la consecución de este objetivo Schumpeteriano, por la mayor protección que conceden a los derechos de propiedad frente a las grandes empresas (Acs *et al.*, 1997:7-8). Los nuevos planteamientos de la investigación empírica y académica sostienen la necesidad de considerar conjuntamente la figura del emprendedor y la empresa, por ser dos realidades indivisibles que se complementan (Argandoña, 1997:56-60), ya que las características del primero (actitudes hacia la innovación, calidad, liderazgo) se traduce en resultados para la segunda (generación de riqueza,

creación de valor). Esto es, según Reynolds “cada nueva industria o sector refleja el impacto de alguien o de algún equipo creando una nueva empresa” (Reynolds, 2007:1).

Esquema 1.1: Evolución histórica de los conceptos de empresa y empresario.



Fuente: Elaboración propia.

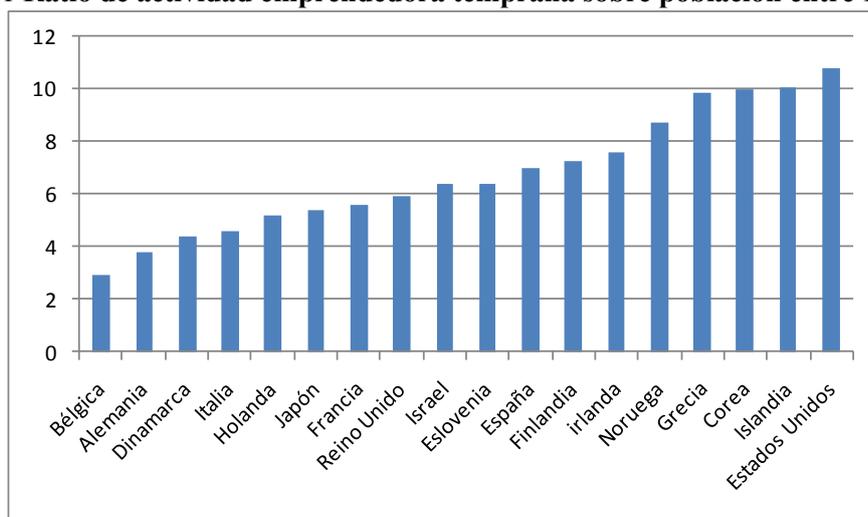
### 3 El empresario como un fenómeno regional.

Higgins y Savoie (1995) analizaron la función del emprendedor en el desarrollo económico desde una perspectiva regional, considerando las condiciones que favorecieran o limitasen la actividad innovadora empresarial. Entre los factores que conseguían un clima propicio al emprendimiento destacaron la disponibilidad de acceso al capital riesgo, la existencia de otros empresarios con amplia experiencia en la zona, accesibilidad a consumidores y a nuevos mercados, la disponibilidad de servicios a las empresas, unas condiciones de vida atractivas, buenas infraestructuras y la disponibilidad de recursos (capital, ocupación, espacio, financieros), así como los incentivos de carácter local y gubernamental.

Internacionalmente, las últimas aportaciones al estudio del emprendimiento que se han producido provienen del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y del Flash Eurobarometer, este último elaborado por la Comisión Europea, en la que se compara la evolución de la actividad emprendedora de los países de la Unión Europea. De los resultados y factores que obtiene se sugieren políticas económicas que permiten mejorar las iniciativas emprendedoras (Hessels y Stel, 2008:267). La variable de referencia en estos informes es el denominado índice TEA (*Total Entrepreneurial Activity*) que mide el porcentaje de participación de las empresas en edad temprana

(menos de 42 meses desde la fecha de constitución) sobre la población activa. Por su parte, los distintos países participantes son clasificados en tres categorías en función del grado de competitividad y desarrollo económico de los países: economías basadas en recursos (de bajo nivel de desarrollo económico, con un potente sector agrario y de explotación de recursos naturales), economías basadas en la eficiencia (con un sector industrial desarrollado como motor de la economía) y economías basadas en la innovación (países donde el tejido industrial es relegado por el sector servicios y, en especial, los servicios tecnológicos e innovaciones). España y el resto de países de la Unión Europea forman parte del último grupo. Así, de estos informes anuales cabe destacar como la posición española se sitúa ligeramente por encima de los valores medios de la Unión Europea -6.4%-, pero muy por debajo de los niveles alcanzados en los Estados Unidos -10.8%- (Gráfico 1.1). Destaca como el valor más alto de este índice se produce en los países latinos ricos en recursos naturales, como es Colombia y Perú, con un índice del 24,5% y el 25.6%, respectivamente. Durante los últimos años este informe ha sido elaborado internacionalmente por Reynolds (2002,2003,2004), Acs (2005), Minniti (2006), Bosna (2007, 2008,2009) y por De la Vega en el caso español (De la Vega et al,2007) .

**Gráfico 1.1 Ratio de actividad emprendedora temprana sobre población entre 18-64 años.**



Fuente: Informe GEM 2008. Executive report.

El último informe de esta entidad relativo al 2008 sitúa la tasa de actividad emprendedora española en el 7% -de los cuales un 3.3% se corresponde con iniciativas nacientes o de menos de 3 meses, y un 3.7% se corresponde con iniciativas nuevas o entre 3 y 42 meses-, el noveno puesto dentro de los países de la zona euro y el undécimo si se compara con los países de la OCDE (GEM, 2008: 24, 38). Esto supone una reducción respecto la cifra de años anteriores, que se agudiza en especial en las comunidades de Castilla León, Ceuta y Melilla con una notable retracción de potenciales emprendedores.

La estructura de estos informes es multidisciplinar, consideran las diferentes variables que configuran la actividad emprendedora, tales como aspectos demográficos, de comportamiento o

psicológicos, pero siempre con una perspectiva comparativa internacional, convirtiéndose en una de las fuentes estadísticas más importantes sobre la materia. Para este informe los empresarios emprendedores son aquellos que se encuentran en sus tres primeros meses de actividad, momento a partir del cual ya se consideran propietarios de una nueva actividad, entendiéndose que ésta se consolida cuando han transcurrido más de tres años y medio de operaciones.

No obstante, este perfil no es estático a lo largo del tiempo. En los diferentes informes que se han emitido las diferentes variables empleadas presentan oscilaciones, denotando el ya diferenciado carácter flexible del emprendedor, muy condicionado por las circunstancias cambiantes del entorno. En el informe elaborado por esta misma institución para el caso español, en su versión del año 2007, los empresarios presentaban una edad media de 38 años y un poder adquisitivo superior a los 2.400 euros mensuales, lo que en cierta medida se justifica con la aportación de las políticas económicas al fomento de la actividad emprendedora. Igualmente, destaca el elevado número de inmigrantes que deciden montar su propio negocio como forma de establecerse en el país, aunque se advierte que en los próximos años esta vía podría centrarse en una minoría más selecta de extranjeros, con cierta capacidad adquisitiva, y podría dejar de ser un sistema de regularización para los inmigrantes con menos medios económicos (De la Vega, 2008:52,131). Por otra parte, el grado de formación de los emprendedores sigue evolucionado, pero la mejor formación sigue centrándose en los potenciales emprendedores de edad más joven. Por esta razón, se apunta que en la educación tanto primaria como secundaria deben reforzarse los valores del espíritu empresarial. Sin embargo, estos resultados se han visto alterados en el informe elaborado para el año 2008. Así, la edad media del emprendedor se incrementa hasta los 39 años por el retraimiento de los jóvenes a considerar la actividad emprendedora como una alternativa profesional, de igual forma que se produce una recesión en el número de iniciáticas de inmigrantes, como estimaban sus previsiones. En relación al nivel de estudios, se produce una ruptura con el incremento formativo de los empresarios en los últimos años como consecuencia de la entrada de un colectivo de empresarios de menor nivel educativo, que han perdido sus puestos de trabajo e inician la actividad emprendedora por necesidad. Por otro lado, se apunta como la TEA de las mujeres se acerca a la de los hombres por incidir más de lleno la recesión económica en los negocios regentados por varones, junto a una reducción de los niveles de renta, entre 1200-2400 euros en más del 56% de los casos (De la Vega, 2009:54).

