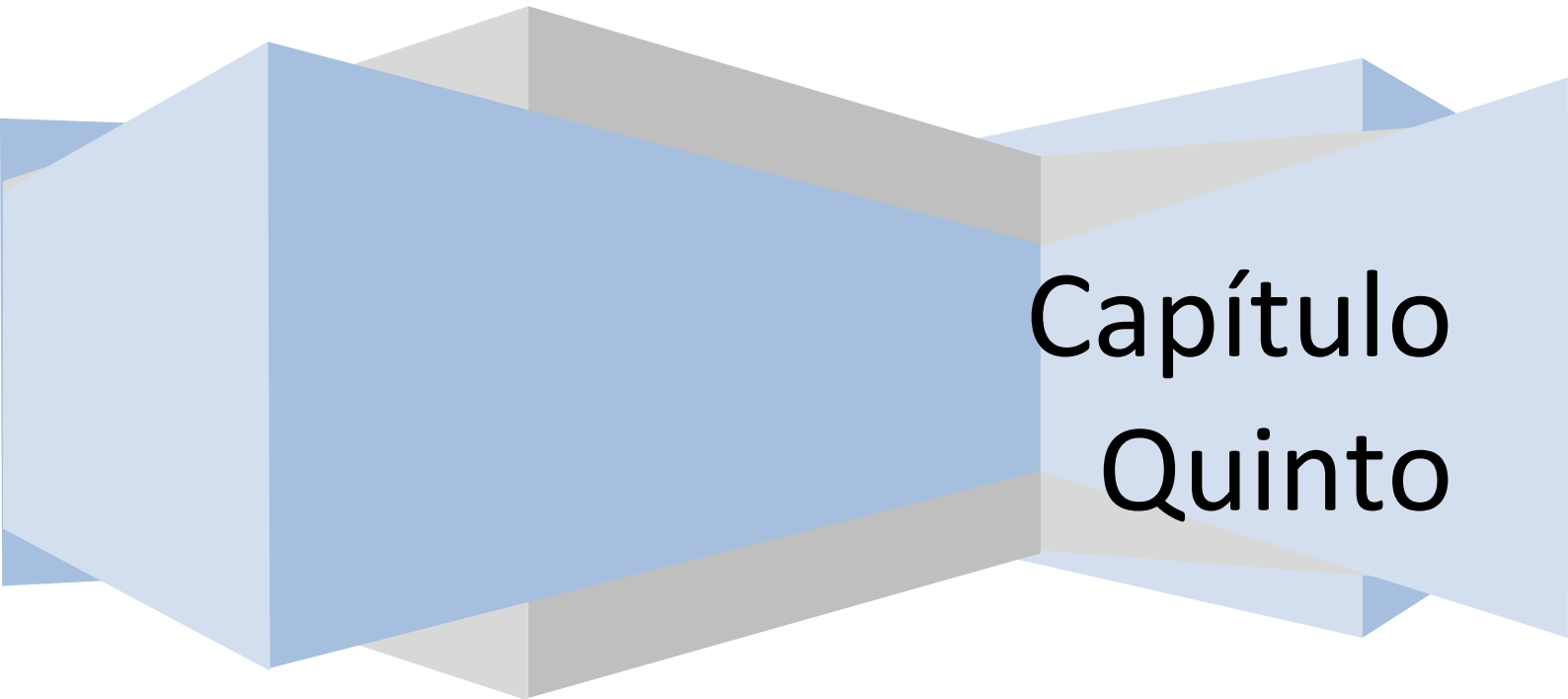


## Análisis de la valoración por parte de emprendedores y beneficiarios de ayudas públicas a la financiación

*“No es rico el que más tiene, sino el que menos necesita”, Facundo Cabral.*

*“Mi experiencia personal fue que hace diez años creamos un centro de investigación sobre la historia del emprendimiento. Por diez años intentamos definir al emprendedor. Nunca lo conseguimos. Cada uno de nosotros tiene una noción del emprendedor. Y no creo que tú vayas a conseguirlo más rápido” Arthur H. Cole (1969:17), Definition of Entrepreneurship.*

*“Cuando triunfas una vez, puede ser casualidad. Cuando triunfas dos veces, puede ser cuestión de suerte. Cuando triunfas tres veces se debe al trabajo duro y al hecho de ser eficaz y competitivo”. Proverbio de Normandía*



# Capítulo Quinto



## Capítulo 5. Análisis de la valoración por parte de emprendedores y beneficiarios de ayudas públicas a la financiación.

### 1 Introducción.

En el capítulo cuarto se ha analizado la eficiencia de los sistemas públicos de ayuda a la financiación de las Pymes centrando el objeto de estudio en las unidades productivas considerando las principales magnitudes económico-financieras de las **empresas** de nueva creación. El presente capítulo profundiza en un análisis de corte cualitativo a fin de recoger la valoración desde el punto de vista del **empresario**. Las opiniones de los actuales y potenciales beneficiarios de los apoyos públicos a la financiación son una valiosa herramienta de control de las medidas adoptadas y de retroalimentación de sus implicaciones y permiten a las instituciones públicas desarrollar soluciones que garanticen un crecimiento sostenido y de calidad para el diseño de futuros apoyos.

Este capítulo pretende describir las principales características de las empresas y empresarios que han acudido a medidas de apoyo financiero en relación con un grupo de emprendedores que no han recurrido aún a ellas. De esta forma, se pueden analizar las diferencias entre los perfiles de las diferentes muestras. Los datos se obtienen de las valoraciones de una muestra de beneficiarios por un lado de avales de sociedades de garantía recíproca y de beneficiarios de la Línea Pyme del ICO, y por otra de una muestra de empresarios emprendedores, a través de una metodología basada en uso de cuestionarios. Esta herramienta es ampliamente utilizada en la literatura para valorar el impacto de las ayudas públicas concedidas, así como el perfil de empresario y factores que expliquen su actividad emprendedora (Lafuente y Salas; 1989; Jasinki y Dunn, 1999; Such y Belso, 2004; Baum, Locke y Smith, 2001; García Tabuena *et al*, 2007). Otros estudios se centran en la propia empresa o negocio (Lerner, 1999; Almus, 2001).

Las variables que se analizan permiten conocer el destino de las ayudas concedidas, las relaciones entre el coste de las mismas y el tipo de empresario, así como la valoración que estas ayudas suscitan. Con respecto al conjunto de emprendedores sus respuestas son de especial interés para conocer la forma en que han financiado sus proyectos empresariales y comprobar si su perfil se asemeja al de empresarios avalados o beneficiarios del ICO, como potenciales usuarios de estas vías de financiación.

Las fechas en las que se realizaron los cuestionarios han sido de manera secuencial y continuada en el tiempo, desde el año 2005 al 2007. Aunque hay disparidad de tiempos en las respuestas de los cuestionarios sus resultados permiten recabar la opinión de los beneficiarios de tales servicios y posibilitan un conocimiento sobre el avance de variables sociales y económicas.

En la tabla 5.1 se presenta de forma sintética los principales datos considerados en el diseño y selección de las muestras de los diferentes cuestionarios.

Tabla 5.1. **Identificación de las muestras encuestadas. Datos del trabajo de campo.**

Variables consideradas en el trabajo de campo	Cuestionario a Beneficiarios de SGR	Cuestionario a una muestra de emprendedores	Cuestionario a Beneficiarios del ICO
Población objeto de estudio	Beneficiarios aval por SGR con riesgo vivo a 31/12/04	Empresas creadas entre 2000 y 2005	Beneficiarios Línea ICO con riesgo vivo a 31/12/06
Periodo trabajo de campo	Marzo a Junio de 2005	Febrero a Junio de 2006	Septiembre a Diciembre de 2007
Censo muestral	7.649	28.814	269.324
Tamaño muestral	1.242	1.057	1.500
Cuestionarios recibidos	401	507	519
Recogida información	Encuesta postal, con seguimiento telefónico		
Procedimiento maestral	Muestreo estratificado con fijación proporcional		

Fuente: Elaboración propia.

Se ha elaborado una única base de datos con los registros de las encuestas recibidas en la que se han homogeneizado las respuestas. No obstante, dada la distinta naturaleza de los encuestados, hay preguntas específicas que afectan sólo a alguna de las muestras, por lo que el tratamiento de las respuestas en estos casos se realizará de manera segmentada. En el anexo 1 figura el diseño de los tres cuestionarios realizados.

Los objetivos de este capítulo son:

1. Ofrecer una caracterización de los empresarios beneficiarios de avales de SGR y de la Línea Pyme del ICO en comparación con un perfil de emprendedores.
2. Detectar si existen relaciones de dependencia entre los rasgos demográficos de los empresarios-empresas con la naturaleza y el coste de la financiación.
3. Conocer las valoraciones más significativas que realizan los propios empresarios sobre los sistemas públicos de apoyo a la financiación, que podrían tener influencia en la mejora de la política y el servicio.

La información obtenida se ha agrupado en los siguientes bloques:

- A. Caracterización del empresario.
- B. Datos y tipología de empresa.
- C. Utilización de los sistemas de apoyo público a la financiación: Políticas de crecimiento y valoración de las ayudas de I+D.
- D. Valoración de los sistemas de apoyos públicos a la financiación.
- E. Valoración de la situación económica (confianza del empresario).

## 2. Criterios de segmentación.

Para diseñar las muestras de empresarios a encuestar se ha tomado la población de empresas beneficiarias de la línea ICO y de SGR con riesgo vivo y la base SABI como aproximación del conjunto del tejido empresarial español –véase apartado 5 del capítulo tercero-. Estas poblaciones se segmentan en varios estratos en función de tres criterios: sectorial, territorial y tamaño. Los pesos porcentuales que se obtienen de esta estratificación se imponen como condicionantes para la formación de la muestra. Para los beneficiarios de SGR el criterio al que mayor importancia se le concedió fue la distribución por comunidades autónomas, con el objeto de lograr una muestra proporcional a las comunidades en las que se encuentra implantado el sistema de garantías. Por su

parte, para la muestra de emprendedores se utiliza además como clave de segmentación la antigüedad de la empresa (menos de 3 años, entre 3 y 6, entre 6 y 10, y más de 10 años).

El rasgo común en los tres universos encuestables es el alto grado de microempresas, que provoca que las pequeñas y medianas empresas queden poco representadas en valor absoluto. Como medida para lograr una mayor representatividad del resto de tamaños, se establece como restricción una infraponderación del número de microempresas a encuestar. Así, para las SGR se estableció que no más de un 20% fueran microempresas. Para la muestra de emprendedores, condicionada por la antigüedad empresarial y el tamaño empresarial, tal como se deduce de la muestra de CONTROL empleada en el capítulo anterior, se constata un reducido porcentaje de empresas de reciente creación en la base SABI de tamaño mediano. Esta circunstancia podría dar lugar a la no obtención de resultados para estos cuestionarios. Para evitarlo, se incremento en 50 el número de encuestas para las empresas de mayor dimensión para poder reflejar las opiniones del conjunto de emprendedores de ese estrato. Para las empresas a encuestar de ICO se siguió el mismo procedimiento que el aplicado a la muestra de emprendedores.

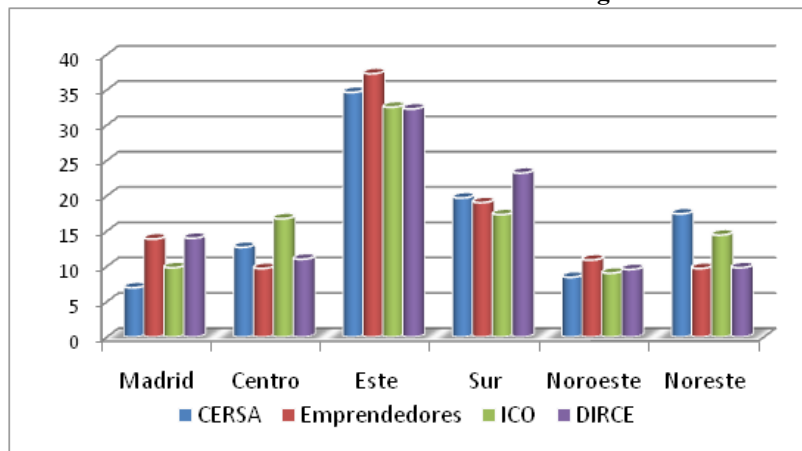
En los gráficos 5.1 al 5.4 se presenta la distribución de los empresarios de los tres cuestionarios realizados por distribución geográfica (en regiones NUT-1), sectorial (en función de los 7 agrupaciones de la CNAE 93 revisada), por tamaño empresarial (micro, pequeña, medianas y grandes) y según la forma jurídica (autónomos o personalidad jurídica). Los resultados obtenidos se comparan con los registros del Directorio Central de Empresa (DIRCE) para enjuiciar la representatividad de los registros obtenidos y los posteriores análisis.

Por regiones puede apreciarse que existe una eleva aproximación entre los datos del DIRCE y la muestra de emprendedores (gráfico 5.1). Sin embargo, los beneficiarios de sistemas de apoyo público a la financiación se encuentran ligeramente infravalorados en las regiones de Madrid y Sur y ampliamente sobrevaloradas en el Noreste y Centro en relación a su representatividad dentro del tejido empresarial español. Es destacable el caso de la escasa incidencia de las empresas avaladas por SGR en Cataluña, con apenas un 0.5% de las avaladas, ya que en el momento en que se produjo el trabajo de campo no existía ninguna sociedad de garantía, por lo que sólo se recogen las empresas de esta comunidad que acudieron a otras SGR ubicadas en otras regiones, en especial, las de la Comunidad Valenciana (en la actualidad Cataluña ya cuenta con su propia SGR denominada “Avalis”). Las zonas de Centro y Noreste son las que han acudido con una mayor frecuencia relativa a los fondos aportados por la Línea Pyme del ICO, lo cual sustenta la finalidad de la línea de apoyar a aquellas empresas menos desarrolladas y con mayores dificultades de acceso a la financiación.

Sectorialmente (gráfico 5.2), las empresas del sector servicios (no comerciales) son las más representadas en la muestra de beneficiarios que acuden al ICO (30%), seguidas del sector dedicado a la distribución comercial (26%) y las industrias tradicionales (21%). Por el contrario, los

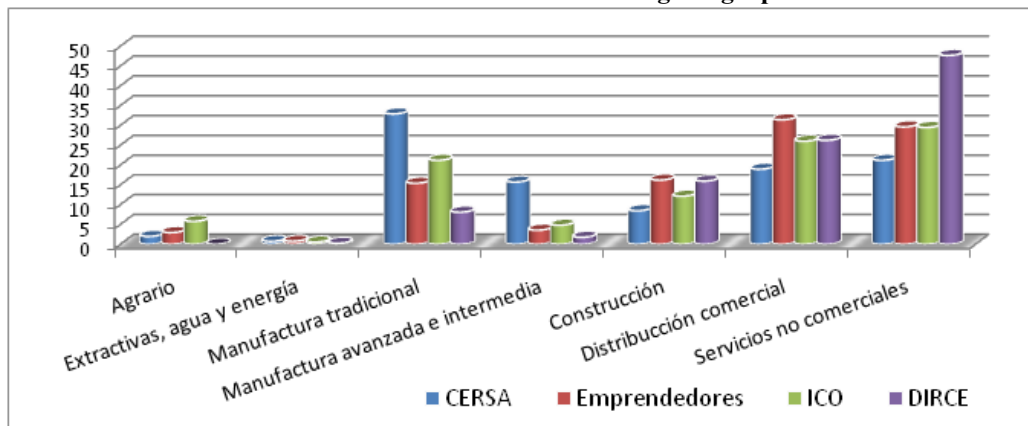
empresarios que han necesitado avales de las SGR provienen en su mayoría del sector industrial, ya sea tradicional (33%) o avanzado (16%). Los empresarios emprendedores siguen una estructura sectorial muy similar a la mostrada por los beneficiarios ICO, pero con mayor peso en las actividades de la distribución comercial (31%) y la construcción (16%), resultados que vienen explicados por la “*búsqueda*” de la oportunidad del emprendedor y la tendencia del ciclo económico. En especial por el alza del sector de la construcción en el periodo 2003-2006 en el conjunto de la economía (Taltavull, 2007:207-214). La adecuación de las respuestas al DIRCE se encuentra altamente infravalorada en el sector servicios en pos de una elevada sobrevaloración del tejido industrial, especialmente en la muestra de beneficiarios de apoyos financieros, consiguiéndose una adecuada representatividad en el resto de sectores.

Gráfico 5.1. Distribución territorial de las muestras según criterios NUT-1



Fuente: DIRCE, encuesta ICO, CERSA, emprendedores y elaboración propia.

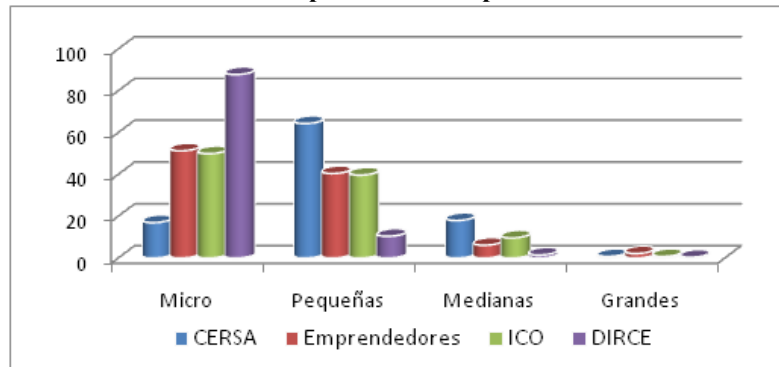
Gráfico 5.2. Distribución sectorial de las muestras según agrupaciones CNAE-93



Fuente: DIRCE, encuesta ICO, CERSA, emprendedores y elaboración propia.

Por tamaño empresarial (gráfico 5.3), existen diferencias a la hora de acceder a las fuentes de financiación, ya que las que acuden a avales de SGR son en su mayoría empresas de pequeño (64%) o mediano tamaño (18%), en relación con las que acceden al ICO donde el predominio es de las microempresas (50%). Sin embargo, estos resultados no son significativos si los comparamos con la estructura del DIRCE, por la acotación impuesta al número de empresas a encuestar en los estratos de microempresas para evitar la sub-representación de pequeñas y medianas.

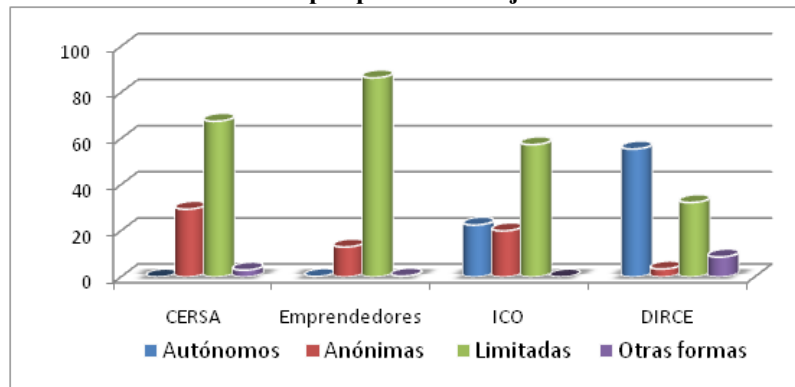
Gráfico 5.3. Distribución por tamaño empresarial de las muestras



Fuente: DIRCE, encuesta ICO, CERSA, emprendedores y elaboración propia.

Según la forma jurídica (gráfico 5.4), las sociedades con personalidad jurídica limitada son la forma preferente, con un 86% en el caso de emprendedores y un 68% en caso de las avaladas por una SGR. Es destacable el caso de la encuesta de ICO en la que se poseen opiniones de autónomos (23%), las cuales apenas han sido recogidas en la literatura debido al difícil acceso a sus registros. Sin considerar el efecto de los autónomos, las muestras logran representar fielmente la estructura empresarial por forma jurídica establecida por el DIRCE.

Gráfico 5.4. Distribución por personalidad jurídica de las muestras



Fuente: DIRCE, encuesta ICO, CERSA, emprendedores y elaboración propia.

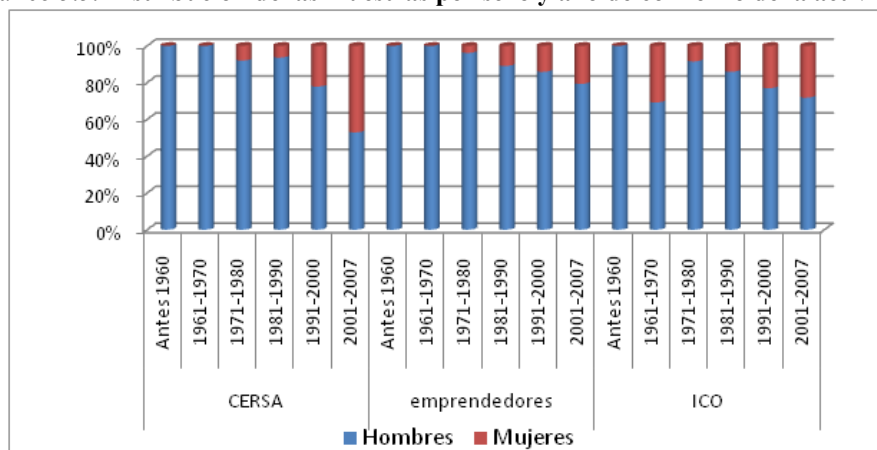
Una vez comprobada la adecuada representatividad de las muestras, se expone a continuación los principales resultados agrupados por bloques temáticos. El objetivo de los siguientes análisis se centra en la comparación y detección de diferencias entre el perfil, toma de decisiones empresariales y valoraciones de la muestra de “emprendedores” con el colectivo de empresarios que han acudido a sistemas de apoyo financiero. Las similitudes y discrepancias encontradas permiten elaborar un patrón de comportamientos de los empresarios que inician y desarrollan una actividad empresarial, así como determinar el impacto del acceso a los recursos financieros en la decisión de emprender una actividad y otras decisiones de índole empresarial. Por ejemplo, se analiza si la disposición y el acceso a recursos financieros favorece el inicio de la actividad empresarial para los empresarios en edades tempranas o las mujeres; la composición de los recursos financieros; como se ven influidas las decisiones de crecimiento, etc. Por otra parte, dentro del colectivo de beneficiarios del ICO o de SGR se enfatiza en las diferencias existentes entre acudir a una medida de financiación u otra.

### 3 Caracterización del empresario.

#### a) Género, edad y nacionalidad del empresario.

En cuanto al género y la edad resulta destacable el progresivo acceso de la mujer a la actividad emprendedora y, en especial, su participación activa en la búsqueda de financiación (Bird y Brush,2002: 41-43Carter,2003:9-12), preferiblemente a través de programas públicos que faciliten el acceso a la financiación a largo plazo. Pese a su progresiva intervención en la actividad emprendedora, el conjunto de empresarios son mayoritariamente hombres, en concreto el 84,4%. Si se tiene en cuenta el año de comienzo de la actividad (gráfico 5.5) se detecta que las posibles diferencias de género comienzan lentamente a eliminarse, en especial, en los primeros años del siglo XXI donde la participación de las mujeres es superior al 20%. Sin embargo, la participación de las mujeres es superior al resto de la actividad emprendedora en los colectivos beneficiarios de apoyos públicos, en especial CERSA. Esta tendencia pone de manifiesto dos circunstancias: que las mujeres que desean emprender una actividad buscan de forma intensiva apoyos financieros suficientes para ponerlos en marcha y posibles mayores dificultades de acceso directo al crédito bancario que les obliga a tener que obtener avales financieros. En concreto, las mujeres regentan mayoritariamente microempresas (17%) de la región NUT-Este, intensamente en la Comunidad Valenciana. No obstante, la mayor paridad se encuentra en Madrid donde un 20.8% del total de empresarios son mujeres.

Gráfico 5.5. Distribución de las muestras por sexo y año de comienzo de la actividad.



Fuente: Encuesta ICO, CERSA, emprendedores y elaboración propia.