Otro indicador importante es la tasa de empresariedad, definida como el número de empresas entre la población activa (en miles). Esta métrica permite relacionar la actividad emprendedora con el crecimiento económico del país. La tasa de equilibrio viene determinada por la oferta de potenciales emprendedores, la demanda de bienes y servicios y por la tecnología existente (Belso, 2004b:211), aunque existen otros factores exógenos capaces de alterar la tasa de equilibrio tales como el entorno económico, la flexibilidad del mercado laboral y la evolución de los salarios. Así,

ante situaciones de crisis, incrementos del desempleo y moderación salarial, los parados encuentran más incentivos para iniciar una actividad (Alba, 1994:67) al poder obtener más remuneración que trabajando por cuenta ajena.

La literatura económica ha establecido una relación inversa entre el crecimiento económico y la tasa de equilibrio de empresarialidad, hasta un determinado nivel de empresarialidad, a partir del cual se produce un cambio de la tendencia (Carree et al, 2002, Audrestch et al., 2000). La relación existente entre la tasa de empresarialidad y el crecimiento económico (medido a través de la evolución del producto interior bruto per cápita) puede modelizarse a través de la siguiente ecuación: (Carree et al., 2002:277; Belso, 2004b:213-214; Cuadrado et al, 2007:9-10):

$$E_t = \alpha + \beta_1 \cdot E_t^* + \beta_2 \cdot U_t + \beta_3 \cdot S_t + \mu_t$$

En donde  $E$ , la tasa de empresarialidad real (la existente en un país o una región), está en función de la tasa de equilibrio óptima ( $E^*$ ), la tasa de desempleo ( $U$ ), la relación entre los salarios y el excedente bruto de explotación ( $S$ ) y un término de perturbación aleatoria ( $u$ ). Además, la tasa de equilibrio se encuentra en función del desarrollo económico por habitante del país, simulando un comportamiento parabólico, esto es:  $E_t^* = \alpha_0 + \delta \cdot (PIB \text{ per capita})_t + \gamma \cdot (PIB \text{ per capita})_t^2$ , decreciente inicialmente con respecto al desarrollo económico hasta llegar a un punto de la tasa de empresarialidad óptima a partir de la cual crece para niveles elevados de desarrollo económico.

El cuadro 1.1 presenta para el caso español, por comunidades autónomas, durante el periodo de diez años entre 1998-2007, la evolución de la tasa de empresarialidad. El cuadro especifica concretamente las tasas de empresarialidad del periodo 2000-2002 por ser el periodo al que se hará referencia en el estudio empírico, a lo largo del capítulo cuarto. Puede apreciarse como la tendencia del número de empresas por cada mil habitantes ha sido ascendente hasta el año 2007, momento a partir del cual se aprecia un ligero síntoma de cambio de tendencia, que probablemente se agudice más durante los años siguientes por los cierres empresariales que el periodo de crisis trae consigo. Regionalmente, por encima de la media se encuentran, por este orden: Baleares, Cataluña, La Rioja, País Vasco, Madrid, Comunidad Valenciana y Aragón. El resto de regiones presentan tasas por debajo del promedio nacional, concretamente Extremadura, Ceuta y Melilla, Andalucía, Castilla León y Castilla-La Mancha. Por tanto, el grupo de mayor dinámica empresarial lo configuran las regiones más desarrolladas, si se consideran los criterios de clasificación utilizados por la Unión Europea al clasificar el nivel económico de las regiones en NUTS –Nomenclatura de Unidades Territoriales Estadísticas de la UE- (como se verá en el capítulo tercero relativo a la metodología).

Además, junto a la tasa de empresarialidad, se presentan las otras tres variables asociados al dinamismo emprendedor que, como hipótesis, utilizan los modelos citados: el PIB per cápita, la tasa de desempleo (%) y la remuneración de los asalariados entre el excedente bruto de

explotación, ambas en términos medios del periodo 1998-2007. Puede observarse que se repiten comportamientos similares regionalmente respecto a la tasa de empresariedad. Las mayores tasas de desempleo y la menor generación de PIB por cada mil habitantes se producen en Andalucía y Extremadura. En estas comunidades, la relación remuneración de asalariados sobre el excedente bruto de explotación exhibe valores por debajo de la media. Estos resultados, elevado nivel de desempleo y salarios poco incentivos respecto a las rentas empresariales no se traducen en una elevada tasas de empresariedad en términos absolutos. No obstante, si se analiza el crecimiento de esta tasa a lo largo de la serie temporal considerada, estas regiones son las que muestran el mayor crecimiento, con una tasa de variación positiva de un 10.2% y un 24.5% respectivamente, que explicaría como de forma progresiva los desempleados eligen el autoempleo en situaciones de necesidad. Donde sí se produce una relación positiva entre la tasa de empresariedad y la variable que relaciona los sueldos y el excedente empresarial es en La Rioja y Baleares, caracterizadas por una dinámica actividad empresarial y de fuerte especialización agroalimentaria y turística, respectivamente. En estas regiones, la remuneración obtenida por trabajar por cuenta ajena apenas es superior al obtenido por el capital empresarial, lo que incentiva la actividad emprendedora. En términos generales, puede afirmarse que las regiones más desarrolladas y con menor desempleo son las que muestran un comportamiento más emprendedor.

**Cuadro 1.1. Tasa de empresariedad en España por regiones, 1998-2007 y media del periodo.**

	2007	2005	2003	2002	2001	2000	1998	Media Emp.	(%) Tasa desempleo	PIB per cápita	Sueldos / EBE
<b>Andalucía</b>	138,67	142,49	137,73	132,94	136,11	127,48	125,88	134,80	20,86	13.881	1,08
<b>Aragón</b>	143,00	145,17	155,26	158,46	159,03	155,57	154,66	152,40	7,61	19.497	1,20
<b>Asturias</b>	152,64	156,37	157,63	158,38	159,98	154,23	117,15	151,72	13,30	15.882	1,18
<b>Islas Baleares</b>	167,10	170,33	176,83	169,23	171,48	175,66	184,23	174,04	7,97	21.186	1,07
<b>Canarias</b>	137,38	141,91	136,05	140,66	145,55	140,15	141,41	140,07	13,56	16.936	1,14
<b>Cantabria</b>	144,01	145,41	146,04	146,12	147,33	147,03	143,53	145,98	11,75	17.678	1,08
<b>C. León</b>	147,33	146,93	147,36	147,48	148,01	144,86	144,95	146,72	12,49	17.077	1,02
<b>C. La Mancha</b>	145,63	148,71	149,82	148,75	145,22	144,31	145,38	146,67	11,67	14.399	1,04
<b>Cataluña</b>	163,02	163,93	163,96	166,38	166,08	163,59	169,11	164,71	10,19	21.969	1,21
<b>C. Valenciana</b>	151,45	155,85	152,63	151,71	153,31	154,28	154,63	153,21	12,22	17.226	1,19
<b>Extremadura</b>	139,58	138,22	126,81	136,80	141,88	108,73	112,08	129,48	20,02	12.057	1,08
<b>Galicia</b>	154,81	153,00	148,90	149,09	143,30	141,98	138,07	147,23	13,26	14.718	1,11
<b>Madrid</b>	154,40	155,00	157,80	152,54	151,62	153,42	155,69	154,20	9,97	24.263	1,34
<b>Murcia</b>	142,23	146,67	143,70	140,38	141,80	137,80	139,47	141,65	11,72	15.336	1,05
<b>Navarra</b>	141,77	143,45	148,95	149,81	146,69	145,38	159,23	145,64	6,24	23.086	1,29
<b>País Vasco</b>	155,84	156,24	154,78	158,05	157,03	158,89	158,40	156,63	11,23	22.889	1,26
<b>La Rioja</b>	151,38	148,20	163,93	160,50	169,12	161,99	168,02	160,12	7,17	20.153	1.02
<b>Ceuta-Melilla</b>	131,07	127,06	143,60	145,07	142,32	119,60	126,12	132,22	20,46	15.998	1.60
<b>Nacional</b>	<b>150,37</b>	<b>152,33</b>	<b>151,43</b>	<b>150,52</b>	<b>151,15</b>	<b>147,78</b>	<b>148,24</b>	<b>150,15</b>	<b>12,92</b>	<b>18.311</b>	<b>1.18</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE), Directorio de Empresas y Encuesta de Población activa.

Regionalmente, destacan las investigaciones realizadas para las diferentes comunidades autónomas españolas: Castilla León (Moriano *et al.*, 2006), Cataluña (Urbano, 2005, 2006), Madrid (De Jorge *et al.*, 2005; Bueno *et al.*, 2005 y García Ballesteros, 2006), Murcia (García y Wandosell, 2004), Comunidad Valenciana (Sanchis y Cantero, 1999), Andalucía (Llorens y Gómez, 1997) y Navarra (Iker, 1997). Por otro lado, la cultura, la costumbre y el sistema de valores que cada sociedad impregna a sus ciudadanos, marca el propio carácter del emprendedor. De esta manera, es posible entender los diferentes matices que los investigadores de la actividad emprendedora afloran cuando estudian el caso territorial o *local*. Algunas investigaciones internacionales en las que se describe el fenómeno del emprendedor en los últimos años son: América Latina (Kantis, *et al.*, 2004), Europa (Audrestsch y Fritsch, 2000; Krauss y Stahlecker, 2001; Klapper, 2005; Galloway y Mochrie, 2006), Asia (Lee, 1996; Papzan *et al.*; 2008), Japón (Nobuyuki, 2005), África (Mitchell, 2005) y Estados Unidos (Naumes y Naumes, 2004; Reynolds, 2007).

#### **4. El complejo perfil del emprendedor: Diferentes tipologías de empresarios.**

La mayor parte de las investigaciones que tienen como objeto de estudio al empresario o la creación de nuevas empresas han tratado de analizar cuáles son los factores que determinan la actividad emprendedora, esto es, el porqué una persona decide acometer un proyecto empresarial (Amit, Glosten y Muller, 1993; Blanchflower y Oswald, 2007). Sin embargo, como la complejidad de esta figura no hace posible un análisis aislado, lo más habitual y recomendable para su análisis es una metodología multinivel. Con este enfoque se consideran todos los factores que influyen para convertirse en emprendedor, y que detallamos en el apartado 1.5. Así, mediante la utilización de técnicas de análisis de componentes principales y clusterización se es capaz de modelizar los factores subyacentes que reúnen un grupo de empresarios, como representativos de la actividad emprendedora. Las principales aportaciones en este campo son las realizadas por Baum, Locke y Smith (2001) y Lumpkin y Dess (1996). En España destacan los trabajos de Lafuente y Salas (1989) y Tabuenca, De Jorge y Pablo (2004).

En cuanto a su metodología y las variables empleadas hay cierto consenso. La mayoría de los estudios se han basado en encuestas a empresarios o entrevistas para conocer datos primarios significativos. Entre las variables que se consideran habitualmente destacan:

- Características del empresario: edad del empresario, año desde que se lleva ejerciendo una actividad empresarial, sexo, nacionalidad, nivel educativo, nivel de ingresos, etc.
- Características de la empresa: antigüedad de la empresa, sector, número de empleados, tipo de productos o servicios ofrecidos, participación del capital, etc.
- Variables del entorno: tamaño de la población a la que van a atender sus necesidades, competidores y equipamiento industrial y urbano de la zona en la que se ubican, apoyos financieros, etc.

- Motivos y oportunidades que detectaron antes de iniciar la actividad, tales como la localización de la empresa, despido de la empresa actual o la sucesión del negocio familiar, etc.

De las tipologías se desprenden varios perfiles. Por ejemplo, en [Lafuente y Salas \(1989\)](#) se distinguen cuatro tipos de empresarios: el empresario tradicional; el empresario que ejerce una actividad por razones familiares; el empresario que busca emprender buscando la rentabilidad, esto es el adverso al riesgo, y un último grupo formado por el empresario-director o gestor de sus recursos. Para estos autores, el último grupo de los citados es el más dinámico, siendo el principal factor explicativo la razón por la que iniciaron la actividad. Concretamente por detectar una oportunidad y por un conocimiento de las fortalezas de la actividad, basada sobre todo en la flexibilidad de la organización que dirigen.

Por su parte, en [García Tabuenca et al \(2008\)](#) se desprende varios niveles de empresarios según las características de cada grupo de variables consideradas. Existen ciertas similitudes con los grupos del estudio anterior, al constatarse la presencia de empresarios por tradición familiar o los que abandonan sus ocupaciones actuales, siendo la principal diferencia la de un grupo denominado empresarios creativos. Este último destaca por su alta valoración a factores de supervivencia, tales como la disposición de un buen producto y de una tecnología adecuada, así como una preocupación por aspectos estratégicos y de mercado. Además, es un empresario al que no le preocupa inicialmente la obtención de beneficios, así como por no tener una estructura familiar empresarial fuerte que le condicione a seguir con el negocio tradicional, con autonomía suficiente para poder emprender las actividades empresariales en los que detecte claras oportunidades.

Es hacia la figura del emprendedor creativo a la que está convergiendo el concepto de empresario emprendedor y el interés de los investigadores se centra en indagar acerca de su comportamiento. Este tipo de empresario que realiza productos novedosos tanto a nivel nacional como internacional, poseen unas motivaciones de elección de la actividad basado en razones de oportunidad sectorial y geográfica, con un fuerte compromiso con las actividades de I+D+i y la colaboración con otras empresas e instituciones, las estrategias de crecimiento de futuro más arriesgadas (fusión, proyección internacional) y con un personal cualificado. Seguidamente, se detallan de forma sintética los principales factores que han sido explicados por la literatura como determinantes de la actividad emprendedora de un país.

## 5. Los factores explicativos del empresario.

El carácter polifacético y dinámico del emprendedor permite que las investigaciones se centren en analizar las diferentes motivaciones y condicionantes que explican su posicionamiento en el mercado, desde vertientes psicológicas, individuales, de entorno, de arraigo cultural o familiar, y de management, etc. En concreto, en los epígrafes siguientes se analizan las variables demográficas,

psicológicas, laborales, apoyos institucionales, entorno empresarial y estratégico, para establecer una base teórica y ecléctica (Gartner, 1988:698; Verhuel *et al.* 2001:4; Valencia *et al.*, 2007:1142-7) que sustente los resultados de la investigación empírica posterior (que se desarrolla en el capítulo 5).

### 5.1 Factor demográfico.

Las investigaciones han considerado ampliamente las variables de carácter demográfico, en especial, la edad, el género, el nivel educativo e incluso la pertenencia a una determinada clase social. Estas variables son los referentes que habitualmente se consideran para establecer tanto tipologías de empresarios como causas de sus éxitos o fracasos. Estas características se ven acompañadas por la raza cuando el ámbito de estudio considera evidencias empíricas de Estados Unidos (Cooper y Gimeno; 1992; Fairlie y Meyer, 1996), incluso hasta la religión (Carswell y Rolland, 2007). El conocimiento de este tipo de empresario asociado al fenómeno inmigratorio reciente todavía ha sido poco estudiado por la dificultad de obtener información directa aunque progresivamente se están desarrollando investigaciones (García Ballesteros *et al.*, 2006).

Los distintos estudios coinciden en el retraso que se está produciendo a la hora de iniciar una actividad empresarial, afirmándose que la probabilidad de emprender una actividad empresarial aumenta a medida que incrementa la edad de la persona (Brock y Evans, 1986; Hayter, 1997; Tabuenca *et al.* 2004 y 2008; GEM 2007). La media de edad es cercana a los cuarenta años de edad. Sin embargo, en los últimos años se ha producido una ruptura en la función de distribución normal que lleva asociada la variable de la edad, por la existencia de una masa significativa de empresarios en rangos de edades muy dispares, en especial, en los momentos de crisis, por la falta de puestos de trabajo para los más jóvenes y los procesos de regularización de empleo, que afectan tanto a empleados temporales como personas de mayor edad. Esta misma situación se produce cuando se estudia el colectivo de emprendedoras (Birley, 1989; Brush, 1992; Fischer *et al.*, 1993; González; 2001; Rodríguez y Santos; 2008). Las mujeres han incrementado significativamente su participación en la actividad empresarial, en especial a finales de la década de los noventa, superando en el tramo de edades más jóvenes (de 20 a 30 años de edad) al colectivo de varones (DeMartino y Barbato, 2003; Iglesias y Llorente, 2004; Bosma *et al.*, 2008). Sin embargo, las conclusiones de estos estudios señalan la existencia de diferencias en la elección del sector por género. De esta forma, la presencia de mujeres es casi testimonial en la construcción y en la industria manufacturera, concentrándose en el comercio y en los servicios profesionales.