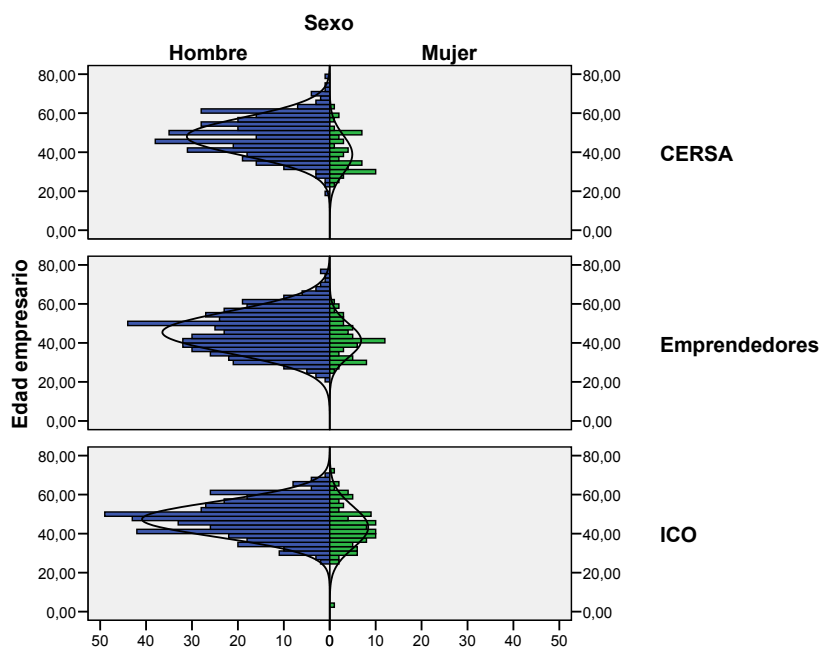
La edad media de los empresarios que inician una actividad empresarial es de 45 años, ligeramente por debajo del colectivo de empresarios que han solicitado algún tipo de apoyo financiero, en torno a los 47 años. Aunque el empresariado español posee una edad madura, existe una amplia dispersión en los datos. Así, el 55.4% se encuentra entre los 30 y los 49 años, un 41.2% supera los 50 años y un escaso 3.4% se encuentra por debajo de los treinta años. Estos últimos resultados se atenúan en la muestra de emprendedores donde los jóvenes supone un 6.3% y el de mayor edad se reduce hasta el 35%. Por tanto, ya sea por la falta de experiencia o la aún latente falta de acceso a los recursos financieros, el trabajo por cuenta ajena es el principal destino de los jóvenes en su incorporación al



mercado de trabajo, siendo el relevo generacional en la empresa familiar el motivo que lleva a ejercer la actividad por cuenta propia (Loscocco *et al*, 1993:876-881; Fernández y Junquera, 2001:322-326, Peters, 2003:22).

La distribución por género y edad del empresario (gráfico 5.6) muestra una relativa juventud en la edad media del colectivo de empresarias, concretamente: 39 años las beneficiarias de avales de SGR, 43 años las empresarias que han accedido a los recursos del ICO y, entre medias, con 41 años las “emprendedoras”. La menor edad media de las empresarias es coincidente con los resultados que ofrece el informe GEM 2007 para mujeres emprendedoras (Allen, *et al*; 2007:12-13). El colectivo de empresarios con menos de 30 años es principalmente varón, con la excepción de las SGR donde el porcentaje de mujeres en ese intervalo (57%) supera al de los hombres. La cola inferior de los histogramas de frecuencias (entre 20 y 30 años) pone de manifiesto como las ayudas financieras potencia la presencia de las mujeres en la actividad empresarial.

Gráfico 5.6. Distribución de las muestras por género y edad.

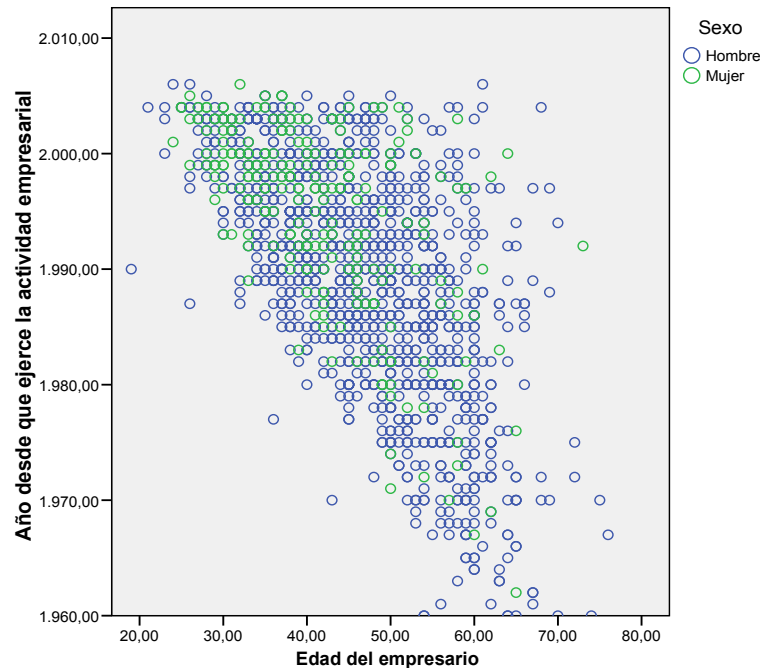


Fuente: Encuesta ICO, CERSA, emprendedores y elaboración propia.

En el gráfico 5.7 se resumen los aspectos tratados en los epígrafes anteriores, al relacionar la edad del empresario, el año desde que lleva ejerciendo una actividad empresarial y el género. La dispersión de los datos muestra como a partir de los años 90 es cuando se produce una lenta pero progresiva incorporación de la mujer a la actividad emprendedora, en especial, en los tramos de edad más jóvenes. El reducido número de empresarias que emprendieron una actividad antes de 1990 pone de manifiesto la menor participación y el mayor abandono de la actividad empresarial en este colectivo. Entre las razones que la literatura ha encontrado destaca la responsabilidad familiar de la mujer, su comportamiento ante el riesgo, problemas en la búsqueda de fuentes de financiación o el desarrollo de actividades en sectores de alto índice de fracaso (Birley, 1989:33-36; March, 1999:167-168; Álvarez y Otero, 2005:71-72; Kepler y Shane, 2007:10). Estas razones se analizarán más

adelante, concretamente, la relacionada con la percepción de las ayudas y el acceso a la financiación por parte de las empresarias.

Gráfico 5.7. Año de inicio de la actividad y edad del empresario cuando comenzó, por género.



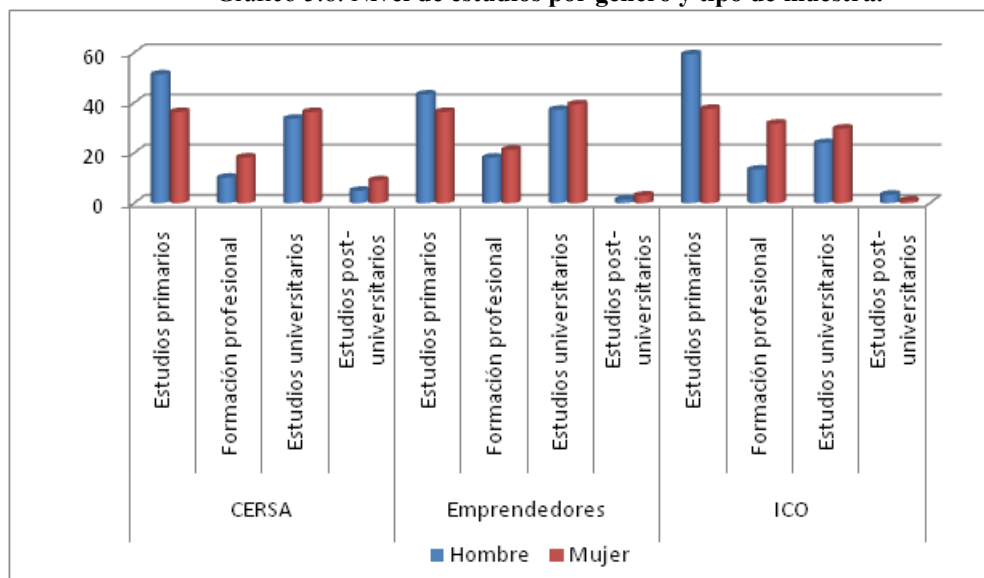
Fuente: Encuesta ICO, CERSA, emprendedores y elaboración propia.

Según la nacionalidad, más de un 95% de los empresarios son españoles, pudiendo sólo encontrar empresarios de otras nacionalidades en la muestra de emprendedores (4.5%) y apenas en la muestra del ICO (1%). Destaca la Línea ICO-Microcréditos diseñada para favorecer la puesta en marcha de negocios para personas con problemas de acceso a la financiación, en especial el colectivo de inmigrantes. La procedencia de estos empresarios es europea en un 55,5% de los casos, un 18% son latinoamericanos, un 14,8% de Marruecos, el 8% asiáticos y el 3,7% anglosajones. La escasa existencia de empresarios foráneos en la muestras de beneficiados por los sistemas públicos puede deberse a que estos acudan a otras ayudas de carácter más específico y locales, como las Cámara de Comercio, o que prefieran financiación facilitada por otros compatriotas o al desconocimiento del mismo por parte de estos colectivos. No obstante, estos resultados no contrastan las evidencias del GEM. El informe para el caso español-2007 muestra que el 12,8% del total las iniciativas emprendedoras correspondió a extranjeros, afirmándose que la población extranjera es más emprendedora que la española (De la Vega *et al*,2008:103-105). El primer lugar de la lista de países extranjeros lo ocupa Ecuador seguido de Argentina. Francia es el primer país comunitario. Estas iniciativas, en especial las de empresarios de países menos desarrollados, se ejercen en su gran mayoría de forma autónoma y con un bajo nivel de obligaciones registrales (estimaciones objetivas), lo que provoca la discrepancia con los resultados de las muestras aquí consideradas, con un sesgo hacia empresas de cierta dimensión y con obligatoriedad de formular sus cuentas anuales.

## b) Nivel formativo.

El nivel de estudios del empresariado es otra de las variables que tradicionalmente han sido estudiadas, en especial, en el campo del *entrepreneurship* (Cooper, 1993; Gimeno et al, 1997). Del conjunto de las muestras se deduce que el nivel formativo es bajo, ya que el 48.9% sólo poseen estudios primarios o bachiller y sólo un 31.9% poseen estudios universitarios. La representación de estudios post-universitarios no supera el 3,5%, por lo que según estos resultados a mayor nivel de estudios alcanzados menores posibilidades de realizar un emprendimiento. No obstante, se producen diferencias por género, ya que las mujeres han obtenido una mayor proporción de estudios universitarios 34.2%, al menos un 25.22% han realizado estudios de formación profesional, y un 37% no poseen estudios cualificados (gráfico 5.8). Estos resultados difieren de los obtenidos en el estudio de Kantis *et al.* (2002) sobre la creación de empresas en economías emergentes, donde más del 75% de los nuevos empresarios han cursado estudios de carácter universitario, relacionados mayoritariamente con la dirección de empresas o ramas de ingenierías.

Gráfico 5.8. Nivel de estudios por género y tipo de muestra.



Fuente: Encuesta ICO, CERSA, emprendedores y elaboración propia.

Si se contrasta la formación con el tipo de muestra se aprecia que el conjunto de emprendedores alcanza un mayor nivel educativo que los empresarios que han obtenido apoyos financieros. No obstante, hay similitudes entre los que han acudido a avales de SGR y los emprendedores, al contar con un mayor nivel educativo, un 34% y 37.4% a diferencia de los que reciben sólo ayudas del ICO (25%). Una de las justificaciones puede deberse a la mayor generalización y el posicionamiento de la Línea ICO como sólida herramienta de ayuda, ofrecida directamente por las propias entidades bancarias, mientras que la obtención de avales, unido a sus mayores exigencias y su menor divulgación a nivel empresarial, hace que sólo los empresarios más formados sepan de su existencia y acudan a ellas (un 9% de las mujeres que han acudido a una SGR presentan estudios post-universitarios).

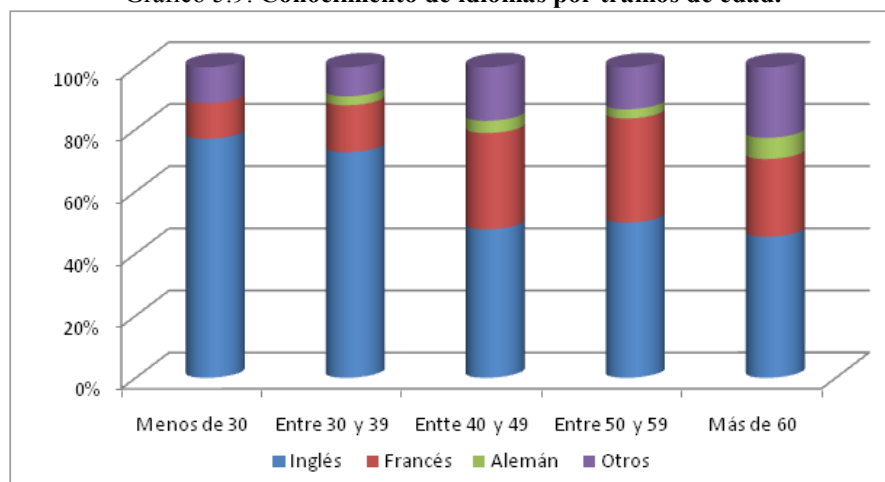
Los resultados que se presentan son similares al Informe GEM para el caso español (De la Vega, 2008:52-57), aunque sobrevaloran los estudios universitarios en relación al presente trabajo. La tendencia de las investigaciones del GEM se orienta a detectar la existencia de relaciones –positivas– entre la formación universitaria y la supervivencia de las empresas (Coduras *et al*, 2008:398-399) por los mayores conocimientos de gestión empresarial que se presuponen. De los resultados de la presente investigación se deduce que tal relación aún no existe, al ser las empresas con más arraigo las pertenecientes a los empresarios con estudios básicos (activas en términos medios desde el año 1985 a diferencia de las pertenecientes a los universitarios con antigüedad desde 1991). Sin embargo, la evolución temporal, en especial desde el año 2000, indica cómo de forma paulatina el nivel de estudios universitarios de ambas muestras mejoran hasta alcanzar el 39.5% del total de empresarios. Comentario especial merecen los estudios de postgrado que se concentran en los empresarios que iniciaron su actividad antes del año 2001, lo cual podría sugerir que a mayor preparación y formación, por encima de los estudios universitarios, la mentalidad empresarial desaparece y se busca acceder, en mejores condiciones posibles, a la empresa privada o a la administración pública pero por cuenta ajena. En caso de emprender el negocio, la edad media de estos empresarios, 42 años, es inferior a la del conjunto, por lo que buscan emprender la actividad lo antes posible para evitar la obsolescencia de los conocimientos adquiridos.

Otro aspecto relacionado con el nivel formativo es la capacidad de negociar en otros idiomas, lo cual en una economía cada vez más globalizada y con acceso a relaciones comerciales internacionales constituye una pieza esencial. Sólo un 32.3% de los empresarios es capaz de negociar en un idioma distinto al castellano, independientemente de su sexo. En consonancia con el nivel educativo, los empresarios de CERSA y emprendedores muestran niveles similares, al poder negociar en otros idiomas el 40%, a diferencia de los encuestados de la muestra de ICO, donde el grado de desconocimiento de los idiomas se eleva a un 82%. Por tramos de edad, tampoco se encuentran diferencias significativas, lo cual evidencia que el problema idiomático sigue persistiendo en las nuevas generaciones de empresarios.

Destaca el caso de los autónomos, donde apenas un 8.5% utilizan otros idiomas. Es precisamente este aspecto el que puede frenar la competitividad de los empresarios españoles, no sólo en términos comerciales sino también en términos de búsqueda de financiación. Como se indicó en el capítulo segundo y cuarto, la barrera idiomática puede frenar el acceso a los mercados bursátiles internacionales para pequeñas y medianas empresas como alternativa de financiación menos costosa. Aquellos empresarios encuestados que sí son capaces de negociar en otros idiomas (gráfico 5.9) suelen hacerlo predominantemente en inglés (70%), en menor proporción en francés (34%) y a bastante distancia en alemán (4.3%), que es superado por la respuesta “otros idiomas” (23%). Por grupos de edades, la distribución del conocimiento de idiomas es irregular, con un dominio del inglés en los empresarios de menos de 40 años y con cierta igualdad con el francés en los tramos de edad

más maduros, en consonancia con los criterios del sistema educativo vigentes en cada momento. Sobresale como los empresarios de mayor edad son capaces de hablar otros idiomas, posiblemente por experiencias comerciales pasadas. Por género, apenas hay diferencias en la distribución. No obstante, las mujeres cuando pueden negociar en otros idiomas suelen hacerlo en más de un idioma diferente.

Gráfico 5.9. Conocimiento de idiomas por tramos de edad.



Fuente: Encuesta ICO, CERSA, emprendedores y elaboración propia.

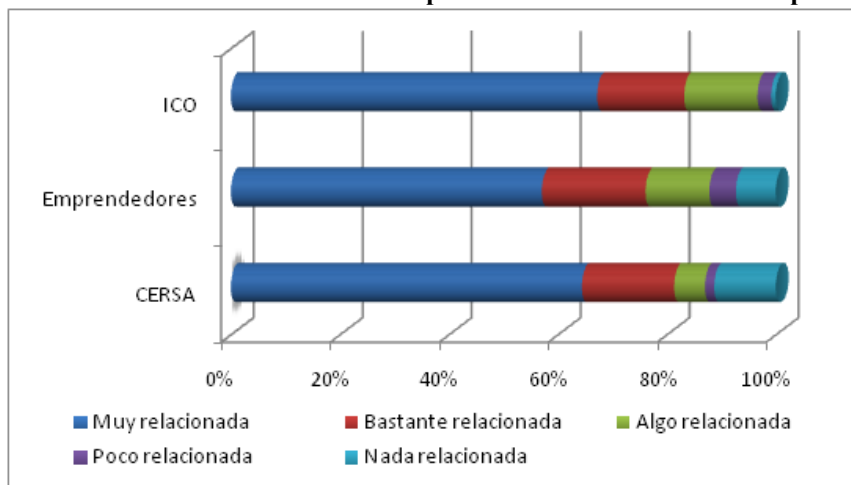
#### c) Entorno familiar.

Respecto al entorno familiar de los empresarios encuestados, un 36% afirman que pertenecen a una familia con tradición familiar en esa actividad. Por encima de la media se encuentran aquellos que han solicitado avales a SGR con un 44.1% y aquellos que han iniciado recientemente una actividad (40.8%). Por debajo de estos valores se encuentran los beneficiarios del ICO donde apenas un 23% reconoce pertenecer a una familia relacionada con la actividad. Pese a que la literatura reconoce la importancia de la tradición familiar para emprender una empresa (Shapero y Sokol, 1982:72-90; Veciana, 2005:42,81), no es sinónimo de éxito empresarial, pero si consigue proporcionar un *Know-How* inicial y reducir las barreras de entradas a la actividad (Van Praag;1999:318,331). Sectorialmente, la mayor tradición se produce en el sector agrario (58%) seguida del tejido industrial y comercio (40%), siendo la menor importancia de la tradición en el sector servicios (26.5%).

Parece existir una correlación positiva entre la existencia de una tradición familiar y la actividad que el empresario desarrolla en la actualidad (gráfico 5.10), sin embargo, hay diferencias importantes entre las muestras. Los beneficiarios del ICO, a pesar de la menor tradición familiar, en un 67% realizan actividades muy relacionadas con la actividad familiar y apenas un 3% han iniciado actividades nada o poco relacionadas. Este aspecto, como cabría esperar, se atenúa entre el colectivo de emprendedores, con mayor diversidad de sus actividades. El 57% mantiene la misma actividad que sus antecesores, pero destaca el 12.1% que decide acometer negocios poco relacionados o totalmente diferentes, estos buscan aprovechar las oportunidades detectadas en el mercado (sectoriales, temporales o de localización). El comportamiento de los avalados por una SGR, al igual

que en las variables anteriores, sigue un patrón similar al de los emprendedores. Por tanto, la tradición familiar vincula fuertemente a los empresarios con su sector de referencia, lo cual, en términos de ayudas públicas marca una pauta de comportamiento, ya que si la empresa se ha financiado con estas líneas de apoyo público, futuros empresarios de la familia podrían también utilizar esa fuente.

Gráfico 5.10. **Grado de relación de la empresa actual con la tradición empresarial.**



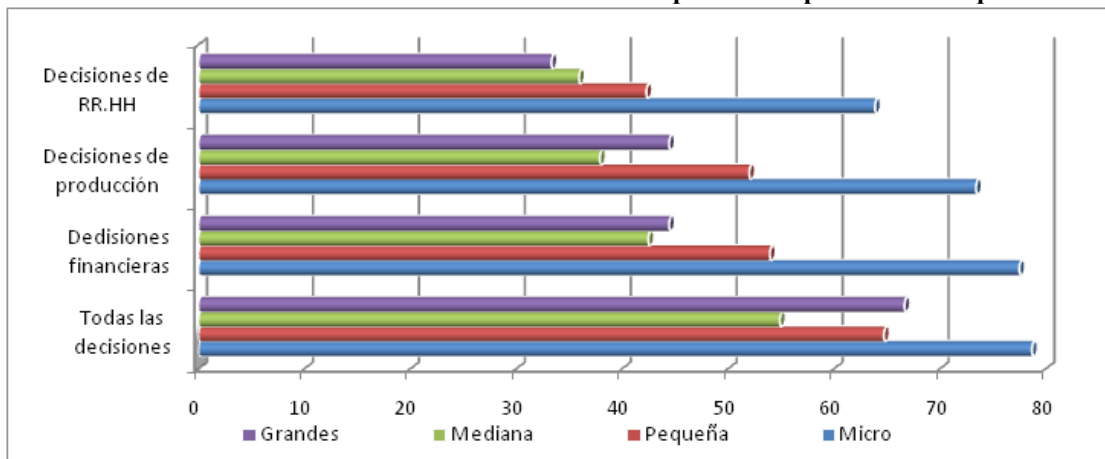
Fuente: Encuesta ICO, CERSA, emprendedores y elaboración propia.

#### d) Toma de decisiones empresariales.

Las decisiones que toman los empresarios aparecen muy condicionadas por tres aspectos: el tamaño empresarial, la forma jurídica y el tipo de muestra. En primer lugar, los empresarios que más centralizan sus decisiones son los pertenecientes a la muestra del ICO y los emprendedores con un 86% y 81.2% de los casos respectivamente. Por el contrario, sólo el 33% de los encuestados de la muestra de CERSA han respondido que concentra en ellos todas las decisiones empresariales. Según la forma jurídica, los autónomos concentran mayoritariamente todas las decisiones (94.1%), mientras que las sociedades con personalidad jurídica el porcentaje de descentralización de las decisiones es superior, en torno al 69% en el caso de las sociedades limitadas. Por tamaños empresariales, micros y pequeñas empresas apenas descentralizan las decisiones más importantes de la empresa. Según el tipo de decisiones, existe cierta homogeneidad entre los diferentes tamaños empresariales en tanto que las únicas decisiones que suelen externalizarse de la dirección son las relacionadas con la gestión de los recursos humanos, a diferencia de las decisiones de planificación de la producción y búsqueda de financiación, que son las que muestran la mayor concentración (gráfico 5.11). Por género, no se producen diferencias significativas salvo para las decisiones financieras, donde se observa que las mujeres tienden a delegar en menor grado que los hombres. Esta situación pone de manifiesto el reducido grado de delegación y especialización de funciones que se produce en las empresas de menor dimensión, que como más adelante se indica trae consecuencias negativas en la negociación y consecución de recursos financieros en mejores condiciones.

La concentración mayoritaria de las decisiones por parte del empresario principal ratifica que propiedad-gestión van unidas, porque tan sólo el 40.3% de los encuestados cuentan con un gerente. Esta figura especializada apenas es utilizada por las microempresas (24.5%) donde la compacta estructura de la propiedad hace que coincida en el propietario también la función de gerente, su función es más representativa conforme aumenta el tamaño de la empresa (Cuervo,2000:766-773). Por otro parte, el 63% de los encuestados afirma que las decisiones adoptadas suelen estar consensuadas con otros socios, aunque la presencia de varios socios es menor en el caso del ICO, en donde este porcentaje se reduce a un 47,5%. El desarrollo del negocio sin socios es una característica de los empresarios de más de 50 años, en donde sólo uno de cada dos empresarios cuenta con el apoyo de otro/s socios. Entre los motivos por los que un empresario decide constituir una nueva empresa –que se analizan en el apartado 5.4- destaca entre las respuestas, además de la experiencia o motivos familiares, la malas relaciones pasadas con los socios.