Otros estudios además consideran otras variables tales como la situación civil, el número de hijos, el nivel de beneficios alcanzados, etc. de las emprendedoras respecto a las mujeres que trabajan por cuenta ajena y al colectivo de empresarios. Así, aunque las emprendedoras obtengan ganancias inferiores respecto al colectivo de varones, si se comparan con las mujeres no empresarias el

estudio concluye que las emprendedoras, pese a aglutinar la menor presencia de mujeres casadas, saben conciliar adecuadamente su vida familiar al contar con mayor número de hijos que las trabajadoras por cuenta ajena (Devine, 1994:29,31). Las instituciones nacionales, pero en especial desde la Unión Europea, se ha venido desarrollando programas e iniciativas para eliminar las mayores barreras familiares (Loscocco *et al*, 1991:67) con las que cuentan las mujeres al iniciar una actividad empresarial. De entre los programas aprobados destaca el “Informe anual sobre la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, periodo 2001-2005” elaborado por la Comisión Europea en el año 2001, que ha desarrollado medidas para mejorar la imagen de la mujer empresaria, así como para propiciar la creación de empresas dirigidas por mujeres. Las recomendaciones de este informe han sido tenidas en cuenta a escala nacional al diseñar los respectivos Planes de Acción Nacionales de Empleo, concretamente se han elaborado programas de asesoramiento, asistencia técnica, subvenciones y microcréditos a mujeres empresarias y autónomas.

Otra variable considerada es el nivel de formación o grado educativo de los empresarios. En especial, su combinación con la edad. La gran mayoría de los empresarios tienen unos niveles educativos bajos, o incluso abandonaron sus estudios en edades tempranas, produciéndose un cambio de tendencia a principios del siglo XXI. Conforme se ha producido la obligatoriedad del sistema educativo y la diversificación de la enseñanza los empresarios han ido mejorando en su nivel formativo. Las evidencias empíricas señalan que los empresarios emprendedores poseen en su mayoría estudios primarios y secundarios, aunque se aprecia una tendencia alcista en los últimos años a favor de los empresarios con altos niveles educativos (GEM; 2007: 99). Sin embargo, en la actualidad se le concede más importancia al conocimiento que es capaz de generar endógenamente el propio emprendedor, generando “spillovers” y “spin-off” que le permiten identificar y explotar nuevas oportunidades de mercado (Acs *et al*, 2009:17-19), que al que le transmite el propio sistema educativo. Pese a las mejoras que se han introducido en las sucesivas reformas del sistema educativo español, éste aún necesita intensificar la formación de un espíritu empresarial, en todos los niveles educativos, en especial en la enseñanza secundaria y universitaria, que fomente actitudes y emprendedoras (Goñi, 1999: 453-6; González, 2001:28). Precisa generar una cultura favorable hacia la iniciativa empresarial y favorecer la aparición de jóvenes emprendedores, con capacidad para aplicar los conocimientos adquiridos y utilizarlos de manera creativa.

Finalmente, el campo de investigación a futuro en relación a los aspectos demográficos del emprendedor se centra en los siguientes ítems: el impacto de la actividad emprendedora de las mujeres, las barreras de entrada para los jóvenes emprendedores, y la actividad y las razones para comenzar una aventura empresarial por inmigrantes. Estos últimos tienen además de los problemas propios de cualquier empresario otros factores tales como la adaptación al lenguaje del país de destino, el desconocimiento de las prácticas y costumbres con clientes, proveedores y con las

administraciones a la hora de reunir los requisitos necesarios para constituir un negocio, así como los efectos de la denominada teoría de la marginalidad, según la cual la creación de la empresa es una salida profesional para grupos sociales con problemas de adaptación o con una posición social marginal, como los inmigrantes (Veciana,1999:18). Sin embargo, el establecimiento de sus negocios suele producirse en zonas donde se encuentran establecidos otros inmigrantes formando su propia red social, al ofrecer productos típicos para satisfacer la demanda de sus compatriotas que no encuentran estos productos específicos entre los empresarios nacionales.

### *5.2 Factores psicológicos e individuales.*

Durante la segunda mitad del siglo XX, una dimensión en la que se profundizó en numerosos trabajos fue la relacionada con el perfil psicológico del emprendedor. Concretamente McClelland en 1965 fue el primero en considerar y analizar las motivaciones personales que predisponen a un individuo para iniciar una actividad empresarial, destacando la motivación del logro, de alcanzar objetivos que supongan un reto, la asunción de riesgos que les permita exhibir a la sociedad sus habilidades personales, y una baja necesidad de poder, a diferencia de los directivos. No obstante, señala que estas habilidades no son algo innato en las personas, sino que se profundizan a través de los sistemas educativos y los valores sociales presente en la sociedad. Begley y Boyd (1987) añaden a las características propias del emprendedor, la búsqueda de logros personales y el reconocimiento social, la relativa a la necesidad de autorrealización a través de tomar decisiones que impliquen la asunción de responsabilidades personales con un nivel de riesgo moderado, desechando lo accesible y lo imposible, que les permita conocer el resultado de sus actuaciones. Por tanto, se deduce un elevado grado de individualismo del emprendedor, que busca en la creación de su empresa el reconocimiento a su trabajo, así como el espacio ideal para desarrollar sus aptitudes (Morianio *et al*, 2001:238-240).

Por su parte, Olson (2000) y Hansemark (1998,2003) analizan los valores psicológicos que según la literatura económica caracterizan a un emprendedor de aquellos individuos que prefieren trabajar por cuenta ajena: la ambición, la asunción de riesgo, y su locus de control o forma en la que se percibe el origen de sus conductas y de su propio comportamiento. Dentro de esta última variable, desarrollada por Rotter (1966), se distingue un locus de control interno y externo. El primero asume que el individuo percibe que los eventos ocurren como consecuencia de sus propias acciones, mientras que el segundo considera que los sucesos son aleatorios, ocurren como resultado del azar o por las decisiones de otras personas. Así, como cabría esperar, Olson (2000:9) encuentra una relación positiva entre los individuos con un elevado control personal y la creación de empresas.

Si el objetivo del análisis se centra en las empresas de reciente creación, la investigación de Van Gendeleren, Thurik y Bosma (2005) concluye que las variables demográficas (género, nivel de ingresos o el nivel educativo) apenas tienen influencia en la decisión de crear una empresa, pero sí

la ambición que muestran los emprendedores con dedicación plena al negocio. Este mismo estudio señala que las causas por la que los potenciales emprendedores no llegan a convertirse en reales son de índole personal, tales como la falta de tiempo, de conocimientos y de necesidad, por ejemplo, por tener actualmente un puesto de trabajo estable. Desde una perspectiva de género, la investigación de Cheskin (2000) puso de manifiesto que las mujeres empresarias gastaban menos tiempo en la creación de la empresa por su mayor capacidad para relacionarse-

En relación a la asunción de riesgos, defendida por los investigadores clásicos, tales como Cantillon, Say o Knight, fue analizado empíricamente por Cramer, Harlog, Jonker y Van Praag (2000) con resultados que demostraban lo contrario, esto es, una aversión al riesgo en más del 80% de los emprendedores de su muestra (310 individuos), porcentaje inferior si se compara con lo de los trabajadores por cuenta ajena (89.2%). No obstante, matizan que esta aversión se maximiza en los momentos posteriores a la creación de la empresa y que se va reduciendo conforme el empresario adquiere conocimientos u obtiene sus primeros beneficios. Además, si se considera el género y la edad se aprecian diferencias entre los valores psicológicos y de necesidad de mujeres y varones empresarios. Concretamente, por la distinta percepción, más prudente y calculada, de las mujeres de cualidades y obstáculos existentes en la creación de la empresa (González, 2001). No obstante, esta asunción de riesgos tiene su recompensa para el empresario en términos financieros y de rentabilidad, constituyendo otro motivo explicativo del paso por el cual un individuo podría plantearse dejar de ser trabajador por cuenta ajena a constituir su propia empresa. Este cambio de comportamientos implica modificar la función de riesgos individual, pasando de un estado de seguridad proporcionado por el empleo estable a la incertidumbre recompensada por las tasas de rentabilidad del negocio que obtenga con sus destrezas y habilidades (Praag y Cramer, 2001; Thurik y Verheul, 2002).

Más allá de las medidas de carácter económico o financiero que se pueden adoptar para animar el tejido empresarial, existe consenso (Verhuel *et al*, 2001; Audrestch, 2002, Tabuenca *et al*, 2008) sobre la necesidad de cambiar actitudes sociales con medidas que complementen a las económicas, en la búsqueda de la creación y el fortalecimiento de una actitud positiva hacia el riesgo, hacia el emprendimiento y el trabajo. Este cambio, en buena medida, viene influenciado por el factor educativo y la formación (Herrón y Sapienza; 1992:53). La existencia de una sociedad formada, con directivos, investigadores y científicos dinamiza la actividad emprendedora y contribuye al proceso económico de un país (Lee y Wong, 2004:3; Shariff y Basir, 2009:132).

Por su parte, Hansemark (1998:35) pone de relieve la relación existente entre éxito empresarial y la capacidad de alcanzar logros personales por parte de los individuos sintetizando las motivaciones de carácter personal de todo emprendedor que inicia una aventura empresarial en cinco bloques:

- La preferencia por crear una empresa cercana al núcleo urbano en el que se reside.
- Conciliar cómodamente la vida profesional con la personal.

- La disposición de mayor tiempo para uno mismo.
- La experiencia acumulada en un oficio o sector como acicate para ser su propio jefe.
- Por la propia aspiración de crear algo por sí mismo.

A las anteriores hay que añadir otra de las causas que más contribuyen a explicar las motivaciones personales para crear una empresa: contar con el apoyo familiar. Así, el contacto con la actividad empresarial en muchas ocasiones se produce por la muerte del empresario principal o por la jubilación del mismo, o por la mera existencia de un familiar anterior en la actividad (Van Praag, 2003:4). Además, la experiencia alcanzada por haber trabajado de forma ajena en un determinado sector, así como los contactos conseguidos durante ese tiempo transforma de manera positiva la predisposición personal del potencial emprendedor en convertirse en empresario en fase temprana de desarrollo del negocio por la seguridad y destrezas adquiridas (Rogoff y Heck, 2003:564).

En síntesis, la importancia de las motivaciones personales relacionadas con la mejora de la calidad de vida tanto profesional como personal que permita desarrollar las propias aptitudes y destrezas de los emprendedores que conduzcan a un reconocimiento de su trabajo son razones más poderosas, en ocasiones, que las de carácter económico. La satisfacción laboral que obtiene el emprendedor supera la volatilidad y la inestabilidad de los resultados económicos (Blanchflower y Oswald, 1998:12; Versloot y Van Praag, 2007:360-361).

### 5.3. Factor laboral.

Otro factor determinante del emprendimiento es el binomio necesidad-innovación. A modo de ejemplo, puede considerarse el caso del colectivo de los inmigrantes, en el que su motivación por emprender se basa claramente en razones de necesidad (Coduras; 2008:100-102). La creación de una empresa es considerada como una forma de salvar la marginalidad con la que se encuentran al establecerse en el país de destino en el que ocupan puestos de trabajo de baja especialización y con bajos niveles de renta (Veciana; 1999:18). Sin embargo, esa misma marginalidad les proporcionará empleo si son capaces de aprovecharla y transformarla en una actividad consistente en ofertar productos y servicios a sus propios compatriotas. Estas situaciones sociales han sido defendidas como una de las causas por la que surgen los emprendedores también en otros colectivos como los universitarios o los parados, dada la incertidumbre sobre su situación profesional en el futuro (Stanworth *et al*, 1989:12-14).

Las motivaciones laborales también difieren si se relacionan con variables demográficas y sociales. Por ejemplo, los empresarios con mayor edad suelen lanzarse a la aventura empresarial por la detección de una oportunidad estratégica en el mercado, en el sector o emplazamiento, debido a la madurez y la experiencia acumulada que les permite detectarlas con mayor claridad, mientras que los más jóvenes suelen acceder a trabajar por cuenta propia por razones de necesidad (Reynolds *et al.*, 2005:214-215). Esta circunstancia se refuerza por factores socioeconómicos, dada la mayor

renta que se dispone en los tramos altos de edad y las mayores restricciones en el acceso al crédito por parte de los empresarios de menor edad. Blanchflower y Oswald (1998:10-12, 2007:3) analizan la problemática y la escasa dinámica emprendedora para los jóvenes en los países de la OCDE, así como su relación con el mercado laboral. En estas regiones el nivel de desempleo de los jóvenes es el doble de la población adulta, por lo que afirman que la promoción del espíritu emprendedor entre la población más joven puede, entre otros beneficios, incrementar la innovación, crear nuevos puestos de trabajo, incrementar el grado de competitividad de la región, etc. Además, concluyen que si hay algún familiar empresario en la familia, esto actúa como un elemento motivador para que los jóvenes decidan montar su propio negocio.

Otro colectivo importante son los desempleados (Noorderhaven *et al*, 1999). La falta de recursos y la incapacidad de encontrar un puesto de trabajo por cuenta ajena convierte a la creación de su propio negocio por la vía del autoempleo en una de las posibles soluciones a su situación laboral. La Pyme por su mayor flexibilidad se convierte en una forma adecuada para llevar a cabo sus iniciativas empresariales. Finalmente, los actuales empleados también son susceptibles de convertirse en emprendedores, por motivos tales como procesos de reajuste de plantilla, procesos de concentración empresarial o la crisis de los sectores tradicionales. Estos elementos se configuran como elementos inestabilizadores de los actuales empleados de las grandes empresas, que pueden ver en los programas de creación de empresas una alternativa interesante, surgiendo los denominados *spin-off* dentro de las propias compañías que con el paso del tiempo pueden llegar a adquirir plena independencia (Oiz y García, 1996; Alba, 1992). Además Van Praag (2003:15) señala que los jóvenes empresarios que han decidido abandonar por sí mismo su puesto de trabajo anterior tienen más probabilidad de triunfar en su nueva aventura empresarial que aquellos que han sido despedidos por la propia empresa y consideran el autoempleo como la última salida profesional.

No obstante, otros autores (Storey, 1994; Audrestch, 2002) señalan que existe una relación negativa entre el desempleo y actividad emprendedora. Así, en momentos de recesión económica, con una reducción drástica de la demanda, se produce una reducción en la percepción de oportunidades de negocio así como una disminución del número de emprendimientos por la caída de los ingresos. Sin embargo, la duración del desempleo hace que esta relación se transforme de negativa en positiva al convertirse el autoempleo en una necesidad (Evans y Leighton, 1990:117). Este fenómeno ha sido analizado empíricamente por Carree *et al* (2002) en un estudio realizado sobre 23 países de la OCDE en el periodo 1976-1996, verificando que el paso de estar desempleado a autónomo provoca una relación positiva para el crecimiento económico, a excepción de Italia donde un incremento por encima de la tasa de equilibrio no provoca efectos positivos.

Por otra parte, Fonseca, López-García y Pissarides (2001) analizan el fenómeno de los costes asociadas a la creación de una empresa, el nivel de empleo y actividad emprendedora. Concluyeron

que a medida que los costes iniciales necesarios para poner en marcha –medido en términos de procedimientos necesarios para constituir un negocio y el número de semanas en término medio que conlleva este proceso- un negocio se incrementan, la actividad emprendedora se desincentiva y crece la proporción de individuos que prefieren trabajar por cuenta ajena. Sin embargo, empíricamente verificaron para los países OCDE, además de la conclusión anterior, la relación positiva entre creación de empresas y generación de puestos de trabajo, así como la relación directa existente entre los costes de creación de una empresa y la disminución de los niveles de empleo en los países de su muestra.

#### *5.4 Condiciones percibidas del entorno y aprovechamiento de las mismas.*

El entorno, entendido como aquel conjunto de circunstancias que condicionan de manera directa o indirecta el comportamiento y los resultados de cualquier entidad, es un elemento decisivo a la hora de desarrollar con éxito una actividad. Por ejemplo, para la denominada teoría ecológica de la población (Hannan y Freeman, 1977), el entorno es el principal factor que determina el éxito de una compañía por encima de las características de la empresa o las habilidades del empresario. Las oportunidades que brinda el entorno, condiciona la demanda de actividad emprendedora de una región, a través de los avances tecnológicos, la globalización y el entremado empresarial (Verheul et al, 2001; Blanchflower, Oswald y Stulzer, 2001, Acs et al, 2001). Las innovaciones tecnológicas, especialmente en el campo de las telecomunicaciones y la información, han mejorado la competitividad de las Pymes al permitirles una especialización productiva gracias al desarrollo de nuevos productos y servicios que pueden ofrecer al resto del mundo. Aunque la globalización cree un gran número de nichos de mercado a los que abastecer, puede tener efectos negativos sobre las empresas, por la reducción de la probabilidad de supervivencia dado el incremento de la competencia a escala internacional, manteniéndose sólo aquellas que sean más competitivas y que mejor sepan adaptarse a las distintas culturas de los consumidores.