Gráfico 5.11. Concentración de las decisiones empresariales por tamaño empresarial.



Fuente: Encuesta ICO, CERSA, emprendedores y elaboración propia.

Finalmente, como nexo de unión con el capítulo anterior, y a modo de resumen se presenta el cuadro 5.1 que expone los principales resultados sobre el perfil demográfico del empresario en función del tipo de apoyo financiero recibido y de la antigüedad de la empresa, a objeto de determinar si existen diferencias entre las nuevas empresas y las empresas consolidadas. Al igual que con el análisis de eficiencia, se consideran empresas de reciente creación aquellas que tengan una antigüedad inferior a 3 años de edad. Sin embargo, el diferente corte temporal de las muestras, hace que se consideren las siguientes: para la muestra de SGR las constituidas entre el 2002 y el 2004, para la muestra de emprendedores las creadas en el intervalo 2003-2005 y de las beneficiarias del ICO se consideran las empresas constituidas entre el año 2004 y el año 2006.

El perfil de las empresas benjamines de la muestra lo forman empresarios de edad comprendida entre 35 y 45 años, por debajo de la edad de los empresarios consolidados, aunque la creación de empresas sigue siendo una alternativa poco explotada por los jóvenes. Las mujeres están presentes en más del 20% del total de los nuevos nacimientos empresariales y en mayor proporción cuando reciben



ayudas públicas. El nivel formativo de los nuevos empresarios es similar al de los consolidados, a excepción de los empresarios avalados por SGR que concentran la totalidad de los postgrados. Destaca el empeoramiento en la habilidad para negociar en otros idiomas de los nuevos empresarios beneficiarios de apoyos públicos, a diferencia de la muestra de emprendedores noveles –en donde uno de cada tres es capaz de negociar en idiomas distintos al castellano-. La tradición familiar es una característica que sólo se mantiene en la muestra de emprendedores a diferencia de los beneficiarios de apoyos públicos. Por último, se recoge información sobre la ocupación del empresario anterior a constituir su propia empresa (esta variable no se incluye en el cuestionario SGR, por lo que sólo se muestran los resultados de emprendedores e ICO). La experiencia acumulada como empleado en otras Pymes o en puestos de responsabilidad de las mismas es el principal motivo que conduce al empresario a montar su propio negocio para más de la mitad de encuestados, mientras que para uno de cada diez empresarios esta no es su primera aventura empresarial, ya que anteriormente ejercían como autónomos.

Cuadro 5.1. Resumen del perfil del empresario para el total y nuevas empresas.

Tipología de Muestras			Total empresas			Nuevas empresas		
			Empresas SGR	Emprende -dores	Empresas ICO	Empresas SGR	Emprende -dores	Empresas ICO
Características empresario	Edad	Media	47	45	47	43	39	39
		Frecuencia	40-50	40-50	40-50	35-45	25-45	35-45
	Género	Hombre	86	87	80,5	78	80	74
		Mujer	14	13	19,5	22	20	26
	Formación	Prim./Bachiller	49	42	55	59	41	68
		Profesional	11	18	17	27	20	12
		Universitaria	34	37	25	9	38	21
		Post-Universit.	5	3	3	5	0	0
	Idioma en que poder negociar	Sólo en español	60	67,7	82	74	58	91
		Inglés	30,9	24,4	14,5	26,1	24,6	8,8
		Otros	11,2	12,3	11,6	13	0	0
	Ocupación anterior	Ninguna	n.d.	18	28	n.d.	7	12
		Empleado Pyme		35	28		43	26
		Emple. grande		16	14		19	21
		Autónomo		12	10		12	15
		Gerente Pyme		11	9		13	21
		Gerente grande		2	1,3		4	0
		Otros		6	9,7		3	6
	Tradición familiar	Sí	44,1	40,5	29,7	26,1	39,8	17,6
		No	55,9	59,5	70,3	73,9	60,2	82,4
Gerente	Sí	55	60,7	62,2	43,8	41,3	25,9	
	No	45	39,3	37,8	56,2	58,7	74,1	

Fuente: Encuesta ICO, CERSA, emprendedores y elaboración propia.

#### 4. Tipo de empresa y características del proyecto empresarial.

Este apartado describe las características y el tipo de proyecto empresarial, en concreto se analiza: tamaño empresarial, sector de actividad, modalidad de constitución y la estructura financiera de la empresa.



**a) Sector de actividad y constitución de la empresa.**

En el gráfico 5.2 se indicó la estructura sectorial del tipo de empresas encuestadas. Las empresas dedicadas a los servicios no comerciales y la distribución comercial (al por mayor y por menor) son las más representadas en las muestras de emprendedores e ICO, mientras que las empresas manufactureras tradicionales ocupan el primer lugar en la muestra de beneficiarios de SGR. Estos resultados, como se indicó en el capítulo tercero, se encuentra condicionados por los criterios de segmentación empleados para diseñar los cuestionarios. Señalar que el sesgo que se produce en las tres muestras hacia las empresas industriales frente a las empresas dedicadas a los servicios no comerciales se encuentra en la utilización de la base SABI como fuente para obtener los registros de empresas a encuestar. La información de SABI se nutre de los registros mercantiles, por lo que recoge en mayor medida datos de empresas de mayor dimensión, normalmente industriales, por lo que el sector servicios, formado mayoritariamente por empresas de reducida dimensión queda infravalorado.

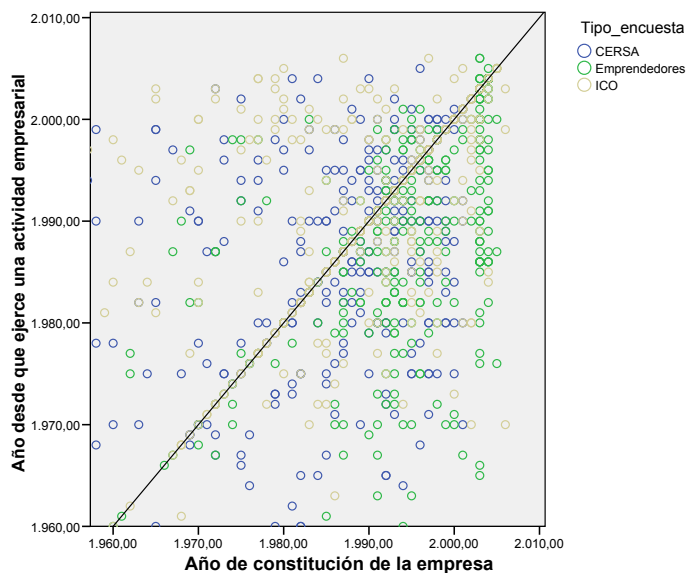
El gráfico 5.12 presenta la correlación que existe entre el año de constitución de la empresa y el año desde que se ejerce una actividad empresarial. Si la correlación se sitúa en la bisectriz es positiva, esto es, es la primera vez que el empresario inicia una actividad (49.8% de los encuestados). Si se considera la nube de puntos que se encuentra por debajo de la bisectriz (30.5%) se encuentran los empresarios que están emprendiendo, al menos, su segundo proyecto empresarial, previsiblemente por la existencia de algún fracaso anterior. Por el contrario, por encima de la bisectriz (19.6%) la fecha de constitución de la empresa es anterior al año desde que se lleva ejerciendo la actividad empresarial, por lo que aquí se posicionan aquellos empresarios que adquirieron el proyecto empresarial ya iniciado, ya sea por adquisición o sucesión en el negocio. Para la muestra de emprendedores, por la escala del gráfico, no puede apreciarse esa correlación, pero su análisis individual presenta un comportamiento análogo al resto de las muestras que solicitan ayudas financieras.

La muestra de emprendedores destaca por su concentración tanto de empresarios “nacientes” que nunca habían constituido anteriormente una sociedad (46.15%), como por ser la que integra el mayor número de empresarios experimentados (41%). Este último colectivo se caracteriza por haber vivido alguna experiencia empresarial anterior fallida, pero su espíritu emprendedor les empuja nuevamente a explotar otra oportunidad que permita aprovechar el aprendizaje de los fracasos. Por otra parte, cuando un potencial empresario quiere llevar a cabo su visión empresarial por primera vez acude en busca de financiación preferentemente al ICO (65%) y en menor medida a los avales de las SGR (34%). En el apartado 5.4 se analizan las razones.

Los empresarios que se han incorporado a la actividad empresarial con posterioridad a la constitución de la empresa que poseen lo han hecho principalmente por herencia o sucesión de la empresa (27,2% en los empresarios del ICO y un 22.5% en la muestra de emprendedores) o por la

adquisición de una empresa ya puesta en marcha (11.9% en el caso de ICO). Por su parte, del total de emprendedores que iniciaron la actividad por el aprovechamiento de una oportunidad detectada en el sector/mercado, los que mejor la saben identificar son aquellos empresarios con mayor bagaje profesional en la actividad (54.5%).

Gráfico 5.12. Relación entre el año de constitución de la empresa y año de inicio de la actividad empresarial por muestras



Fuente: Encuesta ICO, CERSA, emprendedores y elaboración propia.

Las experiencias pasadas en el desarrollo de una actividad empresarial posibilitan unos criterios de actuación y un *Know-How* clave para emprender una nueva actividad con mayores garantías de éxito. Una de las principales fuentes de ese conocimiento se encuentra en los fracasos que se hayan tenido anteriormente o en los problemas detectados en la empresa en la que trabajó, en la conocida como “*cultura del fracaso*”. Sin embargo, la investigación académica apenas le ha prestado atención y se ha centrado más por los factores de éxito empresarial (Estrialgo *et al*, 2001:48-49; Jiménez *et al*, 2008:7-8).

A diferencia del resto de países con fuerte desarrollo del entramado empresarial, como Estados Unidos o Alemania, esta experiencia es un valor positivo y reconocido por la sociedad, pero en España el arraigo de los valores del rechazo y del miedo al fracaso sigue siendo una de las connotaciones negativas de la figura del emprendedor. Un estudio de la Cámara de Comercio (2004:27-28) sobre el espíritu empresarial en España, Europa y Estados Unidos pone de manifiesto la mayor actitud positiva frente al fracaso empresarial de los empresarios estadounidenses, en especial, por el menor miedo a perder los bienes privados y enfrentarse a la quiebra. Los empresarios españoles, por el contrario, temen en primer lugar la pérdida de sus propiedades y el propio fracaso personal por el rechazo social. Las consecuencias que más preocupan a los empresarios, de cualquier país, en caso de fracaso empresarial son las repercusiones para su familia y las consecuencias financieras. Los empresarios españoles además consideran importante las consecuencias que puede

tener para terceros y apenas valoran las consecuencias legales. La investigación de [Ara Sanz \(2006:555-561\)](#) sobre los factores del fracaso empresarial del empresario español sostiene la tesis de que la falta de conocimiento de los riesgos concretos que debe afrontar el emprendedor es la principal causa del fracaso empresarial y, concretamente, que los aspectos relativos a la gestión del proyecto empresarial y del mercado son los riesgos más valorados, en detrimento de los aspectos coyunturales o los aspectos financieros.

Para corroborar estos aspectos se les indicó a la muestra de emprendedores de la presente investigación que contestasen si habían tenido alguna experiencia empresarial anterior no exitosa. Un 15,6% tuvo experiencias empresariales con fracaso antes de emprender esta nueva actividad, concentrándose los fracasos en micros y pequeñas empresas. El perfil de este empresario es un varón, entre 41 y 50 años de edad, dedicado a los servicios o la construcción, con experiencia profesional en la actividad, pero sin tradición familiar relacionada. Sectorialmente, de los empresarios que han tenido un fracaso, sólo el 44,3% emprenden una nueva actividad en un sector distinto, optando la mayoría por continuar en el sector intentando sacar ventaja de la experiencia adquirida. A los empresarios que manifiestan haber fracasado empresarialmente en alguna ocasión se les pidió adicionalmente que especificaran los motivos.

Entre las principales causas que motivaron el fracaso de una actividad previamente emprendida destacan las siguientes respuestas, agrupadas en cuatro bloques:

1. Características endógenas del propio empresario, tales como la falta de experiencia personal (9% de los empresarios con fracasos), la falta de dedicación al negocio (3% de los casos) o la obtención de un salario bajo en proporción al trabajo desarrollado, entre otras respuestas.
2. Organización y gestión del negocio: destacan los desacuerdos entre los socios, con un 12% de los casos y los problemas de organización y planificación (10%). Otros problemas detectados son la falta de capitalización, el elevado endeudamiento, errores en el diseño del producto o falta de liquidez.
3. Problemas sectoriales: para el 9% de los empresarios la crisis económica ha sido la responsable de su fracaso empresarial. Seguidamente se señala a la competencia, la adquisición por parte de otra empresa o problemas con proveedores-clientes (impagos y dependencia de un número reducido).
4. Otras razones: causas climáticas (desastres naturales o fortuitos en la rama agraria), falta de recursos humanos y problemas legales-administrativos.

Estos resultados evidencian que los problemas financieros no es el principal motivo por el que los empresarios fracasan. Cuentan con financiación para llevar a cabo inicialmente su proyecto pero es la falta de volumen de negocios la que impide el crecimiento de la empresa y limita su capacidad de devolución.

Esta misma pregunta se realizó a los empresarios con mayor grado de consolidación, la muestra de SGR, El objetivo de la pregunta en esta ocasión era más amplio al considerar las opiniones de todos los beneficiarios de avales sobre las causas que han generado mayores problemas o fracasos en la empresa. Las respuestas obtenidas, por orden importancia son: el impago de los clientes (41.9%), difícil acceso a los recursos financieros y el elevado coste de los mismos (31.7%), defectuosa organización y planificación (23.9%), contar con personas incapacitadas para las necesidades del negocio (18.7%), inexperiencia o juventud del empresario (13.5%), desconocimiento del sector (8.2%) y las malas relaciones con los socios (6.7%). Destaca como el principal problema de las empresas ya establecidas proviene de factores externos y no controlables por la empresa, de relación con clientes, a diferencia de los empresarios emprendedores que aluden fundamentalmente razones de tipo personal y de gestión.

Por tanto, el aspecto positivo de los fracasos es el conocimiento adquirido que les hace madurar como empresarios, no sólo por la experiencia antes aludida, sino porque es precisamente en las situaciones de incertidumbre donde la mayor tolerancia al riesgo y un mayor manejo en la gestión del mismo, que permite al emprendedor salir con éxito de la situación o posibilitarle unas habilidades que incrementen su supervivencia en su reentrada al mercado en una futura creación de nuevas empresas (Schutjens y Stam, 2005:2-5). Sin embargo, este aspecto positivo choca con los valores de nuestra sociedad, aún poco desarrolla en el espíritu emprendedor y reconocimiento de la actividad empresarial. Ante esta realidad, los fracasos pueden convertirse en un dato a no desvelar o evitar por el empresario en caso de solicitar recursos financieros por miedo a que la petición sea denegada por la entidad crediticia. Concretamente, el comportamiento de los emprendedores ante restricciones crediticias fue analizado por Evans y Jovanovic (1989) y más recientemente por Paulson y Townsend (2005).

#### **b) Estructura de la financiación propia de la empresa.**

La forma en que se estructura la financiación de la empresa condiciona los flujos de costes empresariales en el futuro y las decisiones de crecimiento que la empresa deberá adoptar para ser competitiva en el mercado en que actué. El cuadro 5.2 muestra la forma en que distribuye los fondos propios, la media de participación en el capital de los diferentes agentes que han aportado recursos y su reparto en porcentaje de participación.

Los recursos financieros son aportados principalmente por el empresario principal y sus socios, seguidos por las aportaciones realizadas por familiares-amigos y apenas por sociedades de capital riesgo. Sin embargo, existen importantes diferencias en la composición del capital de las diferentes muestras. La muestra de emprendedores aglutina la menor cantidad de aportaciones realizadas por familiares (2.80% en la participación sobre el total del capital social) pero la mayor participación relativa por sociedades de capital riesgo (3.51%), en consonancia con el objetivo de estas instituciones de invertir en sociedades de alto potencial de crecimiento. Salvo por las aportaciones

realizadas por familiares, en la que los empresarios que disfrutan de avales de SGR muestran el mayor apoyo, la composición del capital de los beneficiarios de ICO y emprendedores sigue una pauta más cercana, posiblemente por la alta concentración de *starts-up* dentro de la muestra ICO. Esto pone de manifiesto que a mayor juventud de las empresas mayor es la participación en el capital social del empresario principal, mientras que la empresa se va consolidando dicha participación se va diluyendo a favor de otros socios, como representa la muestra de CERSA con mayor concentración de empresas maduras.

Cuadro 5.2. Composición de la estructura de los fondos propios por tipo de muestra.

Muestra	Cuartales	Capital aportado por (*) ...				
		Propio empresario	Socios	Familiares	Capital Riesgo	Otros
CERSA	Menos 25%	27,68	60,85	70,00	98,00	97,00
	Entre 25% y 49%	34,16	17,71	15,00	1,00	1,00
	Entre 50% y 74%	7,98	6,73	3,50	0,25	0,25
	Entre 75% y 99%	11,72	2,00	2,75	0,25	0,00
	100%	18,45	12,72	8,75	0,50	1,75
Emprendedores	Menos 25%	11,05	76,13	94,87	0,10	88,76
	Entre 25% y 49%	23,87	16,37	3,75	47,93	5,72
	Entre 50% y 74%	6,51	3,35	1,18	0,59	0,79
	Entre 75% y 99%	7,50	1,18	0,00	1,48	0,59
	100%	51,08	2,96	0,20	49,90	3,55
ICO	Menos 25%	19,65	75,92	84,01	4,19	92,10
	Entre 25% y 49%	25,24	17,53	5,78	50,77	0,96
	Entre 50% y 74%	2,89	2,70	2,12	0,17	0,00
	Entre 75% y 99%	3,85	2,31	0,96	0,51	0,00
	100%	48,36	1,54	7,13	44,36	6,94
Valores medios	CERSA	48,39	27,24	20,65	1,38	2,39
	Emprendedores	72,51	13,39	2,80	3,51	7,79
	ICO	65,49	13,93	11,95	1,20	7,43
	Total	63,18	17,48	11,14	2,07	6,14

(\*) Diferencias estadísticamente significativas a un nivel inferior al 0.005. Fuente: Encuesta ICO, CERSA y emprendedores. Fuente: Encuesta ICO, CERSA, emprendedores y elaboración propia.

Un análisis por cuartiles de la participación del propio empresario en el capital de su empresa pone de manifiesto dos situaciones extremas: la mitad de los empresarios han aportado el 100% del capital, mientras que un 40% no alcanza el poder mayoritario de su empresa, con una propiedad por debajo del 50% de los fondos propios. Este comportamiento difiere si estamos en presencia de la muestra de CERSA, con una composición más diversificada de las aportaciones a favor de otros agentes, en donde apenas dos de cada diez empresarios mantiene el control total del capital de su empresa. La segunda fuente de recursos propios, en orden de importancia, proviene de los socios. Algo más de un cuarto de las empresas cuentan con socios -27% en emprendedores e ICO- pero apenas alcanzan el control mayoritario con una aportación en términos medios del 14% del capital total. Por su parte, el 44% de las empresas de CERSA cuentan con socios capaces de influir en las principales decisiones de la empresa, al poseer más del 50% del capital en siete de cada diez empresas con socios y con un porcentaje de participación en términos medios del 27% del total de los fondos aportados al capital social.

Las muestras de emprendedores e ICO presentan aportaciones familiares en un 6.5% y un 17.9%, respectivamente, a diferencia de la muestra de CERSA, donde el 37,8% cuentan entre su neto patrimonial con fondos familiares. Las aportaciones realizadas por familiares y amigos es una característica tradicional del tejido empresarial español familiar (Gallo, 1998:95-109), si bien esta modalidad es especialmente significativa en la muestra de CERSA. La mayor presencia de socios en éstas últimas, convierte la figura de los familiares en piezas claves al permitir al empresario principal un control total de la empresa gracias a los apoyos familiares. La unión de la participación del empresario con sus familiares y amigos hace que se pase de un 38.2% de empresas con control mayoritario sólo del empresario principal a un 59.6% de control familiar. En el resto de muestras, los apoyos familiares sólo permiten incrementar la toma de control en un 7,5% en emprendedores y un 6,5% en ICO.

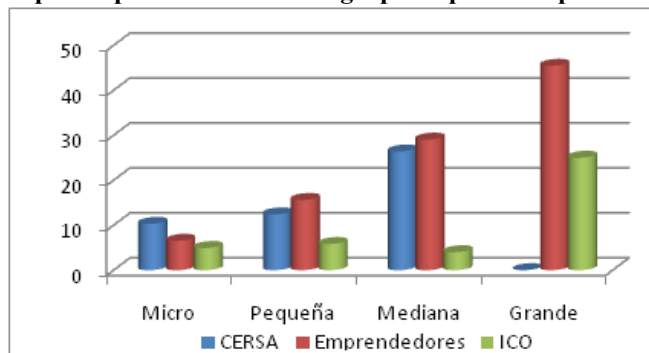
Una fuente minoritaria de recursos al capital social lo componen las aportaciones realizadas por las sociedades de capital riesgo (SCR). No obstante, esta financiación se concentra en la muestra de emprendedores, donde el 4.2% de las empresas cuentan con estos fondos, mientras que la participación es apenas nula en los beneficiarios del ICO y CERSA. Las aportaciones de las SCR destacan por su elevado grado de compromiso con la compañía, al aportar en la mitad de las empresas de CERSA que tienen participación el 100% del capital social. Esta participación mayoritaria se produce en las empresas recién constituidas, mientras que a medida que la empresa consigue subsistir en el mercado las SCR van desinvirtiendo en la sociedad y alcanzan una participación entre el 25 y el 49 por ciento (en las muestras esta circunstancia se produce en las empresas de más tres años de antigüedad).

Finalmente, el 13% de las empresas de la muestra de emprendedores reconoce haber recibido “otras aportaciones”, aunque con escasa participación en el total del capital, sin superar el 8% en términos medios del total de la financiación propia. Del conjunto de posibles aportaciones destacan los préstamos participativos, las subvenciones de capital percibidas de organismos públicos y fondos aportados por otras empresas.

Por otra parte, destaca como la participación de capital extranjero en las empresas encuestadas es prácticamente inexistente. Sólo existe en la muestra de emprendedores donde el 3.4% poseen participación foránea. En las muestras de ICO y CERSA este porcentaje apenas alcanza el 1.5%. La nota común es el elevado control que adquieren de la sociedad participada. Así, en el 47% de las empresas que cuentan en su accionariado con representación extranjera, esta posee más del 50% de las acciones/participaciones de la sociedad. Un aspecto vinculado a la existencia de capitales de otros países es la pertenencia de la empresa a un grupo empresarial como filial (gráfico 5.13), aunque apenas un 9,8% pertenece a un grupo de empresas. Por tamaños este porcentaje se incrementa considerablemente en grandes y medianas empresas, con un 19.6% y 33.3%, respectivamente, y alcanza el 60% si se considera a las empresas participadas por capital extranjero. La garantía de

pertenecer a un sólido grupo de empresas o una corporación, a priori, es un indicador de la calidad del demandante en caso de solicitar ayudas financieras, como corrobora el mayor porcentaje de este tipo de empresas en la muestra de CERSA.

Gráfico 5.13. **Empresas pertenecientes a un grupo empresarial por tamaño y muestra.**



Fuente: Encuesta ICO, CERSA, emprendedores y elaboración propia.

### c) Estructura de la financiación ajena de la empresa.

Una vez examinado el origen de las fuentes de financiación propia, se examina el otro componente que engloba la financiación de la entidad, los fondos exigibles a largo-corto plazo. Los datos que se presentan a continuación se corresponde con los datos de la muestra de emprendedores e ICO, ya que son las únicas muestras que contenían esta respuesta en sus respectivos cuestionarios.

El 67% de las empresas de reciente creación (cuadro 5.3) no poseen fuentes financieras ajenas, con una clara falta de acceso a recursos crediticios. Las empresas que si obtienen fondos ajenos, provienen, normalmente, de créditos bancarios a corto plazo (14.2%), créditos a largo plazo (12%) y en menor medida de la financiación derivada del aplazamiento del pago a proveedores. Esta situación difiere si el empresario ha recurrido a una línea pública de apoyo, como es el caso del ICO, en donde esta aportación institucional acumula la mayor parte de los fondos ajenos remunerados (38.2%).

Cuadro 5.3. **Composición de la estructura de los fondos ajenos (muestras: Emprendedores y ICO)**

Muestra	Propio Socio	Créditos bancarios Corto Plazo	Créditos bancarios Largo plazo	Créditos procedentes ICO	Préstamos otras entidades	Acreedores comerciales	Otros	Sin financiación ajena
Emprendedores	1,27	14,21	12,03	-	1,09	2,51	1,93	66,97
ICO	23,27	4,75	9,86	38,18	2,23	5,60	16,12	-

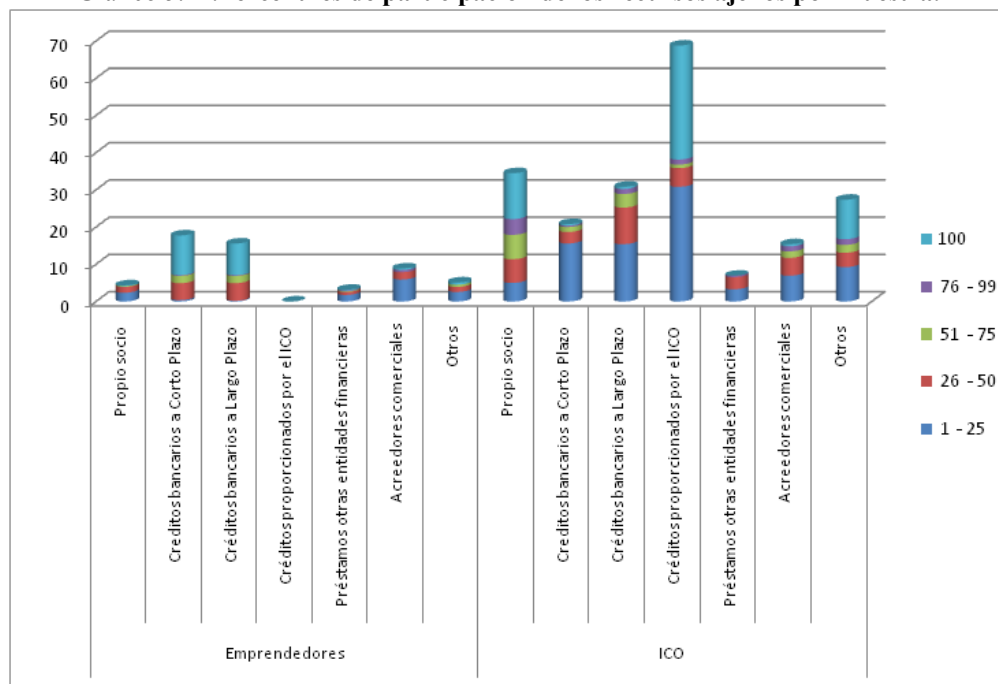
Fuente: Encuesta ICO, CERSA y elaboración propia.

El gráfico 5.14 complementa al cuadro anterior y permite apreciar que las empresas que han recurrido al ICO muestran una mayor heterogeneidad de sus fuentes de financiación ajena. En especial, destaca los préstamos realizados por el propio empresario, uno de cada tres empresarios actúa como prestamista de su propia empresa aportando en el 12.3% de los casos el 100% del capital ajeno total. Esto contrasta con los emprendedores, donde las aportaciones del empresario principal las hace al capital social como herramienta para poner en funcionamiento el proyecto empresarial asumiendo el riesgo del negocio y apenas lo considera como una deuda remunerada (4.4%). Los



créditos bancarios a corto plazo, aunque son utilizados por el 17.8% de los emprendedores y el 20% de los usuarios del ICO, presentan diferencias en la intensidad de su utilización. La modalidad del crédito a corto plazo supone para el 60% de los emprendedores que han podido acceder a estos recursos ajenos la totalidad de su financiación ajena, a diferencia de los beneficiarios del ICO para los que esta fuente de financiación apenas les aporta el 25% del total de los recursos ajenos.

Gráfico 5.14. Percentiles de participación de los recursos ajenos por muestra.



Fuente: Encuesta ICO, CERSA y elaboración propia.

Los créditos bancarios a largo plazo son utilizados por un 15.6% de los emprendedores y por el 30.8% de los empresarios de ICO con la misma tendencia en su intensidad que la descrita para los créditos bancarios a corto plazo. Como cabría esperar los recursos aportados por el ICO constituyen la fuente de financiación más importante a largo plazo de los empresarios que han recurrido a esta vía, el 70% de la muestra de empresarios del ICO. No obstante, la diferencia existente entre créditos del ICO –a largo plazo- y créditos bancarios a largo plazo es debida a dos razones: la primera se debe a que en el momento de realización de la encuesta, finales del año 2007, existen empresas que ya habían amortizado los préstamos de la línea con anterioridad, y la segunda a que en ocasiones el propio empresario desconoce que los recursos que le proporciona su entidad bancaria provienen del ICO. El 44.5% de los beneficiarios con riesgo vivo señalan que esta financiación les ha supuesto el total de sus recursos ajenos a largo plazo, mientras que el mismo porcentaje señala que les supone menos del 25% del crédito a dicho plazo.

Los préstamos solicitados a otras entidades constituyen apenas el 1% del total de créditos a los que accedieron los emprendedores y un 7% para los beneficiarios del ICO. No obstante, a las pocas empresas que poseen este tipo de préstamos, la cantidad recibida no supera en ningún caso el 50% de sus fuentes ajenas. Por otra parte, la financiación espontánea a través de créditos con los proveedores



supone una financiación sin coste explícito que es aprovechada por el 9% de los emprendedores y por el 15.5% de los empresarios ICO, en ambos casos supone menos del 25% del total de la financiación. Este bajo porcentaje se explica por la relativa juventud de las empresas, que hace que no tengan aún el poder de negociación necesario con proveedores y clientes, o por el alto coste implícito que puede significarles.

El resto de fuentes de financiación apenas son relevantes, salvo la rúbrica de “otras” fuentes de financiación ajena, en la que los empresarios manifiestan que son cuentas a pagar en el corto plazo, o partidas que se podrían englobar en los epígrafes anteriores. Finalmente, en la partida de “otras fuentes de financiación ajena” se recogen obligaciones de pago de operaciones a corto plazo (acreedores no comerciales y deudas con organismos públicos por impuestos y cargas sociales), aunque estas respuestas se podrían haber englobado dentro de la respuesta de acreedores y créditos facilitados por otras entidades. Esta partida es utilizada por el 28% de las empresas del ICO con cierta heterogeneidad en su contribución al total de los fondos ajenos.

La principal conclusión que se deriva de la composición de la financiación de estas empresas es la dificultad financiera de las Pymes para acceder al préstamo bancario. Los resultados de la muestra de emprendedores ponen de manifiesto que las empresas de menor antigüedad cuentan con menos recursos ajenos, en especial, largo plazo, y en caso de que puedan acceder a recursos bancarios el grado de dependencia con los mismos es muy elevado al suponer el 100% del total de recursos ajenos -en concreto los créditos a corto-. Por tanto, es necesaria la concesión de ayudas a la financiación a este tipo de empresas, como contrastan los resultados de la muestra del ICO, integrada por una amplio colectivo de empresas de reciente creación, que gracias al apoyo han podido acceder a la financiación bancaria a largo plazo y reducir la dependencia a la financiación a corto plazo y créditos comerciales.

#### **d) Tipo de productos y ventas.**

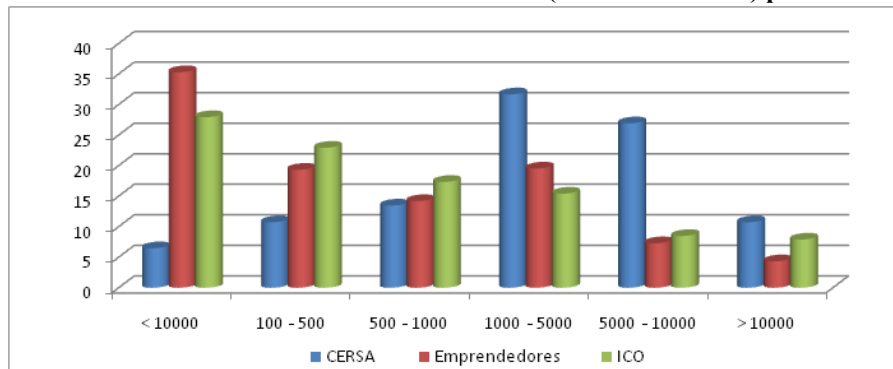
La dimensión económica de las empresas encuestadas muestra una amplia heterogeneidad, lo que es un reflejo de la realidad empresarial española. El gráfico 5.15 muestra como las empresas más jóvenes (las de la muestra de emprendedores e ICO) se concentran en los rangos de menor volumen de ventas, a diferencia de las empresas de CERSA que son las que más volumen de ingresos generan, el 50% supera los 2.100.000 euros dada su mayor antigüedad y establecimiento en el mercado.

Las empresas de ICO y las emprendedoras trabajan con unos volúmenes de ingresos inferiores. La razón es por encontrarse en las fases introductorias del ciclo de vida de la empresa y de sus productos, agudizándose las dificultades en la muestra de emprendedores, en las que apenas el 50% superan los 390.000 euros, con el agravante de que sus ventas son muy dependientes de pocos clientes. Un 19% de estas empresas forman su cuenta de resultados en un 60% con las ventas de sus tres principales clientes, lo que supone una estrategia arriesgada por la excesiva vinculación al

cliente y la falta de maniobrabilidad en caso de desavenencias con el mismo o cambios en el mercado. Sin embargo, a medida que se produzca el crecimiento de la empresa la vinculación tiende a disminuir por la mayor masa de clientes que conocen la empresa y sus productos.

Otra característica común en la muestra es que el 80% de las empresas solo realizan sus actividades con un solo establecimiento comercial y apenas dos de cada diez empresarios poseen más de un establecimiento. Son las medianas y las grandes empresas de la muestra de CERSA y emprendedores los que poseen una mayor implantación comercial.

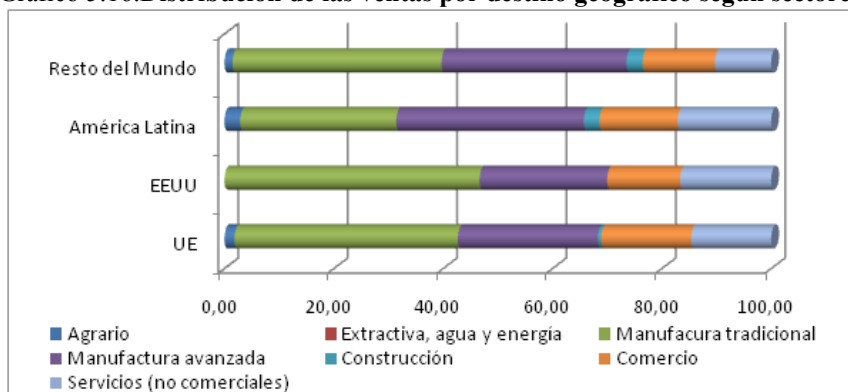
Gráfico 5.15. **Distribución del volumen de ventas (en miles de euros) por muestra.**



Fuente: Encuesta ICO, CERSA, emprendedores y elaboración propia.

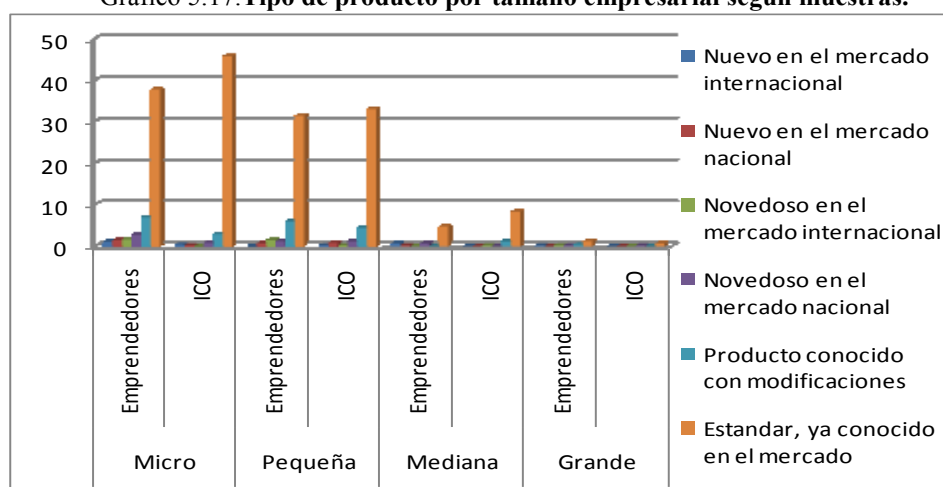
La distribución de las ventas de las empresas por destino geográfico revela que las empresas españolas de la muestra apenas realizan exportaciones y concentran todas sus ventas en el mercado autóctono (94.5% de las ventas). Los países receptores de las exportaciones españolas por volumen de negocios son (gráfico 5.16): la Unión Europea con un 4%, América latina (0.35%), Estados Unidos (0.25%) y resto del mundo (1%). Las razones de procedencia geográfica e idiomática justifican los destinos comerciales extranjeros. De forma análoga a otros estudios empíricos (Olivares y Suarez, 2006; Arias y Rodríguez, 2008) las empresas manufactureras, tanto tradicional como avanzada y de mayor dimensión empresarial son las que acaparan la mayor parte de las exportaciones. Las instituciones públicas han recabado en esta falta de presencia internacional (Banco de España, 2007:131-135), para lo cual se han puesto en marcha, además de los tradicionales fondos aportados por el CEDEX, nuevas políticas de apoyo, en concreto, una línea del específica del ICO denominada “Línea Internacionalización”.

Gráfico 5.16. **Distribución de las ventas por destino geográfico según sectores.**



En relación al tipo de producto, los empresarios suelen ser muy conservadores en la elección del producto a diseñar y vender al ofertar mayoritariamente productos de baja diferenciación. Los resultados de la encuesta ponen de manifiesto que apenas los empresarios desarrollan productos creativos o soluciones que sean verdaderamente novedosos en el mercado o satisfagan las nuevas necesidades de los usuarios. En el gráfico 5.17 se recoge la composición de los productos de emprendedores e ICO. Al constituir la empresa, el 75% de la muestra de emprendedores realiza productos estándares frente al 87.5% de la muestra de ICO. La mayor parte de las innovaciones en los productos son desarrolladas mayoritariamente por la muestra de emprendedores, donde un 4.93% (1.78+3.16) afirman que esa novedad es a nivel internacional y un 6.9% lo considera nuevo a escala nacional. Entre el tipo de producto de las empresas que han señalado su carácter novedoso sobresalen los relacionados con las nuevas tecnologías, tales como componentes electrónicos, la consultoría informática y desarrollos digitales con tecnologías importadas. Por tanto, las empresas que precisan de apoyos financieros muestran un comportamiento menos innovador en sus políticas de diseño de productos. Es destacable como las micro y las pequeñas empresas del sector del comercio y los servicios son las que aglutinan la mayor diferenciación al elaborar su producción, especialmente beneficiadas por la incorporación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en estos sectores.

Gráfico 5.17. Tipo de producto por tamaño empresarial según muestras.



Fuente: Encuesta ICO, emprendedores y elaboración propia.

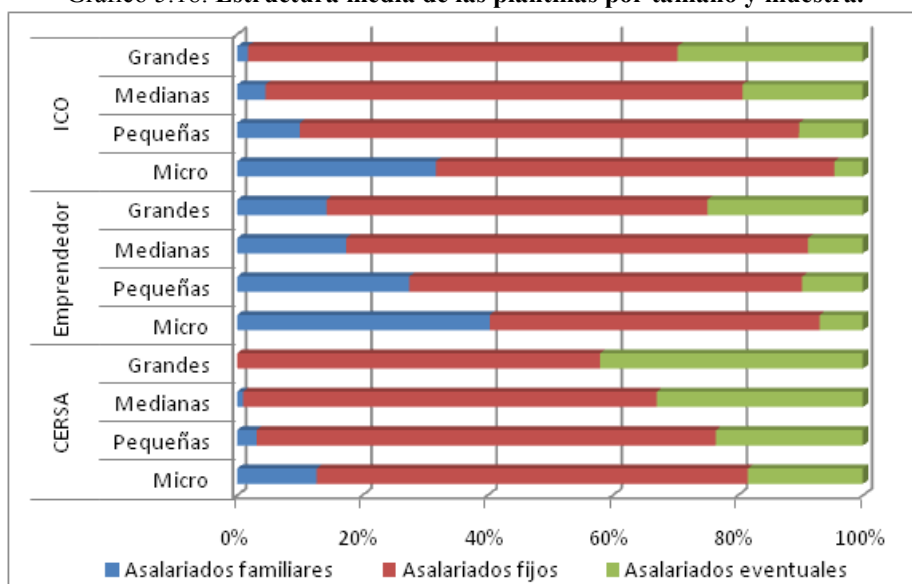
#### e) Personal.

El 71% de la muestra de emprendedores cree que el propio empresario debe ser responsable de crear una cultura empresarial dinámica que permita diferenciar a su empresa como factor para garantizar su supervivencia empresarial, para lo cual es necesario contar con personal cualificado y un empleo estable. Los resultados del Informe GEM para el caso español han sido consistentes con estas premisas. Las previsiones de los empresarios más recientes hasta el año 2008 han sido optimistas en cuanto a la creación de empleo, dado que más de la mitad de estos empresarios estaban seguros de que crearán de uno a cinco puestos de trabajo dentro de cinco años (De la Vega, 2007:63-65). Sin

embargo, en la actual situación de crisis, estas previsiones se corregirán a la baja. En este apartado se analiza la composición de las plantillas según las figuras contractuales, así como la cualificación de las mismas. Los resultados evidencian que existen diferencias significativas según tamaño empresarial y la procedencia de la muestra cuando se analizan las microempresas.

Si el análisis se efectúa atendiendo a la relación contractual de la relación laboral hay, como cabría esperar, una gran diversidad según los tamaños empresariales y por la naturaleza de la muestra (gráfico 5.18). Los familiares de los empresarios trabajan en las empresas de menor dimensión empresarial. Sin embargo, en la muestra de mayor arraigo familiar, la de emprendedores, los porcentajes son más elevados en las microempresas, donde dos de cada cinco empleados son familiares mientras que en las pequeñas la relación es de uno a cuatro. Cuando las empresas alcanzan tamaños mayores la presencia de familiares apenas es significativa, salvo en el caso de los emprendedores donde aportan el 17% (mediana) y 14,3% (grandes) de las plantillas.

Gráfico 5.18. Estructura media de las plantillas por tamaño y muestra.



Fuente: Encuesta ICO, CERSA, emprendedores y elaboración propia.

Según la relación contractual, la mayor parte de las empresas están formadas por puestos de trabajo con contratos fijos. La proporción es más elevada en el caso de las pequeñas y medianas empresas, en donde tres de cada cuatro empleados cuentan con este tipo de contrato. Por el contrario, la mayor eventualidad se muestra en las empresas medianas y grandes. En el caso de la muestra de ICO y emprendedores esta modalidad contractual supone el 29% y 25% de sus plantillas, a diferencia de las grandes empresas de CERSA donde se eleva hasta un 42%. Por tanto, a mayor tamaño (mayor volumen de producción) la temporalidad laboral es más alta. Las empresas de menor dimensión se convierten en las auténticas generadoras del empleo estable y, de ahí, la atención que las autoridades públicas le están concediendo a este tipo de empresa mediante el desarrollo de políticas de ayuda a la creación de empresas, generación de empleo, concesión de microcréditos, bonificaciones adicionales por contratación indefinida, etc.

Para clarificar esa heterogeneidad se ha realizado una clasificación de las empresas de las muestras en clusters (Cuadro 5.3) de características similares, obteniendo un total de 3 grupos que son capaces de explicar el 67% del total de la varianza:

- El primer grupo, formado por el 36,5% de las empresas, cuenta con el menor porcentaje de familiares y amigos tanto en la gerencia como en otros puestos y el mayor peso de asalariados temporales o eventuales en la estructura de su plantilla. Este grupo lo integran el 71,3% de las empresas de la muestra de CERSA, en especial las empresas de tamaño pequeño (44%) medianas y grandes empresas (38%).
- El segundo grupo, con el 51,8% de empresas, se caracteriza por la escasa presencia familiar dentro de la estructura empresarial y por apostar por una plantilla fija con unos bajos niveles de eventualidad. Las empresas del ICO son las que tienen la mayor presencia en este grupo (61,2%), en especial, las dedicadas al sector manufacturero industrial y el sector servicios.
- El último grupo, con el 11,6% de los casos, está formado por las empresas en las que se da una mayor participación de los familiares y una baja tasa de trabajadores eventuales. Pese a la heterogeneidad existente dentro del grupo, destacan el marcado carácter familiar de la muestra de emprendedores de tamaño micro.

Cuadro 5.3. Creación de clusters empresarial en función de la estructura laboral.

	GRUPO 1	GRUPO 2	GRUPO 3
Número de Empresas	523	738	166
Familiares y amigos	60,15%	86,99%	95,27%
Asalariados Fijos	92,84%	86,99%	79,29%
Asalariados eventuales	50,87%	32,52%	22,49%
Muestra	CERSA (71,3%)	ICO (61,2%)	Emprendedores (20%)
Tamaño	Medianas	Pequeñas	Microempresas
Sector	Construcción	Manufacturas	Comercio y servicios

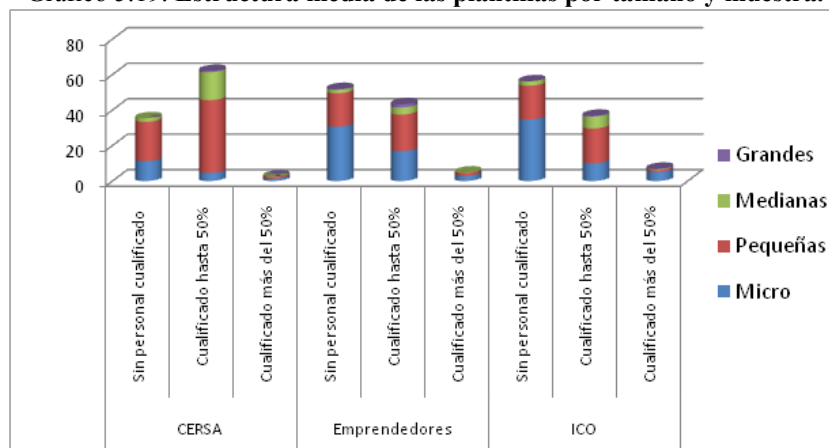
Fuente: Encuesta ICO, CERSA, emprendedores y elaboración propia.

Según la cualificación de la plantilla (gráfico 5.19), son las pequeñas y medianas empresas las que cuentan con mayores efectivos de personal cualificado en términos absolutos, pero el peso medio de estos empleados es superior en las microempresas, fundamentalmente por la elevada concentración de empresas manufacturaras en los tamaños pequeños y medianos. Sin embargo, apenas una de cada de dos empresa cuenta en su plantilla con algún licenciado o ingeniero, lo que sugiere que deberían relanzarse las relaciones entre la Universidad y el mundo empresarial, no sólo en términos de colaboración sino en términos de superar los desajustes en la formación que la empresa espera de la universidad (Camino, 2005:63).

Por muestras, el 65% de la muestra de empresas de CERSA cuenta con empleados que han completado estudios universitarios, frente a la muestra de emprendedores e ICO con un 47% y 43%, respectivamente. Pese a esta distribución, la mayor concentración relativa (respecto al total de empleados) de licenciados e ingenieros se produce en las empresas que han solicitado ayudas al ICO, las cuales disponen de 16 trabajadores universitarios por cada cien empleados. A mayor distancia se

encuentran las otras dos muestras con 10 licenciados por cada cien trabajadores. Por tanto, uno de los posibles destinos de las ayudas financieras que concede el ICO, además de permitir la adquisición de activos fijos, posibilita el establecimiento de una estructura laboral especializada y altamente cualificada.