Bruner y Alarcon (2004) analizan el entorno como medio facilitador del emprendimiento desde una perspectiva estructura-condiciones-resultados, esto es, se consideran las variables principales de un mercado en lo referente a la tecnología, características de los productos, cuotas de mercado y las barreras de entrada y salida del mercado. En función de la estructura del mercado, las conductas de las empresas tienden a alejarse de las condiciones establecidas de la competencia perfecta, vía precios o vía intensificación de la tecnología, para intentar ganar poder de mercado y mayores resultados empresariales. No obstante, no es necesario para el desarrollo de una dinámica emprendedora un entorno totalmente estable, sino que investigaciones como la desarrollada por Peters (2003) sobre la actividad emprendedora en la India, en un entorno adverso e inestable, destacan la capacidad de los emprendedores para sacar partido de esta situación adversa. Es más, el crecimiento económico y la acumulación por encima del nivel de equilibrio de nuevas empresas

trae aparejado una reducción de los nichos de mercado y, por tanto, una reducción en las expectativas de convertirse en empleado por cuenta propia.

Porter (1991:108-183), por su lado, establece una serie de factores que se han de considerar para que una empresa que se cree alcance una ventaja competitiva que le permita supervivir en el futuro.

Los factores que se consideran son:

- condicionantes de la demanda (existencia de un mercado interior amplio),
- condicionantes de la oferta (disposición de los factores de producción),
- la existencia de sectores conexos,
- la rivalidad del sector,
- las políticas públicas.

Según esta visión del entorno, las variables que lo configuran pueden agruparse en dos bloques. El primero, relacionado con los condicionantes demográficos y sociales del entorno, tales como la disposición de una población abundante o en crecimiento, con unas necesidades a cubrir y la existencia de unas redes de comunicación y de transporte, que faciliten tanto la adquisición de los factores productivos como la distribución de los output generados. El segundo, lo integran otro bloque de variables condicionadas por el ciclo de vida del producto, el nivel de dinamismo y concentración del sector, así como el nivel de competidores. Estas sirven de acicate o de obstáculo para la entrada de nuevos emprendedores, en función de las oportunidades específicas latentes que aún queden en el sector y sus probabilidades de éxito.

Los espacios urbanos y la disposición de unos buenos medios de transporte y vías de comunicación, tanto interna como externa, son los factores que más han contribuido al diseño de los grandes conglomerados industriales y a las regiones metropolitanas, las cuales permiten aprovechar sus redes existentes (Nijkamp,2000:396-398). Las ciudades tienen un fuerte impacto en el desarrollo de la actividad emprendedora, en especial en aquellas que cuentan con un nivel denso de población, una elevada tasa de crecimiento de población, un alto porcentaje de trabajadores cualificados así como una sólida estructura de Pymes (Audrestch y Fritsch, 1994: 362). Además, en estas áreas es donde se ha producido el auge del emprendedor, en especial, con la terciarización de la economía y el auge del sector servicios a empresas, que ha demandado nuevas empresas con bajos requerimientos de capital y con pocas limitaciones de entrada. Por tanto, el emprender en una economía con un equilibrado sistema productivo en todos sus sectores vitales de actividad contribuye a generar un clima favorable al desarrollo empresarial y creativo. Igualmente, difunde la existencia de una extensa oferta de suministradores y de posibles colaboradores con los que poder aprovechar economías de escala y favorecer el nacimiento de sinergias, tanto positivas como negativas.

La fase de crecimiento y madurez de los productos es un momento en que los potenciales emprendedores pueden visualizar las oportunidades derivadas de las necesidades que quedan sin atender por los productos existentes en ese momento en el mercado. Esto es, la existencia de nichos de mercado que pueden aflorar como respuesta a esas necesidades que estaban infrasatisfechas (Hofer y Sandberg, 1987:15). Sin embargo, la detención de esta oportunidad puede ser consecuencia no sólo por motivos de oferta del mercado, sino también por cambios que puedan darse en la economía local, por ejemplo: por el aumento de la competencia entre empresas que pongan al descubierto sus debilidades, la reestructuración de la industria, cambios en la legislación tributaria, mercantil, local, etc. Las oportunidades pueden surgir no sólo por la tenencia de un producto o proceso innovador, sino por modificaciones en cualquiera de los elementos que configuren la dinámica de relaciones del empresario con su entorno más cercano.

Respecto a la rivalidad del sector. Un elevado número de empresas competidoras puede suponer una barrera de entrada al sector, pero a su vez puede convertirse en generadora de entrada. Esto es debido a que la eliminación de las empresas que expulsa el sector facilita una información valiosa sobre la forma en la que no se debe llevar a cabo su gestión, proporcionando además un *feed-back* que puede convertirse en el inicio de una nueva actividad o, en su caso, suponer una liberación de recursos para las actividades supervivientes más productivas.

Además, de las ya mencionadas incubadoras de empresas, otro agente del entorno con el que se interactúa fuertemente es la *Universidad* o Institutos de Investigación. Estos centros son los encargados de suministrar el personal cualificado a la empresa y posibilitan el acceso a laboratorios con los que, al inicio de la actividad, son difíciles contar de forma propia. Desde un punto de vista social, la Universidad debería potenciar la generación de una cultura de reconocimiento de la labor del emprendedor, transmitiendo el riesgo al que se enfrentan estos individuos y los beneficios que sus acciones tienen para toda la sociedad, tanto en términos de mejora de calidad de vida al ofrecer productos innovadores como en generación de puestos de trabajo. Además, una sociedad con un elevado grado de formación tiene la capacidad de asimilar y aplicar en su trabajo más rápidamente los conocimientos y las innovaciones tecnológicas (Galindo y Méndez, 2008:37).

Otras de las medidas en el entorno que promocionan el espíritu emprendedor, son los premios y reconocimientos sociales a la figura del empresario y actuaciones en medios de comunicación<sup>1</sup> que genere una aceptación positiva hacia su actuación. Programas o campañas publicitarias son capaces de generar una demanda positiva en términos de autoempleo (Stevenson, 1996:60).

Por su parte, el último informe del GEM 2008 para el caso español, al analizar el actual entorno para iniciar una aventura empresarial, destaca que en plena crisis económica la percepción de

---

<sup>1</sup> Recientemente a nivel español destaca el programa “*Generación XXT*” dirigido por el periodista Campo Vidal para las televisiones locales, está promoviendo con un amplio respaldo el desarrollo de proyectos empresariales innovadores.

oportunidades permanece estable y aumenta la consideración del autoempleo como salida profesional, pero aumenta significativamente el miedo a fracasar en el desarrollo del negocio. Además, se insiste en que la educación sigue siendo el principal obstáculo que limita la actividad emprendedora. Por esta razón pronostican para el futuro más inmediato un escenario caracterizado por una reducción en la tasa de actividad emprendedora por las mayores dificultades para hallar financiación, aunque señalan que podría aumentar debido al apoyo a la actividad emprendedora como forma de acceso al empleo a través de los subsidios por desempleo.

### 5.5. Factor estratégico y de resultados.

Desde la década de los noventa las variables organizativas de la empresa han empezado a ser consideradas a partir de las investigaciones que se están desarrollando en el campo de la dirección estratégica y la organización de empresas, en especial, la interacción entre el empresario y la forma en la que dirige sus actividades y como este comportamiento afecta al resultado empresarial. Este puede ser medido a través de ratios que relacionen los beneficios obtenidos con las inversiones necesarias, esto es, la rentabilidad y la relación de estos indicadores con la asunción de riesgos.