Gráfico 5.19. Estructura media de las plantillas por tamaño y muestra.



Fuente: Encuesta ICO, CERSA, emprendedores y elaboración propia.

De forma análoga al resumen presentado en el apartado relativo al perfil del empresario, se expone en la tabla 5.4 los principales resultados sobre la tipología de empresa en función del tipo de apoyo financiero y la antigüedad empresarial.

Tabla 5.4. Resumen de la tipología de empresa para el total y nuevas empresas.

Tipología de las muestras		Total de empresas			Empresas reciente creación			
		Empresas SGR	Emprendedores	Empresas ICO	Empresas SGR	Emprendedores	Empresas ICO	
Características empresa	Antecedentes de la empresa	Nueva	68,1	75	78,6	95,6	83,6	91,2
		Adquisición			4,6		9,4	2,9
		Herencia	31,9	13	13,9	4,4	5,8	5,9
		Otras	0	2	2,9	0	1,2	0
	Participación de capital extranjero	Sí	5,9	4	1,5	4,3	2,9	0
		No	94,1	96	98,5	95,6	97,1	100
	Participación + 25% otra empresa	Sí	14,5	12,6	3,8	4,3	9,4	8,8
		No	85,5	87,4	96,2	95,7	90,6	91,2
	Núm. De establecimientos en España	1	77,1	78	86,5	95,6	85,9	97,1
		2	13,2	12	8,3	4,4	7	0
		3 o más	9,7	10	5,2	0	7,1	2,9
	Estructura plantilla	Familiares	2,1	22,5	9	1,3	12,5	20,3
		Asalariados Fijos	68,6	63,5	75,5	46,3	63,7	72,5
		Eventual	29,3	14	15,5	52,4	23,8	7,2
	Cualificación del personal	Pers. Cualificado	10,5	13,8	14,4	5	6,4	6,1
		Pers. No cualificado	89,5	86,2	85,6	95	93,6	93,9
		Personal medio	37,6	27,1	22,8	20,8	19,9	6,2
	Tipo de producto	Novedoso	n.d.	11,8	4,06	n.d.	9,35	5,88
		Estándar		88,2	95,94		90,65	94,12
	Origen de la financiación propia	Aportación propia	50,3	81,7	71,7	56	87,7	86,5
Aportación socios		28,3	15,1	15,2	37,5	8,7	10	
Aportación familiar		21,4	3,2	13,1	6,5	3,6	3,5	
Origen de la financiación ajena	Préstamo socios		4,61	31,63		3,78	15,43	
	A corto plazo	n.d.	51,65	6,01	n.d.	44,3	9,67	
	A largo plazo		43,74	62,36		51,92	74,9	

Una primera diferencia en el perfil de las empresas según su antigüedad se encuentra en sus antecedentes. Así, las nuevas empresas se constituyen en la primera aventura empresarial del empresario a diferencia de las empresas consolidadas, donde más del 25% proceden de una adquisición o de una sucesión en el negocio. Resalta como los emprendedores son el colectivo que adquieren más empresas anteriormente creadas (el 10% del total de los emprendimientos), pero no sólo por herencia, sino por propia adquisición en el mercado, lo que denota el aprovechamiento de las oportunidades sectoriales o de mercado. Apenas hay diferencias en función de la antigüedad empresarial al considerar la participación de empresas extranjeras en el capital social. Las empresas que han obtenido avales cuentan con un 5% de capital extranjero.

En relación a la pertenencia a un grupo de empresas se aprecian diferencias por antigüedad y entre muestras. Una de cada 9 empresas nuevas del ICO y emprendedores se encuentran integradas en un grupo empresarial, como filial o empresa franquiciada. Sin embargo, esta situación es inversa en la muestra de sociedades avaladas, de mayor antigüedad, donde el porcentaje de pertenencia se eleva al 14.5% en el colectivo de empresas consolidadas. La mayor edad de las empresas se traduce en un mejor asentamiento en el mercado a través de una mayor red comercial, de tal forma que más del 20% las empresas de SGR y emprendedores consolidadas cuentan con 2 o más locales comerciales, mientras de las empresas de reciente creación sólo el 14% de la muestra de emprendedores cuentan con más de un local.

La composición de las plantillas muestra un comportamiento diferenciado en función del tipo de ayuda financiera recibida. El 20.3% de la plantilla de las nuevas empresas del ICO proceden de familiares o amigos (tanto puestos de gerencia como otras funciones), mientras que un 7.2% de la plantilla es eventual. A medida que la empresa crece la aportación familiar va desapareciendo y se incrementa la plantilla eventual y, en especial, la consolidación del empleo indefinido. Sin embargo, este patrón de comportamientos no se reproduce en las muestras de emprendedores y SGR. En estas muestras la contratación eventual supone para las nuevas empresas el 24% y el 52% de sus plantillas -en emprendedores y SGR respectivamente-, con una participación familiar escasa. Conforme la empresa va madurando destaca la disminución de la contratación eventual y el fortalecimiento del empleo fijo. El grado de cualificación de las plantillas se duplica conforme se produce el paso de empresas de reciente constitución a empresas consolidadas. Sin embargo, el menor porcentaje de personal universitario se encuentra en la muestra de SGR (10.5% de las empresas poseen al menos un licenciado o ingeniero). La explicación puede venir condicionada por la composición sectorial de la muestra, integrada en su mayor parte por empresas constructoras y de manufactura tradicional.

Por último, la composición de las fuentes de financiación es disímil en función del ciclo de vida de la empresa. Las empresas emprendedoras que se encuentran en la fase de introducción en el mercado se caracterizan por una aportación de más del 80% del propio empresario al capital social y una aportación minoritaria al capital de socios y familiares. En cuanto a las fuentes de financiación ajena,



existe un cierto equilibrio entre los recursos a largo plazo (50%) y recursos a corto plazo (44%). El poder acceder a una ayuda financiera pública modifica este patrón. Así, las empresas nacientes del ICO mantienen una estructura similar de fondos propios, pero cuentan con unos recursos ajenos mayoritariamente a largo plazo (74% del total de sus fondos ajenos), que les proporciona un equilibrio financiero necesario para el crecimiento del negocio. Una vez que las empresas se encuentran en una fase de crecimiento y madurez la estructura financiera también se adapta. La muestra de empresarios emprendedores disminuye su aportación a los fondos propios e incrementa la participación en el capital de sus socios (o da entrada a nuevos) pero empeora la composición de sus fondos ajenos al invertirse la proporción de fondos concedidos a largo plazo (44%) con respecto a sus pasivos corrientes (51%). Las empresas beneficiarias del ICO muestran un comportamiento similar en cuanto a los fondos propios (con mayor acceso a familiares y amigos) pero más equilibrado en la variación de los fondos ajenos, con una sustitución de los fondos ajenos a largo plazo (62%), no por recursos a corto plazo, que se mantienen en un 6%, sino en forma de deuda concedida por el propio empresario (30%). De la muestra de SGR sólo se disponen de los datos de la composición de sus fondos propios, los cuales muestran como a medida que las empresas se desarrollan se produce una diversificación del capital del empresario promotor a favor de los socios y especialmente familiares.

### **5. Utilización de los sistemas públicos de apoyo a la financiación.**

En esta sección se analiza la utilización de las ayudas financieras por parte de los empresarios de CERSA e ICO, el motivo por el que se accedió, la forma en la que conocieron su existencia, el destino de la ayuda financiera, el coste las ayudas, garantías solicitadas para su concesión, así como otros aspectos cuantitativos relacionados con las mismas.

#### **a) Vía de acceso a los apoyos financieros.**

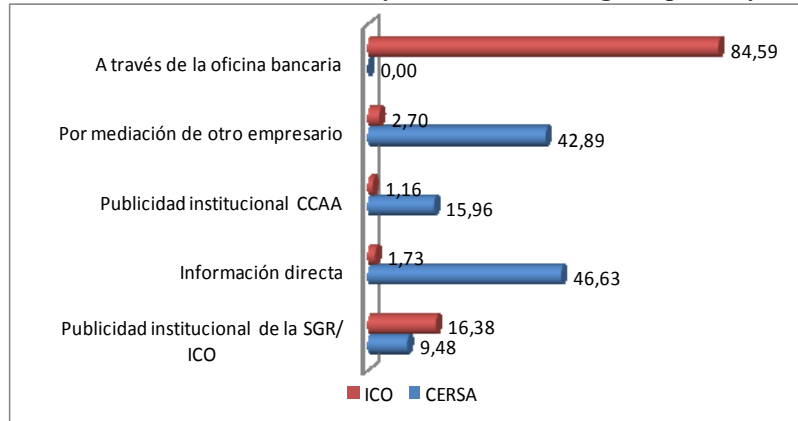
Una primera cuestión a considerar es la forma en la que los empresarios han conocido las ayudas como forma de acceder posteriormente a ellas. El gráfico 5.20 muestra los resultados obtenidos sobre las cinco alternativas que se les daban para responder. Lo que puede concluirse es que los empresarios de la Línea ICO han conocido la existencia de la ayuda predominantemente (84.6% de los casos) por la propia entidad bancaria con la que operan habitualmente. No debe olvidarse que esta línea, aunque de carácter público, se encuentra intermediada por la banca. Por su parte, la obtención de avales a través de una SGR no es un producto que las entidades financieras ofrezcan de forma preeminente a sus clientes por tener, a priori, un menor atractivo y una menor capacidad de generar beneficios para la propia financiera.

El mejor marketing para las SGR son sus propios avalados, los cuales se encargan de comunicar su existencia a otros empresarios que pudieran estar interesados. El 42,9% de sus usuarios conocieron así su existencia. Sin embargo, tan solo el 2.7% de los usuarios del ICO han accedido por mediación de otro empresario. A través de un análisis Chaid (gráfico 5.21) se ha podido detectar que la edad



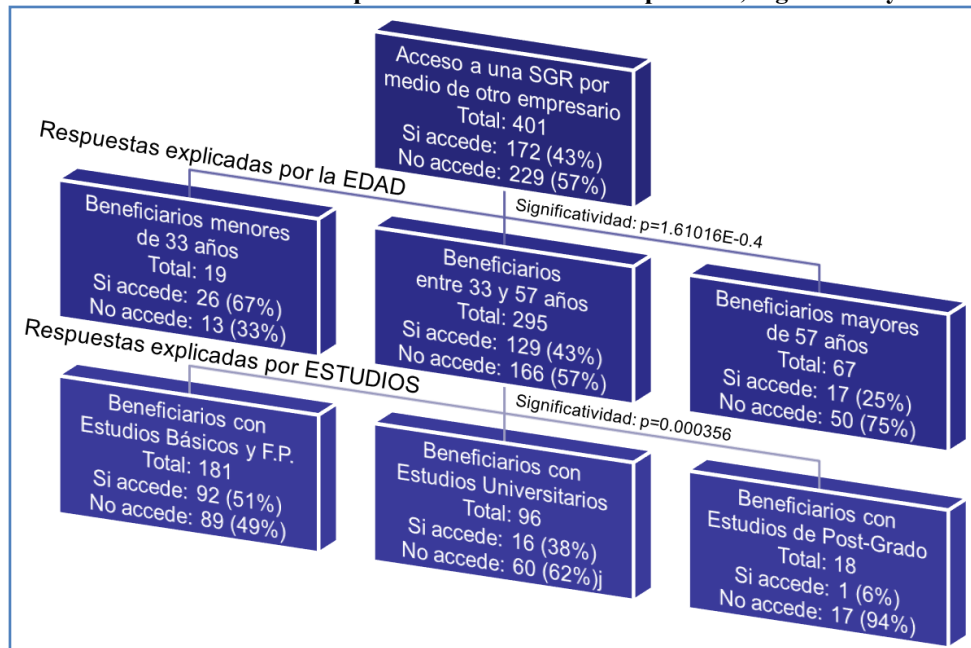
ayuda a explicar esta forma de acceso en la muestra de SGR. Entre los empresarios más jóvenes el porcentaje de acceso a esta vía es más elevado que en el conjunto de la muestra, en torno al 66.7%, a diferencia de los empresarios de mayor edad, en los que se reduce hasta el 25%. Dentro del primer segmento, los que cuentan con estudios básicos o de formación profesional presentan el mayor porcentaje de acceso por esta vía. Así, la mitad han accedido a servicios con la SGR por colaboración o consejos recibidos, mientras que los empresarios con estudios universitarios acabados se encuentran por debajo de la media del subgrupo (37%).

Gráfico 5.20. Vía de acceso a las ayudas financiera según tipo de ayuda.



Fuente: Encuesta ICO, CERSA y elaboración propia.

Gráfico 5.21 Acceso a una SGR por mediación de otro empresario, según edad y estudios



Fuente: Encuesta CERSA y elaboración propia.

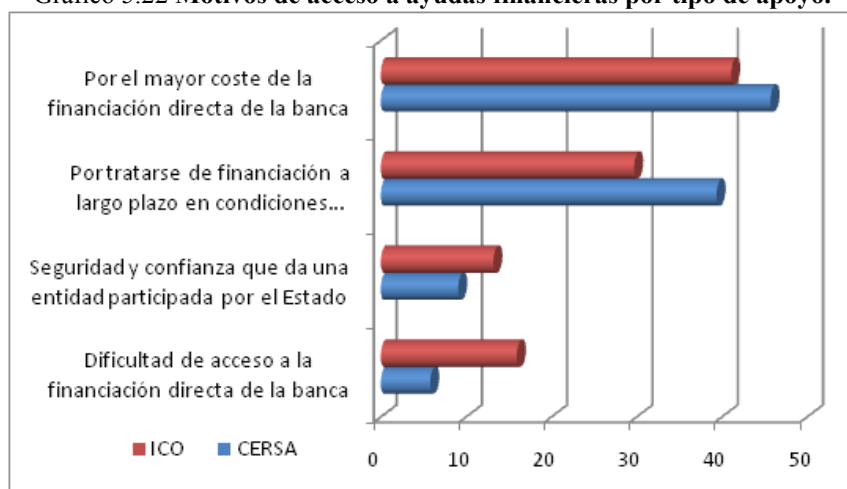
Seguidamente, el 46.6% declara que conoció su existencia a través de información directa de las propias sociedades de garantía, por la labor de sus agentes comerciales. Dentro de este colectivo se encuentra el 79% de las empresas manufactureras. A una distancia muy por debajo se encuentra las otras vías, las relacionadas con la publicidad de las ayudas. Esta puede ser mediante la inserción de anuncios o cuñas en los *mass media*, donde el ICO realiza una campaña eficaz al inicio de su

campaña, que ayuda, al menos, a posicionar el producto entre los empresarios, a diferencia de las SGR, que apenas realizan esfuerzos en publicidad (10%). Por otra parte, se encuentra la publicidad de carácter más gubernativo-institucional, a través de los canales de comunicación de las consejerías de Economía, de la cual se ve beneficiada la SGR, al atraer por esta vía a un 16% de sus usuarios. Estos resultados, además de permitir una aproximación de las opiniones de los empresarios, deben ser considerados por parte de los agentes implicados para mejorar sus métodos de difusión y comerciales.

#### b) Razones de acceso: Motivación y destino de las ayudas.

Cuando se les pregunta a los beneficiarios sobre el motivo que les impulso a solicitar la ayuda existe un elevado consenso en las respuestas, con independencia del origen de la muestra. Dado que la pregunta admitía respuesta múltiple, en el gráfico 5.22 se presenta la priorización de los diversos motivos de acceso. La principal razón de acceso es por el excesivo coste que les supone a los empresarios acudir directamente a la banca privada. Así, lo manifiestan el 86.5% de la muestra de CERSA y más del 95% de la muestra ICO lo consideran muy importante, especialmente las empresas de menor dimensión. En segundo lugar, se argumenta que se acudió a las ayudas por “*tratarse de financiación a largo plazo en condiciones preferentes*”, aunque este motivo es más justificado en los empresarios avalados. En tercer lugar, se justifica su uso por la “*seguridad y confianza por ser entidades apoyadas por las administraciones públicas*”. De esta última justificación se desprende el buen posicionamiento que la línea ICO posee entre los empresarios frente las SGR, en donde la participación estatal no es tan claramente identificable por los avalados. Finalmente, algunos empresarios encuestados argumentaron de forma puntual otras razones de acceso como, por ejemplo, para poder solicitar subvenciones o por tener tipos de interés más bajos que el mercado.

Gráfico 5.22 **Motivos de acceso a ayudas financieras por tipo de apoyo.**



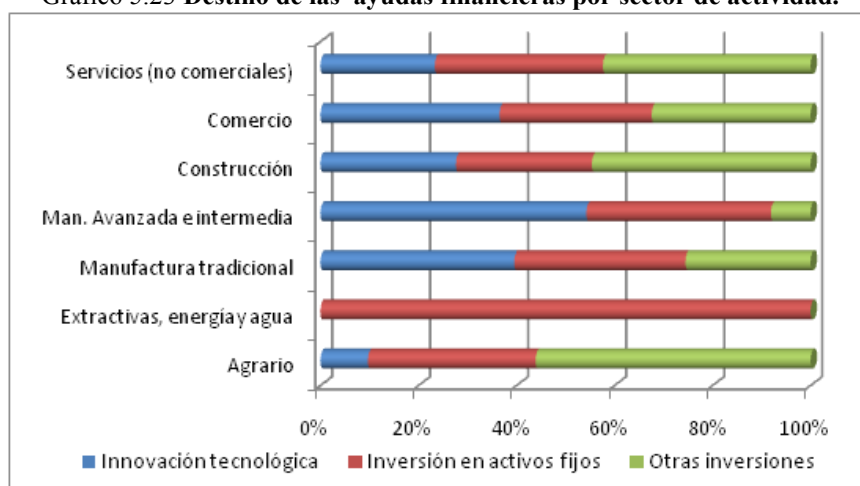
Fuente: Encuesta ICO, CERSA y elaboración propia.

Se indaga a continuación sobre el número de operaciones realizadas con estas entidades y el destino de la ayuda. El número medio de operaciones por empresario beneficiario es de 3 avales para los que

han sido financiados a través de garantías de 2,45 operaciones los que han preferido la línea privilegiada del ICO. El 60% de los empresarios de CERSA y el 48,4% de los ICO tan sólo ha realizado una operación, mientras que el número de empresarios que han repetido con la misma entidad es superior en el caso de ICO, donde el 22,9% ha realizado dos operaciones y el 28,7% ha estado presente en más de dos operaciones, frente al 18% de empresarios avalados por SGR.

El gráfico 5.23 muestra el destino de estas ayudas. Se emplean prioritariamente (91%) para realizar inversiones en activos fijos de carácter no corriente (inmovilizado material productivo e inversiones inmobiliarias), con la finalidad de modernizar la empresa o que constituyan sus primeros activos. A distancia, con un 10%, se sitúan la adquisición de activos intangibles, ya sean de carácter tecnológico o no, así como “*otras inversiones*” (financiación del activo corriente, gastos iniciales de constitución, participación en concursos públicos, etc.). Es destacable como la obtención de la financiación se destina íntegramente para una finalidad concreta, apenas un 10% de los empresarios que utilizan el aval/préstamo para adquirir capital o bienes de equipo destinan una parte a otras finalidades. Este porcentaje se reduce al 4,5% si la finalidad es innovaciones tecnológicas.

Gráfico 5.23 Destino de las ayudas financieras por sector de actividad.



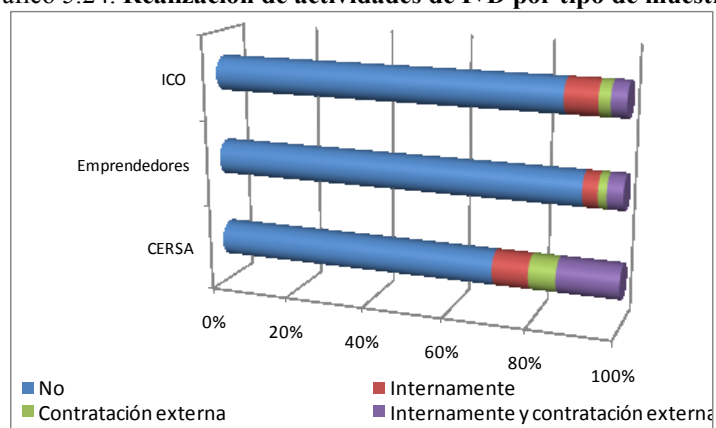
Fuente: Encuesta ICO, CERSA y elaboración propia.

Por tamaños empresariales, apenas existen diferencias significativas, salvo en el caso de las microempresas avaladas por una sociedad de garantía, que son las que menos solicitan la ayuda para innovación tecnológica (4%) y en mayor medida para otras inversiones (14%). Las principales diferencias se encuentran si se consideran las ramas de actividad, en donde el sector manufacturero (especialmente la industria intermedia y avanzada) y el comercio acumulan la mayor parte de las ayudas destinadas a aspectos tecnológicos, mientras que el sector agrario y la construcción presentan la mayor concentración de ayudas para otras finalidades. Por su parte, las empresas destinadas a la extracción de minerales, energía y agua utilizan la totalidad de las ayudas para la adquisición de sus grandes instalaciones productivas.

### b.1) Esfuerzo de las empresas en actividades de I+D y conexas.

Para analizar el grado de esfuerzo en innovación y tecnologías de la información y de la comunicación en las Pymes, se incluyó en los cuestionarios una batería de preguntas relativas al componente tecnológico. La primera de ellas explora si las empresas realizan actividades de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) en los últimos tres años y cuál es la forma en la ejecutan. Así, el gráfico 5.24 muestra como el 83,2% de las empresas apenas desarrollan estas actividades. Sin embargo, si se utiliza la muestra de emprendedores como elemento de control, se aprecia como los empresarios beneficiarios de apoyo públicos superan al conjunto de emprendedores, lo que las convierte en un colectivo de empresas aparentemente innovador. El 15,1% de los empresarios de ICO y un significativo 29,9% de los avalados por SGR manifiestan desarrollar algún proyecto de I+D+i. Estas actividades pueden desarrollarse internamente por razones estratégicas, mediante departamentos *ad-hoc* creadas en la propia empresa, o pueden subcontratarse, para incorporarse posteriormente al proceso productivo-comercial, o pueden simultanearse. Según esta clasificación, las empresas de SGR las desarrollan en un 29,1% dentro de la empresa, el 21,7% mediante contratación externa y 49,2% empleando ambos procedimientos. Por su parte, las empresas del ICO las ejecutan mayoritariamente en el seno de la empresa (54,8%) mientras que sólo el 19,2% de las empresas que realizan estas actividades deciden subcontratarlas externamente. No obstante, por tamaños empresariales se aprecia como las microempresas y las medianas empresas apenas muestran un compromiso con la actividad innovadora. Sólo el 20% de las empresas que realizan actividades de I+D son microempresas y el 21,6% son empresas medianas. Estos resultados son coincidentes con los obtenidos por Madrid y García Pérez (2008) en su investigación sobre los ayudas financieras a la innovación a Pyme españolas.

Gráfico 5.24. Realización de actividades de I+D por tipo de muestra.



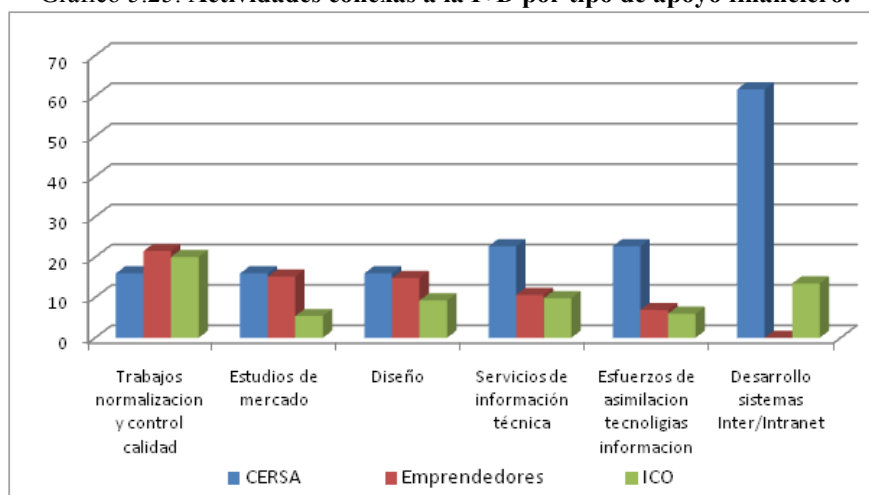
Fuente: Encuesta ICO, CERSA y elaboración propia.

Por tanto, el colectivo de empresas que se beneficia de aval de SGR es bastante innovador en relación a la muestra de emprendedores e ICO. En relación con el coste medio dedicado a actividades de I+D, se desprende que el 36,5% de las empresas avaladas han dedicado un gasto superior a cien mil euros, el 41,4% entre diez mil y cien mil euros, y el 22,1% por debajo de los diez mil euros. No obstante, resulta conveniente comparar estos resultados con los obtenidos por el

Instituto Nacional de Estadística procedentes de la “*encuesta sobre innovación tecnológica en las empresas-2007*”<sup>1</sup>, último año publicado. El gasto medio en esfuerzo tecnológico (interno y externo) de la muestra del INE para empresas de menos de 250 trabajadores (13.546 empresas) alcanza los 358.146 euros, por lo que los datos de las empresas de SGR se corresponden bastante con los del INE, especialmente si se consideran el porcentaje de empresas más comprometidas con este tipo de actividades.

El gráfico 5.25 muestra un ámbito más genérico que el de la I+D al analizar otras actividades conexas, tales como innovaciones en productos y procesos que se alejan del concepto propio de desarrollo tecnológico. El 19,5% del conjunto de empresas encuestadas desarrollan trabajos de normalización o control de la calidad –16% en el caso de SGR-. Le siguen los trabajos de estudio de mercado y marketing, necesarios para lograr una óptima comercialización de los productos/servicios, elaborados por el 10,8% de los empresarios. Esta actividad alcanza el 15% de las empresas en las muestras SGR y emprendedores y apenas el 5,4% en la muestra del ICO. El escaso número de empresas que realizan una prospección del mercado al que van a dirigirse puede venir explicada por ser un gasto que se acomete antes de poner en marcha el negocio o una vez que las empresas han llegado el periodo de madurez de sus productos, como se aprecia en la muestra de SGR, y prefieren centrar sus esfuerzos en la mejora de la calidad de sus bienes.

Gráfico 5.25. Actividades conexas a la I+D por tipo de apoyo financiero.



Fuente: Encuesta ICO, CERSA y elaboración propia.

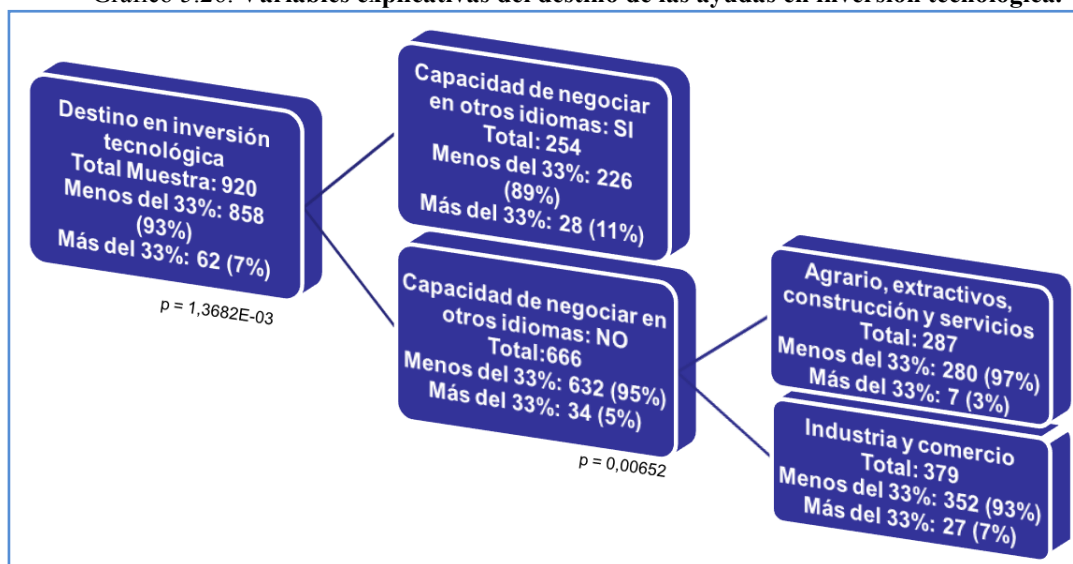
Igualmente, el desarrollo y el acceso a las nuevas tecnologías van surgiendo en las empresas, que ven como Internet se convierte en una vía esencial para dar a conocer la empresa y sus productos. Es destacable como el 60.1% de las empresas de la muestra, las más antiguas de las tres muestras, poseen una página web propia del negocio, mientras que el 13.5% de las empresas del ICO tienen previsto desarrollarlas. Sin embargo, las actividades de diseño y los servicios de información técnica son relativamente asumidos por los empresarios. Estos resultados son coincidentes si se comparan

<sup>1</sup> Puede consultarse la página electrónica [www.ine.es/inebase/cgi](http://www.ine.es/inebase/cgi), de la que se han extraído los datos.

con los datos de la “*encuesta sobre innovación tecnológica en las empresas*”, del que se deduce que el 14,93% del total de empresas de menos de 250 trabajadores realizan actividades innovadoras.

Finalmente, en el gráfico 5.26 se presentan las variables más significativas que definen el perfil del empresario que utiliza la financiación pública para destinarla a actividades tecnológicas. Estas variables son, además del sector al que pertenece, su capacidad para negociar en otros idiomas, una edad inferior a los 46 años y gestor de una pequeña o mediana empresa ubicada en la región NUT-1 del Este. Concretamente, del total de empresas de la muestra que han obtenido apoyos financieros (del ICO o SGR) sólo el 7% destina más del 33% de los fondos obtenidos a innovaciones tecnológicas. Sin embargo, este porcentaje se incrementa hasta el 11% si el empresario es capaz de negociar en otros idiomas, mientras que disminuye a un 5% si carece de esta facultad, es aún menor la inversión si el empresario desarrolla actividades distintas de las industriales y del comercio.

Gráfico 5.26. Variables explicativas del destino de las ayudas en inversión tecnológica.



Fuente: Encuesta ICO, CERSA y elaboración propia.

### c) Condiciones contractuales: Plazos de amortización y coste efectivo de la operación.

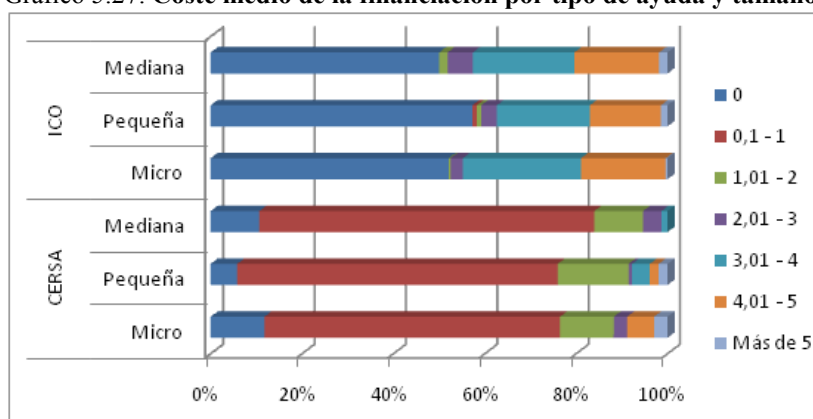
Para la muestra de ICO se dispone además de la modalidad elegida para amortizar el préstamo recibido. El 65% decide amortizarlo lo antes posible, en un periodo de 3 años sin carencia ni en el pago de intereses ni devolución del principal. El 21% decide devolver el préstamo en 5 años sin carencia, o bien con un año de carencia de amortización del principal. El 8% lo cancelará en 7 años, o con un periodo de dos años de carencia del principal y tan solo el 6% decide amortizarlo en 10 años. Por tamaños empresariales, apenas hay diferencias en la elección, siendo las microempresas las que retrasan más de 3 años el pago de la deuda (38.6%). Según el año de inicio de la actividad, las diferencias que se producen son mayores, como es lógico, asociado a los menores recursos económicos con los que cuenta el empresario para empezar la actividad. Los empresarios que constituyeron su actividad en los últimos tres años deciden en el 47% de los casos posponer el pago al menos durante un periodo mínimo de cinco años.

A su vez, el empresario también puede elegir entre pagar un tipo de interés fijo o variable. La estabilidad económica de estos últimos, la existencia de unos reducidos tipos de interés, así como las ofertas llevadas a cabo por las entidades crediticias han propiciado la elección en el 60% de los casos de tipos de interés variables. Si la pregunta se realizara en estos momentos, posiblemente la valoración hubiera sido diferente. Los tipos de interés fijos sólo son más demandados por los empresarios del sector de la construcción (48%) que desarrollen su actividad principal en Madrid (50%).

Uno de los aspectos más importantes que todo empresario considera a la hora de solicitar financiación es el coste de la operación o tipo de interés efectivo. Para analizar esta cuestión hay que tener presente, en primer lugar, que en los contratos con sociedades de garantía se limita la comisión máxima a cobrar por el servicio en un 1% del volumen total del aval concedido y, en segundo lugar, el coste efectivo de las operaciones con el ICO viene determinado por la propia modalidad de amortización elegida, oscilando entre un 4.5% a un 5% durante el año 2007 (según la modalidad de tipo de interés fijo o variable).

Una vez hecha esta matización, se obtiene que el coste medio de un aval de una SGR es del 1.24%, mientras que el de la línea ICO es del 1.97%. Sin embargo, el coste tan bajo del ICO se justifica porque un 54% de los empresarios afirman que su coste ha sido cero, posiblemente por el desconocimiento del mismo en el momento de contestar a la encuesta o por creer que verdaderamente esta operación de intermediación de la operación ha sido sin coste (diferenciado del gasto del propio préstamo de la entidad bancaria). Este desconocimiento se produce, en especial, en aquellos empresarios con un nivel de estudios primarios, que gestionan sociedades limitadas del sector servicios de tamaño micro y pequeño.

Gráfico 5.27. Coste medio de la financiación por tipo de ayuda y tamaño.



Fuente: Encuesta ICO, CERSA y elaboración propia.

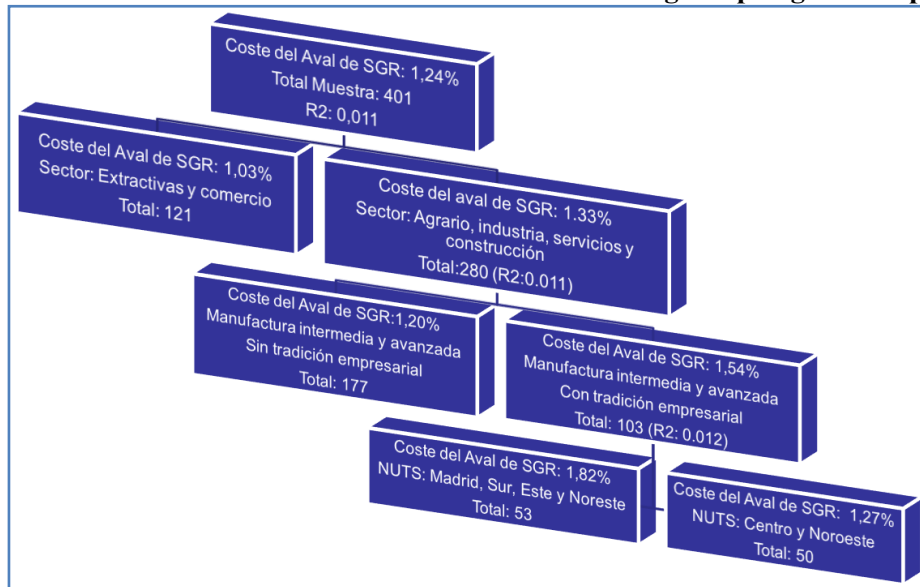
El gráfico 5.27 representa, agrupado en siete tramos, por muestras y tamaños el valor de la comisión cobrada a las empresas solicitantes de avales así como el coste del préstamo concedido por los usuarios del ICO. El coste medio anual por comisión del aval se sitúa entre el 0.1% y el 1% en el 69% de los casos. La causa, indicada anteriormente, se justifica por la limitación del valor de la



comisión que establece el contrato de reafianzamiento de CERSA. Para el 8% de las empresas el coste de la comisión fue cero. Esta situación puede ser debida a ciertas políticas comerciales o de captación de clientes por parte de las SGR, que trasladan el coste la operación a la cuota que se ha de pagar para pasar a ser socio o a otros servicios accesorios que se pueden ofertar (asesoramiento). Para los beneficiarios del ICO, el coste medio de la operación disminuye levemente conforme se aumenta el tamaño de la empresa, el coste pasa del 4,33% para las microempresas a un 4,22% para las pequeñas y medianas.

Uno de los objetivos de este capítulo es determinar si existen diferencias en el coste de la financiación según las características demográficas del empresario y la tipología de empresa. Para ello, primero se ha analizado por separado a los empresarios que han recibido avales de los que han obtenido apoyos del ICO. El coste medio de un aval se sitúa en un 1,24% del valor afianzado. Sin embargo, sectorialmente hay diferencias en el coste de la financiación: para las empresas extractivas y comerciales se reduce a un 1,03%, mientras que para el resto de sectores el coste se incrementa hasta el 1,33%. No obstante, el coste se eleva hasta el 1,82% cuando se está en presencia de manufacturas avanzadas, con tradición familiar y que no radiquen ni en las NUTS del centro o noroeste (gráfico 5.28). Resulta destacable que la edad no sea significativa a la hora de explicar el coste del aval. Por su parte, para los empresarios del ICO, la única variable que presenta significación es la concentración de las decisiones en la figura del empresario y la ubicación geográfica del empresario, con un tipo de interés más elevado en Madrid (5,38%).

Gráfico 5.28. Variación del coste efectivo del aval SGR según tipología de empresa.



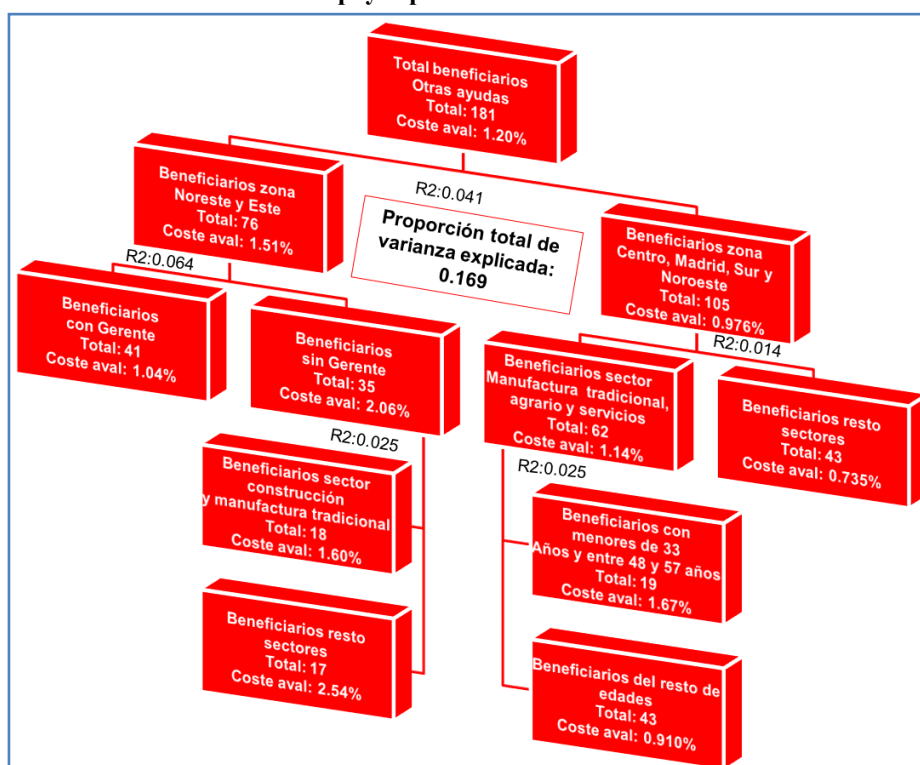
Fuente: Encuesta ICO, CERSA y elaboración propia.

Un total de 181 empresarios de la muestra de SGR son además beneficiarios de otras ayudas distintas del aval procedentes de otras instituciones públicas. Esta variable es capaz de explicar más proporción de la varianza total del coste de la financiación (17%). La media del coste del aval para este conjunto de individuos es de 1,20%. Sin embargo, los empresarios ubicados en la zona noreste y



este soportan un mayor valor del coste del aval (1,5%), a diferencia de los que se encuentran en el resto de regiones NUT-1, en donde el coste disminuye hasta un 0,97%, como consecuencia del nivel de competencia de la banca y el número y características de las SGR que hay en dichas regiones (gráfico 5.29). Dentro del primer grupo considerado el coste se reduce hasta el 1% si la empresa cuenta con un gerente que se encarga de gestionar los recursos financieros, mientras que el coste se dispara hasta el 2,05% si la empresa no cuenta con esta figura. Estos resultados desprenden la conveniencia de que las empresas dispongan de personas especializadas en aspectos financieros y de gestión económica que sean capaces de negociar y de optimizar los recursos y las necesidades financieras de la empresa (Peterson y Rajan, 2004:14-17). A su vez, dentro del grupo que carga con un mayor coste existen diferencias entre los que se dedican a actividades de manufactura tradicional y construcción, que presentan unas reducciones del coste hasta el 1,6%, a diferencia del resto de sectores considerados donde la media del coste supera el 2,5%. Si se considera, además, la localización geográfica de las empresas que presentaban un menor valor en el coste del aval también pueden establecerse diferencias en función del sector de actividad, de tal manera que los empresarios que desarrollan actividades industriales, agricultura y servicios tienen un coste más elevado, cercano al 1,15%. Dentro de este grupo es posible establecer a su vez diferencias según la edad del empresario, de manera que los más jóvenes, menores de 33 años, y los de edades entre 48-57 años incrementan considerablemente el coste hasta el 1,67%.

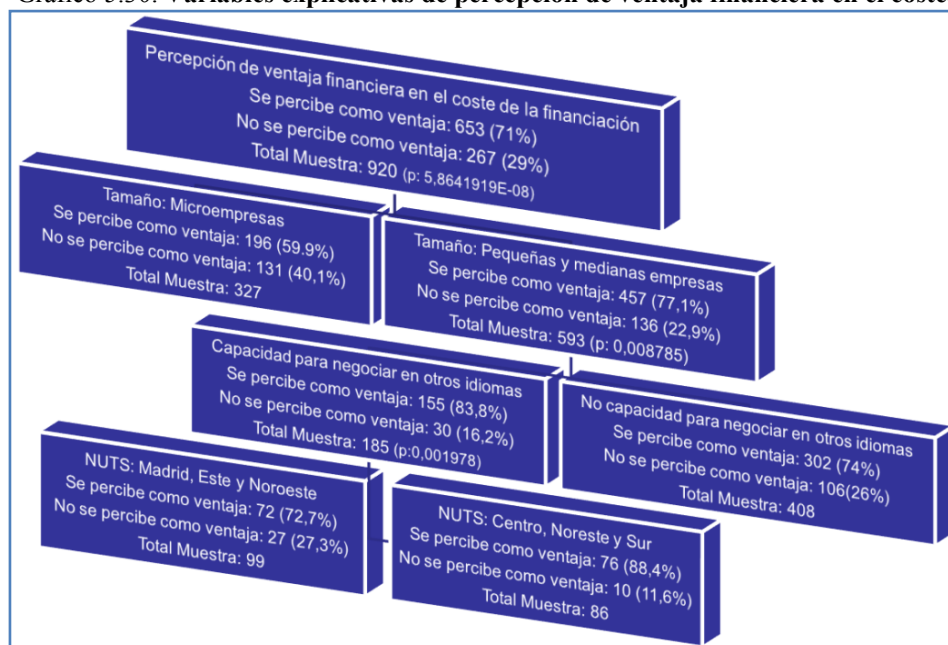
Gráfico 5.29. Variación del coste efectivo del aval SGR empresarios beneficiarios de otro apoyos públicos distintos del aval.



Fuente: Encuesta CERSA y elaboración propia.

No obstante, dado que el coste viene establecido contractualmente, se ha procedido a agrupar la variable del coste en dos tramos. Por un lado, los que perciben un coste superior a lo establecido reglamentariamente (superior al 1%) y, por otro lado, los que estiman que este coste es inferior. Un 67,6% de los beneficiarios aprecian la ventaja del coste de la financiación (como más adelante se confirma al examinar las opiniones sobre las ventajas e inconvenientes de estos sistemas). Sin embargo, son las microempresas las que aprecian esta ventaja en menor medida. El 41% de las mismas afirman que se encuentran en los tramos de coste superiores a la media. Las pequeñas y medianas empresas sí perciben en mayor medida esta ventaja. Dentro de este colectivo, la apreciación de la ventaja del coste se incrementa al considerar la variable relacionada con la capacidad del empresario para negociar en otros idiomas y la localización geográfica (Madrid, Este y Noroeste). Una tabulación cruzada de los cuatro grupos que se obtienen del análisis CHAID (gráfico 5.30) establece que las empresas agrarias, del comercio y servicios, con empresarios menores de 46 años, son el segmento que menos percibe el menor coste financiero de los avales.

Gráfico 5.30. Variables explicativas de percepción de ventaja financiera en el coste.



Fuente: Encuesta ICO, CERSA y elaboración propia.

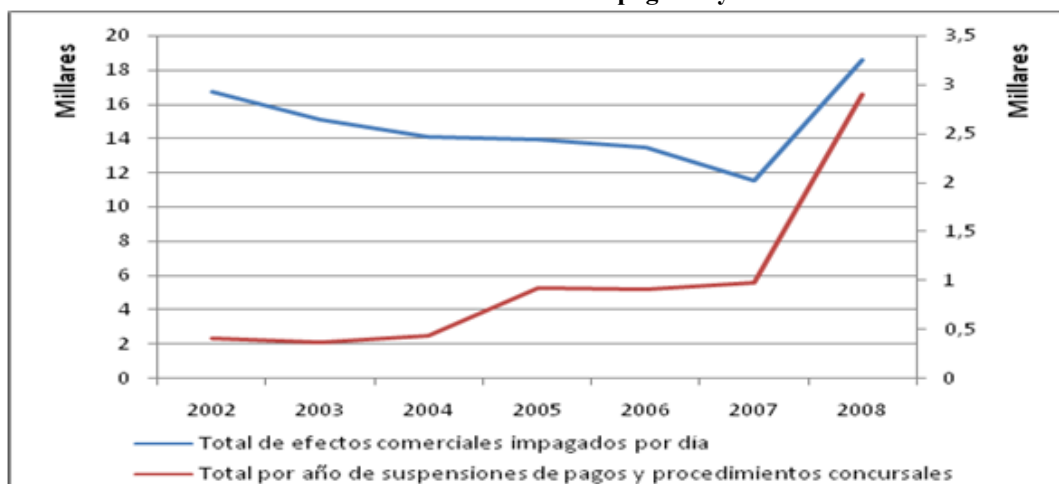
#### d) Condiciones colaterales: Garantías.

Hasta finales del año 2007 las principales estadísticas financieras del INE sobre morosidad de las empresas seguían una tendencia decreciente, con una media diaria del periodo 2002-2007 de 14.171 efectos comerciales impagados por día. Este indicador alcanzó su volumen mínimo en el año 2007 (11.577 efectos impagados), pero a partir de ese momento se produjo el cambio de tendencia y en tan sólo un año (2008) el indicador se ha incrementado hasta superar las 18.565 letras impagadas. Un comportamiento similar se detecta en las suspensiones de pagos y en los procedimientos concursales, al pasar de una media diaria entre 2002-2007 de 1,83 expedientes por día a una media de 7,95 procedimientos concursales al día durante el 2008 (gráfico 5.31). En ocasiones, las entidades exigen

a sus clientes unas garantías como forma de evitar este posible riesgo de impago. La naturaleza de los avales pueden ser personales, hipotecarias o de otro índole (garantías frente terceros, aval bancario, etc.).