Algunos autores (Aldrich y Wiedenmayer,1993; McDougall, *et al.*,1992) han tratado de asociar determinados éxitos empresariales a las conductas de los empresarios responsables de los mismos. Sin embargo, las evidencias obtenidas por cada uno de ellos muestran comportamientos dispares no catalogables (Lafuente y Salas,1989; Smith y Miner,1983). Una buena estrategia empresarial debe considerar al menos varios aspectos básicos de conocimiento interno y externo a la empresa, tales como el mercado objetivo al que se dirige, el desarrollo de un producto adecuado a las necesidades de nuestra potencial demanda, disponer de recursos financieros, humanos y de estructura, así como una cultura empresarial, junto con los trabajadores para trabajar en la misma línea que la filosofía empresarial y los objetivos generales.

Uno de los factores que ha tenido efectos positivos sobre la actividad emprendedora es la especialización productiva de las empresas. La globalización y el incremento de la competencia han provocado que las empresas se centren en su “*core business*” o actividades que realmente les generan valor, mientras que el resto de servicios accesorios, pero necesarios para el negocio, se externalizan en otras empresas a través de los “*outsourcing*” y los “*spin-off*”, creando de esta manera oportunidades que explotar. Otro fenómeno parejo, es la necesidad de todas las empresas, con independencia de su tamaño empresarial, de servicios empresariales profesionales, lo que supone una apreciable alternativa para los emprendedores por el bajo capital inicial que se requiere para iniciar la actividad y las menores barreras de entradas que el resto de sectores empresariales (Bailly y Maillat,1989).

No obstante, no hay una estrategia que parezca asegurar el éxito de las empresas nacientes, debido a los diferentes escenarios y situaciones en las que se mueven las diversas empresas. Las estrategias que en ciertos sectores han alcanzado buenos resultados en otros puedan ocurrir todo lo contrario. Por tanto, el diseño de una buena estrategia no actúa como una garantía para la supervivencia, pero si se diseña teniendo en cuenta todos los pilares que intervienen en la empresa (marketing, distribución, finanzas y recursos humanos) es posible transformar esa estrategia en resultados positivos a medio y largo plazo. Por tanto, la dirección estratégica asocia el fenómeno del emprendimiento con la mejora de la competitividad de las organizaciones, a través del mayor compromiso de los emprendedores con las actividades de I+D e innovación, el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación, y, en especial, la gestión del conocimiento (Acs *et al.*,2009).

### *5.6 Contribución de las ayudas públicas.*

Los incentivos públicos percibidos para la puesta en marcha de una actividad es un factor considerado en el inicio de cualquier actividad, que en ocasiones resulta imprescindible para la puesta en marcha del negocio. Resulta constatado que por mucha motivación personal o ambición que tenga una persona, el detectar una buena oportunidad en el mercado o contar con una visión empresarial muy innovadora pueden quedarse en meras intenciones si no se disponen de los suficientes medios económicos para llevarlos a cabo. Por eso, la contribución de las políticas públicas de apoyo a la creación de empresas resulta importante y debe centrarse en cuatro grandes áreas: la reducción de los trámites administrativos, la mejora del entorno legal e impositivo, la promoción de la figura del emprendedor y el apoyo a la creación de nuevas empresas (Belso, 2004:32). Así, destaca la aprobación en el año 2003 de la ley que desarrolla el proyecto “*Nueva empresa*”, según la cual los emprendedores pueden crear su empresa en un breve plazo de tiempo, pudiendo utilizar medios telemáticos que agilicen el proceso administrativo. Además, esta ley se caracteriza por la introducido de bonificaciones fiscales y simplificación en el cómputo de algunas de las obligaciones contable.

Los programas públicos se articulan en diferentes medidas que van desde los incentivos públicos a la formación, la introducción de normas de calidad total o normalización de sus actividades (normas ISO, normas de excelencia), el asesoramiento en términos legales, laborales y jurídicos, pero en especial, las medidas de carácter financiero, que reducen las barreras de acceso a financiación en condiciones y plazos adecuados (Audretshch,2002:36-39).En Lundstrom y Stevenson (2001:23) es posible encontrar una definición precisa de “*entrepreneurship policy*” como “políticas dirigidas a estimular la actividad emprendedora, tanto en la planificación, constitución y consolidación de las nuevas empresas diseñando y ejecutando oportunidades con el objetivo principal de conseguir que más personas comiencen su propio negocio”. Para conseguir sus objetivos los gobiernos cuentan con toda una batería legislativa que les permite reducir las

barreras de entrada o evitar la concentración empresarial en un determinado sector, articular incentivos fiscales o laborales para la creación de empresas o para determinados colectivos, como por ejemplo, la exención de las prestaciones percibidas de la seguridad social en forma de pago único (hasta un máximo de 12.020 euros) cuando se destinen íntegramente a la creación de un actividad por cuenta propia (Ley 35/2006 de 28 de noviembre, art. 7.n).

El diseño de estas políticas no debe reducirse al corto plazo, en el sentido de actuar en los momentos constitutivos de cualquier empresa, sino que el objetivo debe centrarse en estimular a los potenciales empresarios a crear su propio negocio con unas mayores probabilidades de éxito, esto es, incrementar las tasas de supervivencia empresarial a largo plazo (Keuschnigg y Nielsen, 2002:176-7). No obstante, es la reacción del mercado la que marca la efectividad de las ayudas, al absorber sólo a aquellos empresarios que sean capaces de actuar en él de forma eficiente. La existencia de un número de empresarios por encima de la tasa de equilibrio genera una reducción de los márgenes de beneficio con la consecuente reducción de la probabilidad de éxito y la salida de las empresas menos eficientes, provocando escasos efectos a largo plazo de estas políticas (Geroski,1995:422-6;Pablo,2004:218). Por tanto, estas actuaciones de manera coyuntural pueden resultar una solución rápida para acceder y dinamizar el mercado, pero a largo plazo sólo contribuirán al desarrollo económico si se actúa desde elementos de la oferta y de la demanda (García Lillo y Lajara, 1999:3-4). Concretamente, Verhuel *et al* (2001:25) detallan cinco maneras a través de cuales los gobiernos pueden influir en la tasa de empresarialidad de una región:

- Políticas desde la demanda de actividad emprendedora: incrementando las oportunidades de negocio para los potenciales emprendedores, a través de la desregularización de ciertos sectores. En los últimos años se ha producido este fenómeno en el sector energético y en breve se esperan los efectos dentro del sector servicios a través de las medidas de la Directiva Europea de Servicios o “*ley paraguas*” que trata de garantizar el libre acceso y el ejercicio de las actividades del sector servicios. Entre los puntos fuertes de esta directiva destaca la reducción de los trámites administrativos y el establecimiento de un plazo máximo de 24 horas para la creación de una empresa. Otra medida aprobada recientemente es la aprobación de la ley concursal que reduce las barreras de salida de la actividad en caso de no alcanzar el éxito empresarial.
- Políticas desde la oferta de actividad emprendedora: estas políticas tratan de incrementar el número y el tipo potenciales emprendedores. Entre las medidas que se pueden desarrollar destacan las políticas sociológicas destinadas a incrementar la población (de natalidad, de creación de nuevas áreas urbanas, de inmigración) y las políticas económicas regionales, como, por ejemplo, las destinadas a la creación de centros tecnológicos o a facilitar la creación de “*incubadoras*” de empresas.

- Políticas públicas destinadas a facilitar recursos, conocimientos y habilidades para los empresarios. Las medidas que se adopten deben de favorecer la disposición de recursos financieros, tecnológicos, de asesoramiento, así como infraestructuras necesarias.
- Políticas públicas destinadas a modificar las preferencias, valores y actitudes de los individuos hacia la actividad emprendedora. Este propósito se consigue a través de reforzar el sistema educativo. Sin embargo, la transformación de valores y la incorporación de una cultura emprendedora en todos los niveles del sistema educativo resulta una misión muy a largo plazo, aunque las sucesivas reformas educativas están progresando en esta línea.
- Políticas públicas que influyan directamente en la relación riesgo-beneficio del emprendedor. La forma en que pueden materializarse es a través de subvenciones, subsidios en caso de abandono de la actividad, establecimiento de sistemas de garantías en caso de insolvencia o deducciones fiscales. Sin embargo, estas políticas deben de ser consideradas con atención, ya que pueden producirse problemas de riesgo moral, de forma que si los empresarios perciben que parte de su riesgo va a ser asumido por las instituciones públicas pueden tener un malicioso incentivo para tomar decisiones demasiado arriesgadas. Por su parte, las deducciones y bonificaciones fiscales (por adquisición de nuevas instalaciones y actividades de I+D) son medidas más efectivas al exigir una contraprestación al empresario para beneficiarse del incentivo *fiscal*.

No obstante, hay que considerar que el diseño de todo programa de actuación pública debe evitar los problemas que conllevan de duplicidad, derivados de la elevada segmentación que se ha producido en los grupos objeto de la apoyo (en especial en los apoyos concedidos para la obtención de recursos financieros y la promoción de las actividades de innovación) y la falta de coordinación entre los mecanismos de control conforme se ha producido un incremento generalizado en los volúmenes financieros dispuestos (Belso, 2004a:28-29).

Dentro de los apoyos financieros públicos a los que se puede recurrir para iniciar una actividad empresarial se pueden citar en España: los recursos dispuestos por el Instituto de Crédito Oficial, con una línea específica para emprendedores (ICO emprendedores); el acceso a sociedades de garantía recíproca que conceden avales a sus socios que ayudan a limitar el coste financiero de la financiación empresarial y que cuentan con el apoyo de una institución pública, la Compañía Española de Reafianzamiento (CERSA); la promoción del capital riesgo y redes business angels; apoyos para la externalización con los apoyos del Instituto Español de Comercio Exterior; y las ayudas comunitarias procedentes de los Fondos Estructurales (Rodero y López, 2001). Sin embargo, las subvenciones o ayudas a fondo perdido provocan ineficiencia en los resultados debido a la toma de decisiones más arriesgadas que se hubieran tomado en ausencia de las mismas. Por ello están siendo sustituidas por estos mecanismos de apoyo más indirecto (Rivera y Muñoz, 2000). No obstante, Bergström (2000), en una investigación sobre los subsidios públicos empresariales en

Noruega, encontró una relación positiva entre la obtención de la ayuda y la productividad de las empresas. Por tanto, la valoración de los efectos de las subvenciones resulta compleja (Calvo-Flores *et al.*:2004:926-929).

En cuanto a los apoyos locales, es posible encontrar ayudas suministradas por las propias corporaciones locales y autonómicas en colaboración con entidades de crédito para favorecer el desarrollo de una cultura emprendedora, así como dinamizar la actividad económica local. A modo de ejemplo, el ayuntamiento de Alcalá de Henares a través de un convenio de colaboración con *La Caixa* se encarga de la concesión de microcréditos de pequeña cuantía, sin necesidad de garantías de cualquier tipo, tanto a personas que cuentan con recursos económicos limitados, o que tienen problemas de exclusión financiera, por no reunir las condiciones necesarias para acudir a la financiación bancaria.

Desde el ámbito comunitario se cuenta también con sus propios programas de apoyo tanto para la creación de empresas (Von Moltke,1996; Giner, Muriel y Toledano,1999; Fonfria,2002, 2003; Comisión Europea,2006) como para otra multitud de campos (financiación, I+D, exportación, jóvenes, etc.). Uno de los grandes pilares sobre los que se constituyó la Unión Europea radicaba en la creación de empleo y por tanto, se confiaba en la Pyme como la gran generadora del mismo, como puso de manifiesto la crisis de los años setenta, en la que las grandes empresas se vieron incapaces de adaptarse al inestable entorno creado, a diferencia de las Pymes que por sus menores estructuras y burocracias pudieron desenvolverse en el nuevo entorno con mayor flexibilidad (Giner, Santa María y Ibarra,1999).

Entre otras medidas apoyadas y promovidas por el sector público destacan los tradicionales servicios de apoyo a las nuevas empresas y las agencias de desarrollo y formación denominadas incubadoras de empresas o *Centros Europeos de Empresas Innovadoras* (CEII). Centros, de naturaleza privada o mixta, que surgieron para ayudar y desarrollar a las Pyme proporcionando un espacio físico con recursos compartidos, de tal forma que se produzcan sinergias, tanto en innovación como en reducción de costes, derivadas de la proximidad entre las diferentes empresas. No obstante, si la participación es pública el objetivo estará centrado en la creación del empleo y en la renovación del tejido empresarial de una zona.

En términos comparativos, Toledano y Urbano (2007) realizaron una investigación de las “*best-practices*” respecto a la promoción de nuevas empresas en España, concluyendo que el tipo de empresa que se crea (por detectar una oportunidad o por necesidad) gracias a la concesión de apoyos públicos depende de las características de la región (alto, medio o bajo nivel de desarrollo) y que el efecto que estas empresas producen en el tejido empresarial (crecimiento económico o reducción del desempleo) queda condicionada por el tipo de empresa creada. Por otro lado, afirman que las condiciones y peculiaridades de cada espacio geográficas deben ser consideradas

prioritariamente en el diseño de cualquier política pública a fin de determinar las soluciones más eficientes para el desarrollo económico de la región (ayuda económica, asesoramiento o viveros de empresas).

Por tanto, como se ha indicado anteriormente, uno de los componentes que define toda actividad empresarial es la asunción de riesgos por parte del empresario derivados de la incertidumbre del entorno. El empresario debe buscar y tomar decisiones estratégicas que minimicen el impacto del mismo, así como conocer la existencia de tales riesgos. Para [Fernández, López y Rodríguez \(2000:29-36\)](#) los riesgos de toda entidad pueden clasificarse en riesgos financieros y no financieros (de mercado, de aprovisionamiento, de producción, comerciales, laborales, legales y de dirección). Los riesgos financieros, asociados a la disposición de los fondos necesarios para acometer la actividad y la capacidad para devolver las deudas contraídas tienen repercusiones directas sobre el resto de riesgos. En la presente investigación, centrada en el análisis de la financiación de la actividad emprendedora, se incidirá especialmente en los riesgos de tipo financiero y la forma de evitarlos. Por ello, en el capítulo siguiente se analizan los recursos financieros con los que cuentan las empresas nacientes para poder afrontar su visión empresarial, en especial a los otorgados por las instituciones públicas, así como la valoración que hacen de la misma aquellos empresarios que han sido beneficiarios de las mismas. El estudio de la forma en que se financian las empresas nacientes de reducida dimensión, en las que suele encontrarse a los empresarios emprendedores, se justificará fundamentalmente por los problemas de información asimétrica y el escaso tamaño empresarial inicial.

*6 Principales contenidos a destacar del primer capítulo.*

1. La escasa atención que tradicionalmente se le ha prestado a la figura del empresario proviene de la dificultad de su medición, lo que ha desplazado el objeto de estudio a las unidades más fácilmente observables: empresa y gestores o directivos. Sin embargo, en la actualidad el informe GEM aporta una herramienta que proporciona un criterio de homogeneidad y comparabilidad de la figura del emprendedor a nivel internacional.
2. Inicialmente se identificó al empresario con el propietario de la empresa, pero a medida que se ha producido la separación entre propiedad y control, así como la profesionalización de esta última, ha puesto de manifiesto la complejidad de la medición y el estudio del emprendedor.
3. El carácter polifacético y multidisciplinar de la figura del emprendedor, hace que no puede analizarse desde una única dimensión, siendo aconsejable un enfoque de análisis ecléctico, que considere tanto la dimensión económica-laboral y la dimensión social-psicológica del emprendedor.
4. Pese a los esfuerzos realizados por la investigación académica, no es posible establecer una tipología clara y precisa sobre el perfil del emprendedor.
5. La oferta de emprendedores aparece condicionada por las percepciones individuales de los empresarios sobre la demanda existente en el mercado, el crecimiento de la población y otros factores demográficos.
6. La demanda de emprendedores aparece condicionada por las oportunidades que ofrece la situación económica o el sector de actividad para el desarrollo del negocio. Estas oportunidades se ven afectadas por la tecnología, el nivel de desarrollo económico y sectorial y la globalización.
7. El desarrollo de una economía emprendedora requiere un sistema financiero y unas instituciones públicas que fomenten el espíritu emprendedor, facilitando el acceso a recursos financieros, económicos y reduciendo las barreras y trámites legales-administrativos.
8. Las medidas de carácter financiero-económico se deben combinar con políticas que actúen directamente sobre las actitudes y los sociales, en concreto a través de la educación y formación.
9. Las aportaciones realizadas desde las administraciones públicas para fomentar la actividad emprendedora deben estar orientadas al largo plazo. Un incremento a corto plazo del número de empresarios por encima de la tasa de empresarialidad trae emparejada un incremento de la competencia, una reducción de los márgenes y la exclusión del mercado de aquellos empresarios menos eficientes.