Los datos son especialmente significativos en el caso de los empresarios que han acudido a una SGR. Estos, por un lado, se encuentran cubiertos por el contrato de reafianzamiento de CERSA y, por otra parte, al adquirir la condición de socio de la SGR, según los estatutos de cada sociedad, se exige una contragarantía que se ha de depositar en la propia entidad avalista. Esta circunstancia, junto a la exigencia de otros avales requeridos por la entidad crediticia, se convierte en una barrera de entrada al sistema similar a las que se tratan de socorrer. Por tanto, se contradice la finalidad primordial que tienen las SGR: el otorgamiento de garantías para reducir la información asimétrica y otras barreras al crédito bancario a largo plazo. Este aspecto, aunque es conocido por el sector, se convierte en uno de los aspectos a mejorar en las próximas líneas de apoyo.

Gráfico 5.31. Evolución declaraciones de efectos impagados y declaraciones concursales.

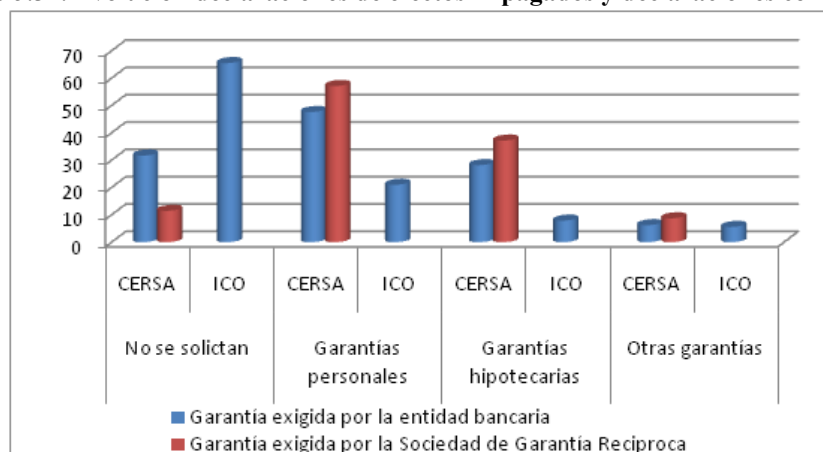


Fuente: INE (2009)

El gráfico 5.32 presenta la distribución de las garantías exigidas, según la naturaleza del aval, por las SGR y por la propia entidad bancaria. Puede apreciarse como, paradójicamente, a las empresas beneficiarias del ICO apenas las entidades bancarias les exigen cualquier tipo de garantía en un 65,5% de los casos, frente al 31,6% de los empresarios de CERSA. Además, el 89% de estos últimos han sido requeridos adicionalmente por la propia entidad avalista.

Entre las garantías exigidas por las entidades crediticias, las más solicitadas son las de carácter personal, en un 47% y un 21%, respectivamente, a los empresarios de CERSA y ICO, seguidas de las de carácter hipotecario y otras garantías. Por su parte, las SGR también exigen a sus socios la presentación de avales de carácter personal (57%) e hipotecarias (37%). Dentro de “*otras garantías*” se pueden encontrar respuestas relacionadas con el acceso a subvenciones oficiales o participar en programas de innovación tecnológica, como, por ejemplo, los programas PROFIT, los cuales exigen para adelantar el importe de la subvención la presentación de avales.

Gráfico 5.32. Evolución declaraciones de efectos impagados y declaraciones concursales.



Fuente: Encuesta ICO, CERSA y elaboración propia.

De forma análoga a lo realizado con el coste de la financiación, se efectúa un análisis multivariable para explicar las características del empresario al que se le solicitan garantías personales por parte de las entidades bancarias. Las variables estadísticamente significativas que explican la necesidad de garantías personales en la muestra del ICO son:

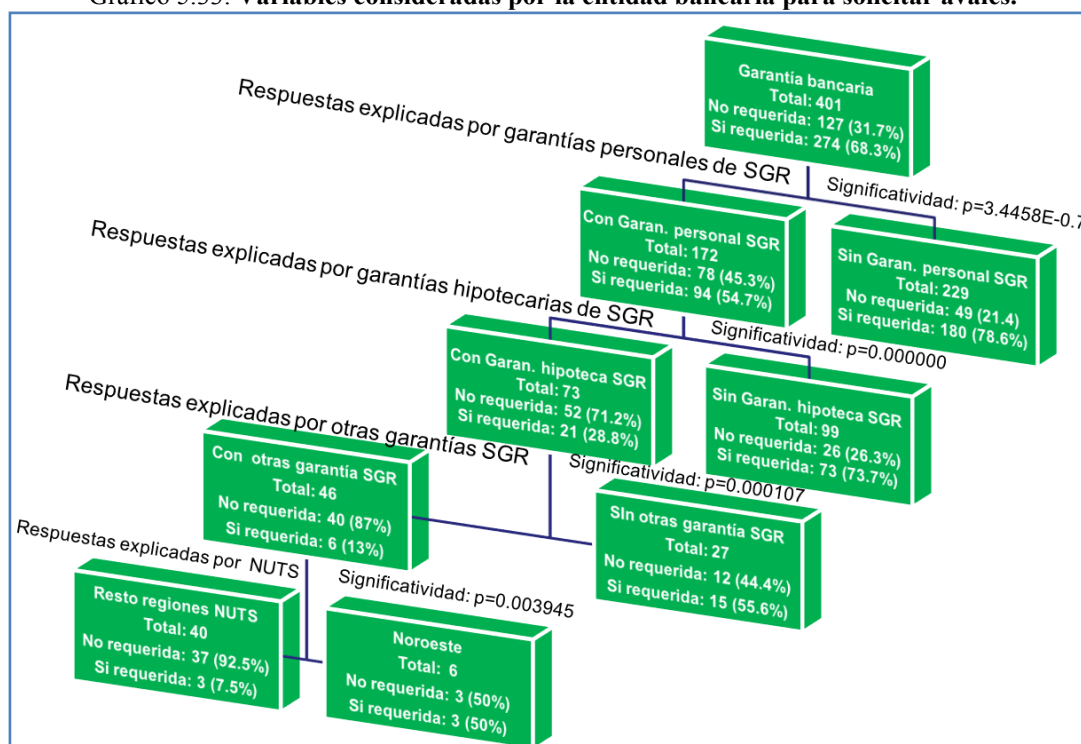
- Existen desigualdades según tramos de edad. Los empresarios de menos de 43 años son a los que más garantías personales se le ha exigido (29.3%).
- Por sexo, también se aprecian diferencias, en contra del conjunto de mujeres. A una de cada cuatro mujeres se les exige una garantía personal a diferencia de los hombres, en donde sólo a uno de cada de cinco se les exige tal requisito.
- Regionalmente, los empresarios del Noreste son a los que más garantías personales se les exigen (30%) frente a los del Noroeste, que sólo se exigen al 18%.
- Los que presentan menores niveles educativos son los que menos garantías personales deben de presentar (17%) respecto de los que poseen estudios universitarios (28.4%).
- Finalmente, por tamaño empresarial a medida que se gana dimensión la necesidad de garantías personales disminuye.

Las garantías de carácter hipotecario a los beneficiarios del ICO sólo se ven afectadas si se tiene en cuenta la pertenencia del empresario a una familia empresarial. Si no ha existido tradición empresarial anterior, la entidad bancaria solicita en un 9% esta garantía.

Los avalados de CERSA, pese a presentar un aval de la SGR que permita superar la barrera de la información asimétrica para la entidad bancaria, un 68,3% han tendido que entregar algún tipo de garantía adicional a la entidad bancaria. De tal forma que el aval de la SGR sólo ha sido efectivo para uno de cada tres empresarios, al no tener que presentar más garantías. La razón por la que la entidad bancaria no solicita nuevas coberturas queda significativamente explicada por el resto de garantías que se han tenido que presentar ante la SGR. Si se han presentado garantías personales la exigencia bancaria se reduce en 14 puntos porcentuales. Si, además, esta garantía se refuerza con alguna de

tipo hipotecario, el banco solo exige una garantía en el 28% de los encuestados y hasta un 13%, si se cuentan con “*otras garantías*”. Por tanto, vuelve a ponerse de manifiesto que no son las variables del perfil demográfico del empresario, tales como su edad, sexo o experiencia en un negocio, las que determinan la exigencia de avales, sino la propia seguridad que le otorga al banco saber que su cliente puede presentar otro tipo de garantías ante la SGR (gráfico 5.33). Por lo tanto, las sociedades de garantía recíproca cubren con la finalidad de acceso a la financiación a largo plazo, aunque con menos eficacia que se esperaba de ellas, al no conseguir evitar la necesidad de aportar nuevas garantías por parte de las entidades bancarias.

Gráfico 5.33. Variables consideradas por la entidad bancaria para solicitar avales.



Fuente: Encuesta CERSA y elaboración propia.

Tan sólo un 11% de los encuestados de CERSA no han requerido ningún tipo de garantía para convertirse en socio de la SGR, aunque este porcentaje es más elevado en medianas y grandes empresas. Para conocer los criterios que siguen las SGR para solicitar un aval se realiza un análisis similar al realizado con las garantías de carácter personal. Las exigencias más elevadas se producen cuando el empresario se encuentra en la zona de Madrid, Centro, Este y Noroeste, no posee tradición familiar, y cuando el capital social aportado por el propio empresario no supera el 65% del total de las aportaciones. En esta situación se ha exigido las garantías de carácter personal al 86% de los encuestados. Otras variables como el nivel de estudios, la existencia de un gerente o el año de constitución de la empresa apenas resultan significativas para explicar las contragarantías.

Finalmente, el cuadro 5.5 recoge el resumen de las principales variables relativas al uso de las ayudas financieras percibidas y el esfuerzo tecnológico y actividades de innovación en función de la antigüedad empresarial. En relación a la forma y los motivos por los que se ha accedido a las

prestaciones, las nuevas empresas mantienen el comportamiento de las consolidadas, con una mayor intensidad en el uso de las vías principales, mediación de otros empresarios para las SGR y la intermediación directa de la entidad bancaria para los beneficiarios del ICO. Por su parte, la publicidad institucional apenas es instrumentalizada por las administraciones como canalizadora de nuevos empresarios. Además, las nuevas empresas manifiestan que solicitan la ayuda financiera por las mayores dificultades para acceder directamente a los recursos bancarios a largo plazo (el 17,4% de la muestra de SGR) y por el mayor coste de la financiación sin intermediación pública (45,8% de la muestra de ICO).

Cuadro 5.5. Resumen de la tipología de empresa para el total y nuevas empresas.

Tipos de muestras			Empresas consolidadas		Empresas reciente creación		
			Empresas SGR	Empresas ICO	Empresas SGR	Empresas ICO	Emprende- dores
Utilización de los apoyos públicos a la financiación	Vía de acceso	Publicidad Mass Media	8,44	16,02	4,34	5,71	n.d.
		Información directa	40,63	1,73	39,13	0	
		Publicidad institucional	14,61	0,76	0	5,71	
		Por otro empresario	36,3	2,69	56,52	0	
		A través oficina bancaria	0	78,77	0	88,57	
	Motivos de acceso	Dificultad acceso banca	9,13	15,98	17,39	15,62	n.d.
		Seguridad del sistema	14,83	13,25	13,39	12,49	
		Condiciones preferentes	63,7	29,85	69,22	28,12	
		Por mayor coste banca	12,32	40,93	0	43,75	
	Destino de las ayuda	Innovación tecnológica	6,45	5,22	6,52	1,17	n.d.
		Inversión activos fijos	84,15	88,11	82,61	82,64	
		Otras inversiones	9,38	6,38	10,86	16,17	
	Coste	Valor medio	1,24%	4,27%	1,16%	4,57%	n.d.
	Garantías	Sin garantías bancarias	32,8	65,97	13,04	58,82	n.d.
		Personal SGR	56,34	n.d.	69,56	n.d.	
		Personal ent. Bancaria	46,03	20,41	73,91	29,41	
		Hipotecaria SGR	37,3	n.d.	34,78	n.d.	
		Hipotecaria ent. Bancaria	28,31	8,04	26,08	5,88	
	Actividad I+D	No realiza	69,31	85,36	82,61	94,12	95,91
		Internamente	8,73	8,04	8,70	2,94	2,34
Externamente		6,61	2,89	4,35	0,00	0,58	
Ambas		15,34	3,71	4,35	2,94	1,17	
Tipo de innovación	Trabajos normalización	16,67	20,61	4,35	11,76	9,94	
	Estudios Marketing	16,67	5,36	4,35	5,88	12,28	
	Sistemas de Internet	62,16	13,4	52,17	14,7	3,58	

Fuente: Encuesta ICO, CERSA y elaboración propia.

Las nuevas empresas destinan la financiación en más de un 82% a activos de carácter fijo. Por su parte, las inversiones en activos tecnológicos apenas son desarrolladas por el 1% de las empresas del ICO, mientras que las nuevas empresas de SGR se comportan de forma similar a las consolidadas. Una de cada cinco nuevas empresas que han solicitado aval afirman realizar actividades de I+D, mayoritariamente de forma interna, y sólo a medida que las empresas se consolidan externalizan esta actividad. En la muestra de emprendedores, estas actividades se sustituyen por otro tipo de actividades ligadas al concepto de innovación de productos y procesos, al desarrollar uno de cada diez emprendedores trabajos de normalización de la calidad y estudios de marketing. Por tanto, el



esfuerzo tecnológico de los emprendedores es similar al de las nuevas empresas del ICO, pero es totalmente diferenciado del de las empresas avaladas.

Las principales diferencias entre las empresas consolidadas y nuevas provienen de las garantías exigidas por las entidades concesionarias. Por tanto, el potencial mayor riesgo de las nuevas empresas se trata de reducir a través de la presentación de garantías en vez de por el coste de la operación. Así, al 32% de las empresas consolidadas de SGR no se le exige garantías por parte de una entidad bancaria, pero si estas empresas son de reciente creación el porcentaje se reduce hasta el 13%. Este efecto también se produce en la muestra del ICO al liberar de garantías sólo al 58% de las nuevas empresas constituidas. Concretamente, se incrementan en ambas muestras las garantías de carácter personal y se reducen ligeramente las garantías hipotecarias, ya sean exigidas por la propia sociedad de garantía o la entidad bancaria.

## **6 Valoración de los sistemas públicos de apoyo a la financiación.**

Se preguntó a los beneficiarios de las ayudas por las ventajas e inconvenientes de las políticas de las que disfrutaron, así como que cuantificaran el servicio recibido. Concretamente, en lo relativo a la valoración del sistema por parte de los avalados a nivel nacional no se conocen trabajos específicos con este tratamiento, en particular basados en el conjunto de la población de empresas que disfrutaron de uno o más avales vivos en la fecha del estudio, pero sí es posible encontrar referencias a espacios geográficos más delimitados, como es el caso de la Comunidad Valenciana y de Andalucía (Alcalá, 2000), donde de una manera regional se describen los perfiles de los empresarios que acuden, así como la valoración que se realiza del propio sistema.

### **a) Ventajas e inconvenientes de los sistemas públicos de apoyo a la financiación.**

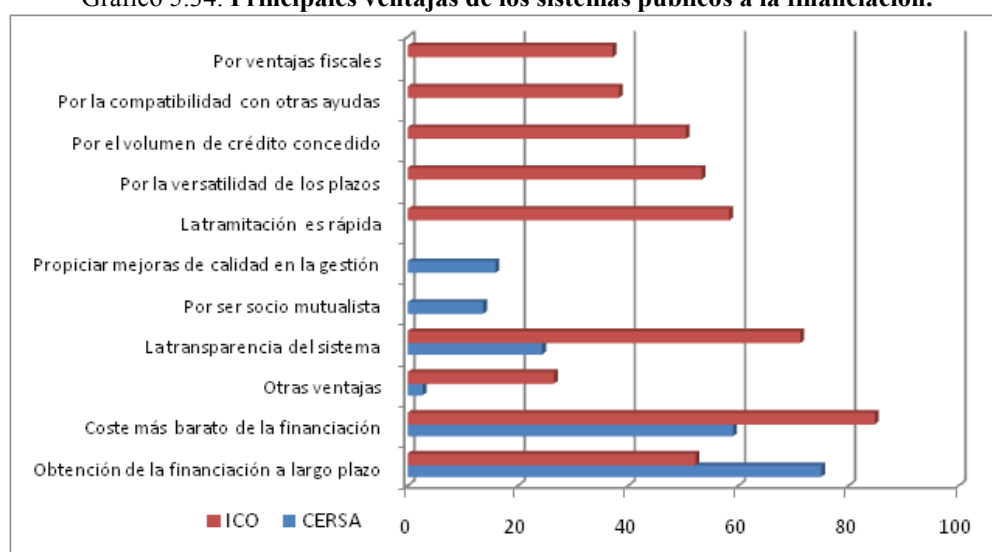
En el gráfico 5.34 se presentan las ventajas que los encuestados destacan de estos sistemas. Ambas muestras ponen énfasis en la capacidad de estos sistemas para obtener la financiación a largo plazo de una manera barata y transparente por ser ayudas fomentadas y promovidas por entidades públicas. Sin embargo, se aprecia como los empresarios que acuden al ICO lo hacen buscando en un 85% un coste más barato, mientras que tres de cada cuatro empresarios que recurren a avales lo hacen por necesidad de ampliar su proyecto empresarial a través de la financiación bancaria a largo plazo. Otra de la ventaja que se destaca es la transparencia en el funcionamiento de las ayudas, pero es en especial la Línea ICO la que mejor posicionamiento presenta en este argumento, así lo aprecia el 71% de sus beneficiarios frente al 24% de los avalados por SGR.

Por otra parte, los beneficiarios del ICO, además, señalan otras ventajas propias de la línea. La mitad de los encuestados señalan la rapidez con la que se gestiona las ayudas, la versatilidad en el plazo de amortización de la financiación concedida y el volumen de crédito que pueden solicitar, suficiente para llevar a cabo sus previsiones de negocio. A menor distancia, el 37% de los beneficiarios señalan la compatibilidad existente con otras ayudas de carácter público, así como las ventajas fiscales que

pueden obtener, ya sea a través de la deducción fiscal de gastos financieros en caso de que hayan elegido la modalidad de préstamo o con la deducibilidad de las cuotas pagadas por solicitar la ayuda en forma de *leasing*. Esta ventaja fiscal es significativa en el caso de las Pymes, ya que el legislador les permite deducirse a la hora de calcular el impuesto de sociedades, o su rendimiento de actividades económicas (caso de ser autónomos), hasta tres veces la amortización máxima fiscal de los inmovilizados adquiridos mediante arrendamiento financiero.

Las ventajas adicionales que manifiestan los clientes de las SGR son de carácter residual. Sólo son reseñadas por algo más del 15% de la muestra, y son por un lado la asociada a adquirir la condición de socio mutualista de la sociedad de garantía, así como propiciar mejoras de calidad en la gestión de la empresa.

Gráfico 5.34. Principales ventajas de los sistemas públicos a la financiación.



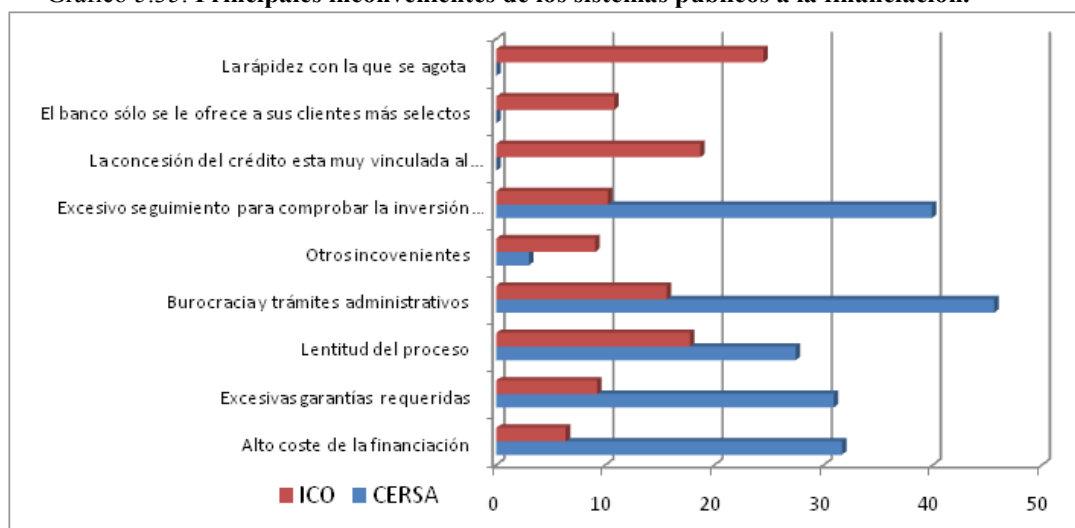
Fuente: Encuesta ICO, CERSA y elaboración propia.

En cuanto los inconvenientes de estos sistemas, existe coincidencia al señalar los mismos, aunque no con la misma intensidad. Así, la excesiva burocracia se sitúa como el principal obstáculo que encuentra el 46% de la muestra de CERSA y el 16% de la de ICO. Seguidamente, los empresarios muestran su descontento ante una de las funciones básicas del prestamista, que es la supervisión y el seguimiento de la operación para evitar que se destine a otras finalidades o el fraude. Esta información es relevante para el buen funcionamiento de las ayudas y así poder obtener un *feed-back* informativo que posibilite mejorar las ayudas concedidas. Pese a eso, el 40% de los avalados por SGR y el 10% de los beneficiarios del ICO lo señalan como un inconveniente. Para uno de cada tres empresarios que han obtenido un aval otros inconvenientes son: el alto coste de la financiación, el exceso de garantías que deben presentar para obtener el montante requerido y, en último lugar, la lentitud del proceso. Para la muestra del ICO el principal inconveniente es el extenso plazo de tiempo que transcurre para la concesión de la financiación (18% de los casos) y, con menor intensidad, los requerimientos realizados por la entidad bancaria y el elevado tipo de interés. La relación de inconvenientes puede verse en el gráfico 5.35.



Pese a las limitaciones de los sistemas citados anteriormente, la muestra del ICO argumenta tres inconvenientes adicionales. El que más les preocupa (a uno de cada cuatro) es la rapidez con la que se acaban los fondos dispuestos para esta línea, lo que es indicativo del alto poder de atracción que despierta esta línea entre los empresarios españoles. Este problema no se produce en los empresarios que acuden a una SGR, puesto que en cualquier momento del año se pueden realizar transacciones con ellos para obtener un aval, mientras que los recursos aportados por el ICO sólo están disponibles por un periodo de tiempo limitado y con unos volúmenes de financiación finitos. Así, en el año 2008 la campaña del ICO ha dispuesto de 7.000 millones de euros para sus distintas líneas que podrían solicitarse hasta el 31 de diciembre o hasta el momento en que se agoten. En segundo lugar, los usuarios del ICO manifiestan una situación que altera la finalidad de la línea, al encontrarse intermediada por la banca privada, que es la discrecionalidad con la que las entidades bancarias conceden estos recursos y, en especial, a sus clientes más selectos.

Gráfico 5.35. Principales inconvenientes de los sistemas públicos a la financiación.



Fuente: Encuesta ICO, CERSA y elaboración propia.

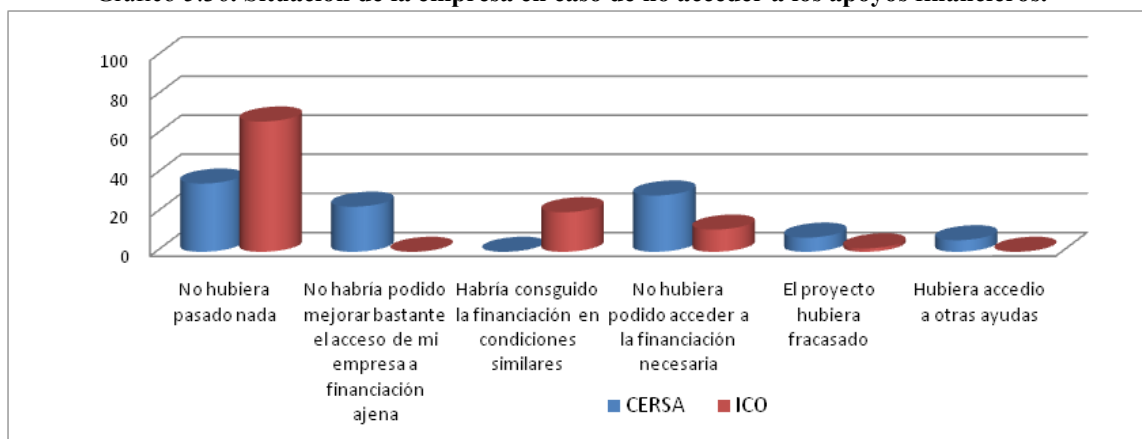
#### b) Situación de la empresa en caso de no obtener el apoyo financiero.

En el cuestionario se incluían una serie de preguntas de valoración sobre posibles escenarios en los que se podrían encontrar el empresario en caso de no haber obtenido los fondos del ICO o de la SGR. La sensación para dos de cada tres beneficiarios de la Línea ICO es que “no hubiera pasado nada”. Para los empresarios de CERSA esa valoración es más laxa, al sólo opinarlo uno de cada tres beneficiarios. No obstante, estas apreciaciones hay que relativizarlas respecto al resto de opciones contestadas, al considerar que durante el periodo en el que se realizó la encuesta la concesión de financiación era menos exigente que la actual como para limitar por completo el acceso a la financiación a largo plazo. En la actualidad, un entorno económico de recesión, hace suponer que la valoración del escenario por parte del empresario hubiera sido muy distinta.

Por el contrario, la última respuesta señalada, en cuanto a la frecuencia observada- apenas el 7,5% de CERSA y el 2% del ICO- es “el proyecto empresarial hubiera fracasado” (gráfico 5.36). Este

colectivo de empresarios que ha contestado afirmativamente será analizado más adelante, porque “a priori” supone el *target* en el que piensan las instituciones públicas al diseñar sus políticas de apoyo público, configuradas para favorecer a aquellos empresarios con mayores dificultades financieras. Entre estas dos afirmaciones extremas se encuentran varios escenarios mixtos. Las que valoran positivamente la existencia de la ayuda, pero no como algo esencial para el desarrollo del negocio, argumentan que sin ella no hubieran podido acceder a la financiación necesaria en la cuantía y los plazos necesarios, o no hubieran podido mejorar su financiación a largo plazo. Entre las respuestas cercanas al extremo de que no hubiera ocurrido nada, se encuentran la argumentada por los avalados de SGR, que afirman “*hubieran accedido a otras ayudas*” (6%) y la de los empresarios del ICO (uno de cada cinco), al manifestar que “*habrían conseguido la misma financiación en condiciones similares*”.

Gráfico 5.36. Situación de la empresa en caso de no acceder a los apoyos financieros.



Fuente: Encuesta ICO, CERSA y elaboración propia.

### c) Valoración del empresario de los sistemas públicos de apoyo a la financiación.

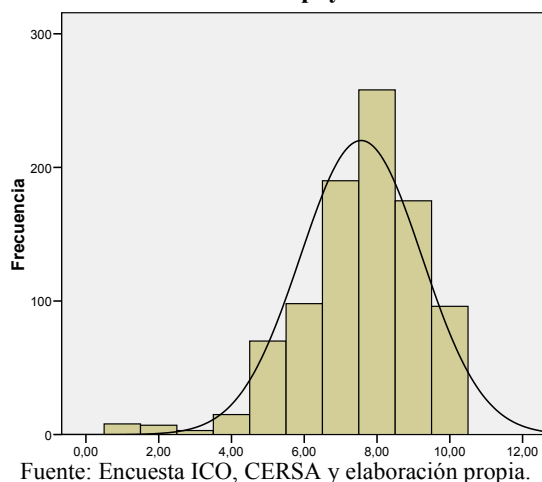
La información relativa a la valoración que el colectivo de empresarios encuestados hace tanto del sistema público de apoyo como de los servicios recibidos resulta fundamental como *feed-back* necesario para las entidades y administraciones encargadas de su gestión. Esta valoración, en consideración con las ventajas e inconvenientes señalados anteriormente, debe permitir la adopción de soluciones y corregir aquellos puntos débiles del sistema.

El promedio de la valoración de los empresarios que han recibido ayudas públicas a la financiación ha sido de notable (7,6 puntos sobre 10). La mayor frecuencia de respuestas se encuentra en el valor 8, con el 18,1% de los casos. Tan sólo el 3,6% de los beneficiarios “*suspenden*” la ayuda recibida. Según el tamaño empresarial, son las microempresas dirigidas por autónomos las que mejor valoración conceden a las ayudas recibidas, valorándolas con un 8,2. Sin embargo, los empresarios de ICO se muestran más satisfechos, valorando el servicio en un 7,9, frente al 7,1 otorgado por la muestra de CERSA. Apenas hay diferencias valorativas si se tiene en cuenta la dimensión

empresarial o la forma jurídica. El gráfico 5.37 muestra la distribución de las respuestas por tramos de notas.

Por otro lado, se les pidió que valorasen a los otros actores que intervienen en la operación. Los beneficiarios del ICO valoraron el servicio recibido de la entidad bancaria de la que recibieron el montante económico y los que han realizado operaciones con una SGR han valorado la labor realizada por la compañía española de Reafianzamiento. Sin embargo, dado que sólo el 15% de los empresarios avalados por una SGR conoce la existencia de esta empresa pública, encargada de reasegurar los riesgos asumidos por las propias SGR, no se proporciona la valoración dada de la misma por su escaso nivel de significación. Por su parte, la valoración obtenida de las entidades de crédito intermediarias en la Línea ICO es ligeramente superior a la otorgada a la propia línea, con una media de 8,05, siendo valorada por más de un 41% con más de 8. Esta mejor valoración se encuentra asociada a la mayor relación que el beneficiario tiene con la entidad bancaria, que supone, en ocasiones, el único contacto con el ICO, ya que como se indicó en el apartado anterior, la banca privada ofrece este producto entre sus clientes, los cuales pueden percibirlo como algo exógeno al ICO.

Gráfico 5.37. Valoración de los apoyos financieros recibidos.



Aunque la calificación viene determinada por el servicio recibido, cuando se examina la nota media otorgada a las propias SGR y el coste del aval o de la financiación bancaria se aprecia que este último supone un elemento de gran peso. Según la muestra de CERSA, las sociedades de garantía que cuentan con mejor valoración son las que presentan un coste del aval más bajo, mientras que las de mayor coste presentan peores valoraciones (en especial la asturiana *Sonagar* y la madrileña *Aval Madrid*). Por su parte, esta correlación no se produce en las entidades de crédito que intermedian la línea ICO. Apenas es posible detectar diferencias entre las grandes entidades bancarias (BBVA, Banco Popular, etc.) y el resto de instituciones. Es destacable la baja valoración que reciben las cajas de ahorro. El cuadro 5.6 presenta la distribución de la valoración por entidad y por el coste de la operación.

Cuadro 5.6. Relación entre el coste de la financiación y valoración otorgada por beneficiarios.

Sociedad de Garantía Recíproca	Nota Media	Coste del aval	Entidad bancaria	Nota Media	Coste (*)
	(Sobre 10)	(En %)		(Sobre 10)	(En %)
Elkargi	7,677	0,8706	Caja Rural	8,499	4,200
Aval Unión	7,444	0,9283	Herrero Sabadell	8,400	4,545
Iber aval	7,340	1,0354	Caja Duero	8,400	5,000
Afigal	7,286	1,4643	La Caixa	8,229	4,043
Undemur	7,146	1,0271	Banesto	8,211	3,933
SGR Cdad. Valenciana	6,981	1,328	BBVA	8,130	5,821
ISBA	6,813	1,5313	Otros bancos	8,050	4,182
Otras	6,746	2,6549	BSCH	8,014	4,438
Aval Madrid	6,741	1,2215	Banco Popular	8,000	4,417
Sonagar	5,857	2,1571	Otras Cajas	7,587	4,263
<b>Total muestra</b>	<b>7,105</b>	<b>1,875</b>	<b>Total muestra</b>	<b>8,048</b>	<b>4,280</b>

(\*) Sobre la muestra de encuestados que sí conocían el coste de la financiación Fuente: Encuesta ICO, CERSA.

#### d) Acceso y valoración de otros apoyos públicos.

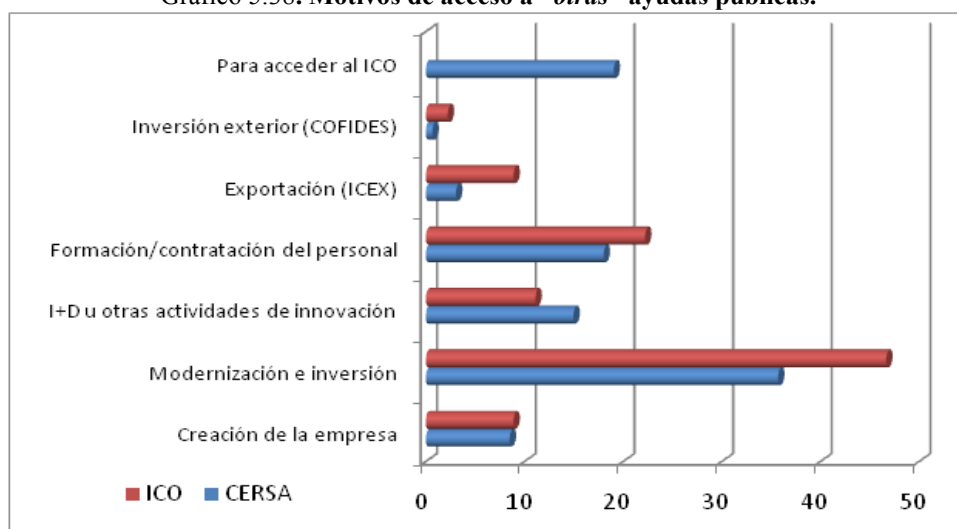
Se explora, también, sobre el grado de concurrencia de los empresarios a otras ayudas públicas. El 45% de las empresas de CERSA han acudido a otras ayudas, entre ellas las de ICO. El valor de estas ayudas complementarias se sitúa en torno al 12% de los fondos propios de la sociedad. Es importante la vinculación existente entre estos dos programas de financiamiento, ya que si un empresario acude al ICO con un aval de una SGR es bonificado en el tipo de interés. Esta bonificación del 0,75% del coste del aval sólo se produce en caso de acceder a línea específica de emprendedores desde el año 2008. Por su parte, solo el 15% de los beneficiarios del ICO han acudido a otras ayudas -el importe medio de la ayuda se eleva a 90.000€-. En este caso, se incorporan la valoración de la muestra de emprendedores, a efectos de conocer si las empresas de reciente creación acuden a incentivos públicos que les permitan despegar en su andadura empresarial. Sólo el 8,3% de los encuestados afirman haber recibido financiación de programas públicos de apoyo financiero. Para los que sí han podido acceder, estos apoyos suponen el 18% del total de sus fondos propios.

El destino de las ayudas ha sido mayoritariamente para la modernización e inversión productiva, aunque con mayor intensidad en el caso de la muestra de CERSA, en donde uno de cada cuatro empresarios afirma haber recibido estas ayudas. Seguidamente, el 13% de los empresarios de CERSA y el 4% de los de ICO han recibido ayudas para la contratación o formación del personal. El resto de ayudas recibidas (creación de la empresa, fomento de la exportación y la inversión exterior) fueron de manera más residual, apenas recibidas por menos del 2% de los beneficiarios del ICO y menos del 6% de la muestra de CERSA. Estos destinos se basan en el propio fundamento con el que se conciben la ayuda pública específica (Martín y Sáez, 2001:167-169). En el gráfico 5.38 puede apreciarse la intensidad con la que acuden los empresarios del ICO y CERSA a otras ayudas públicas.

Sin embargo, son destacables dos aspectos dentro de la muestra de CERSA. En primer lugar, señalar que un 11% de estas empresas han obtenido ayudas para la realización de actividades de I+D u otras

actividades de innovación conexas a la I+D. Este énfasis en este tipo de actividad podría venir justificado por la mayor antigüedad de las empresas que forman esta muestra respecto a la relativa juventud de las otras dos muestras. En segundo lugar, por el elevado grado de concurrencia con la Línea Pyme del ICO. Un 30% de los empresarios que cuentan con un aval de una SGR poseen además fuentes procedentes del ICO en estos últimos tres años. Aún así, el 55,2% de los avalados por una SGR ha disfrutado en algún momento desde la creación de su empresa de fondos aportados por el ICO, mientras que sólo un 13,3% afirman no conocer esta línea. La valoración del servicio recibido por la línea ICO, considerando sólo las respuestas de aquellos que en el momento de la encuesta disfrutaban de esta ayuda es de 7,14, superior a la valoración otorgada al servicio prestado por su propia SGR (7,09).

Gráfico 5.38. **Motivos de acceso a “otras” ayudas públicas.**



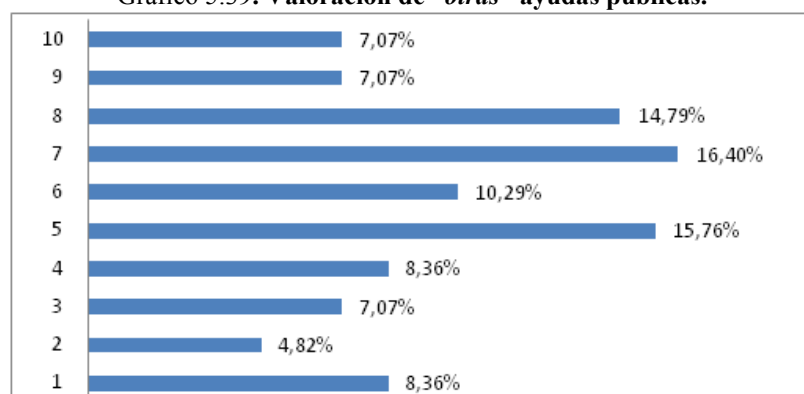
Fuente: Encuesta ICO, CERSA y elaboración propia.

A estos empresarios que han obtenido ambas fuentes de financiación se les ha denominado en capítulos anteriores como “*CRUCE*”. La edad media de este tipo de empresario es de 48 años, de sexo masculino y con estudios primarios. Sus empresas, de tamaño pequeño, se encuentran en la Comunidad Valenciana y País Vasco y se dedican al sector manufacturero tradicional. El hecho de necesitar un mayor volumen de apoyos financieros para desarrollar su actividad podría llevar aparejado un menor capacidad para hacer frente a sus obligaciones de pago y, por tanto, un mayor riesgo de impago, pero, sin embargo, los mayores requisitos y condiciones exigidas por las entidades públicas para el otorgamiento de las ayudas beneficia a este tipo de entidad, tanto en términos de coste financiero como en presentación de garantías complementarias. Así, el coste de la operación se sitúa en un 1.1%, más bajo que la media, y a uno de cada tres no les exigen garantías adicionales a las de la SGR. Paradójicamente, el 41% de esta sub-muestra afirma que de no haber obtenido estas fuentes de financiación no le hubiera afectado nada al desarrollo de su actividad.

La valoración que se concede a estas ayudas difiere según la muestra encuestada, pero, en todo caso, es menor que la otorgada a sus principales fuentes de apoyo financiero. Los empresarios avalados les

conceden un 6,06, similar a los del ICO con un 6,63, siendo destacable el caso de la muestra de emprendedores. Aunque el 10% de los emprendedores obtiene ayudas de carácter público, estos no se muestran en nada satisfechos con el servicio o la financiación recibida, al valorar estas ayudas con un bajo 3,6. Esta opinión supone un punto débil a considerar por las administraciones públicas, dado que su potencial público objetivo apenas valora los apoyos recibidos, por las inconvenientes que detectan en ellas o por el escaso acceso que tienen a las mismas. Otra peculiaridad de esta muestra es la existencia de una dicotomía en las valoraciones, concentrándose en los extremos. Esta situación supone la atomización en el diseño de los programas públicos que son beneficiosos para un determinado perfil de empresa/empresario, pero nada eficaz en otros. En el gráfico 5.39 se presenta la distribución de las notas consignadas a estas ayudas.

Gráfico 5.39. Valoración de “otras” ayudas públicas.



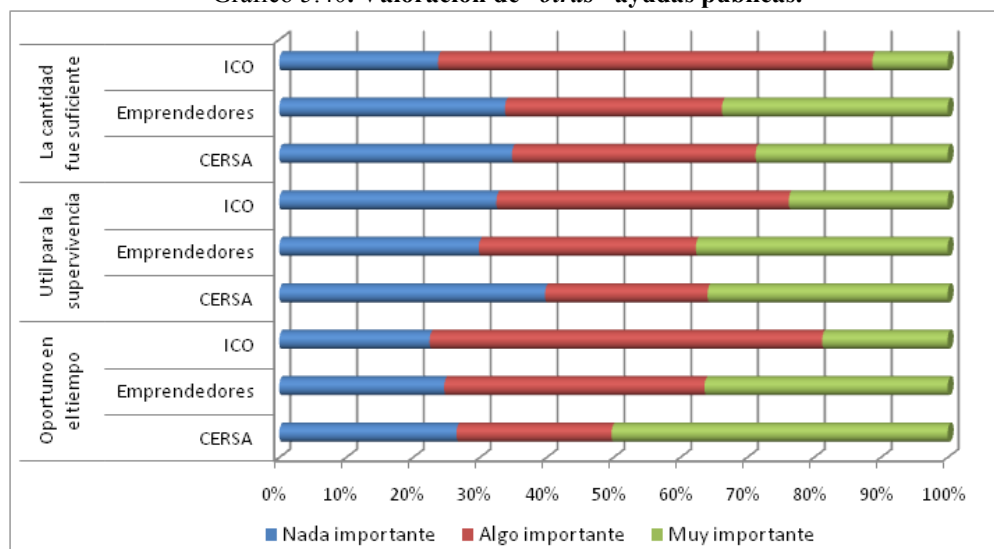
Fuente: Encuesta emprendedores y elaboración propia.

A los encuestados que habían recibido ayudas públicas se les solicitó que valorasen la ayuda recibida en términos de cantidad, utilidad y relevancia en el tiempo de los fondos obtenidos (gráfico 5.40). Uno de cada tres empresarios de una SGR que obtuvieron ayudas públicas distintas de un aval, valoran que tanto la utilidad como la cantidad de la ayuda recibida es insuficiente, o poco satisfactoria, estando sólo de acuerdo con el grado de oportunidad. Más del 50% de los avalados considera que existe una alta adecuación temporal de la ayuda. Para los beneficiarios del ICO la valoración de estos tres ítems sigue una pauta similar a la de CERSA, pero con una mayor indiferencia respecto las opciones planteadas. Finalmente, la muestra de emprendedores que han obtenido alguna ayuda financiera (incluida la propia del ICO o avales de una SGR) son los que valoran de forma más positiva la cantidad recibida y su correcta utilidad. Este mayor grado de conformidad con las características de la ayuda recibida puede venir explicado por ser esta ayuda la única vía de apoyo institucional que han encontrado, a diferencia de las otras muestras que les conceden una importancia relativa menor al no ser la única vía de apoyo.

Si se les pregunta a los encuestados sobre sus expectativas de futuro respecto las ayudas públicas de apoyo financiero, la respuesta que obtuvo una mayor frecuencia es que estas “deberían de ampliarse”, seguida de la respuesta similar de que “deberían mantenerse”. El gráfico 5.41 presenta la distribución de las respuestas obtenidas. Las expectativas que se poseen respecto al futuro es que

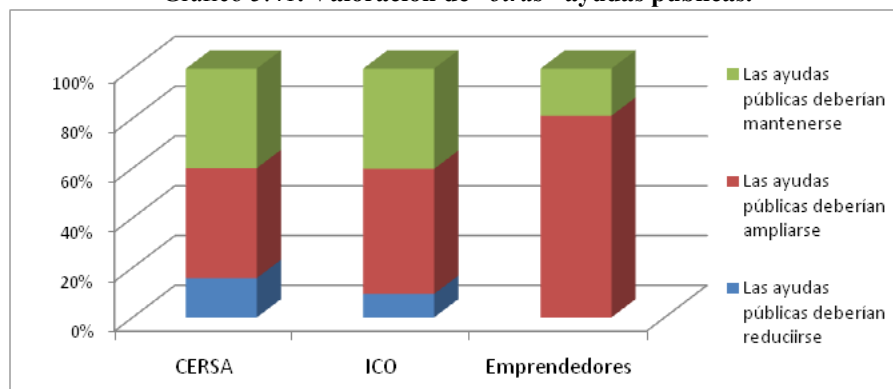
los apoyos deberían ampliarse, especialmente en una etapa de recesión. Estos resultados evidencian una preocupación por los empresarios ante la insuficiencia de ayudas que perciben o la incapacidad de las mismas para cubrir las necesidades específicas de cada empresario. Sin embargo, en la muestra también se encuentra empresarios que piensan que las ayudas deberían reducirse (15,9% en CERSA y 9,4% en ICO).

Gráfico 5.40. Valoración de “otras” ayudas públicas.



Fuente: Encuesta ICO, CERSA, emprendedores y elaboración propia.

Gráfico 5.41. Valoración de “otras” ayudas públicas.



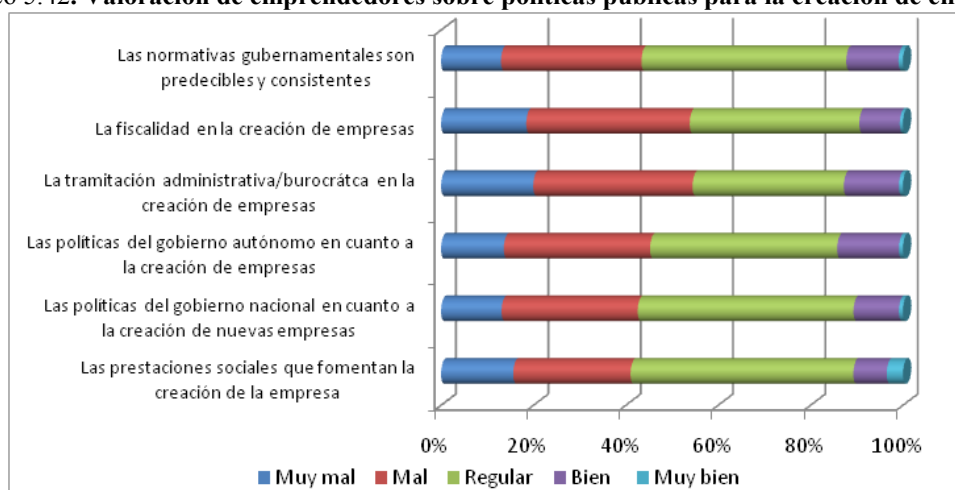
Fuente: Encuesta ICO, CERSA, emprendedores y elaboración propia.

Estos empresarios demuestran un comportamiento razonable y consideran que las ayudas deberían ir desapareciendo a medida que la empresa empieza a adquirir mayor independencia financiera, destinándose en un futuro a los proyectos que presenten un mayor riesgo, tales como nuevas empresas, sociedades de compromiso tecnológico, emprendimientos de inmigrantes, etc. De esta forma, se conseguirían los objetivos fundamentales de las políticas de apoyo a las empresas verdaderamente necesitadas y durante un plazo temporal que realmente sea suficiente para ayudarlas a salir de una situación de incertidumbre. Sin embargo, destaca que ningún empresario de la muestra de emprendedores cree que deben reducirse las ayudas, sino todo lo contrario, mayoritariamente creen que estas son insuficientes y deben aumentarse. Sin embargo, pese a estas peticiones, es

importante que el legislador establezca una definición concreta de la ayuda y del perfil del empresario que puede acceder a ellas, porque el hecho de no establecer adecuadamente esta definición puede producir una duplicidad de los fondos aportados.

Profundizando en las valoraciones de la muestra de emprendedores, con independencia de que hubieran recibido o no alguna ayuda pública, se les pidió que valorasen según una escala Likert de 1 a 5 (de muy mal a muy bien) su percepción sobre las mismas (gráfico 5.42). En términos medios no resultan demasiado bien valoradas. Dos de cada cinco empresarios las valoran negativamente. De entre las posibles respuestas que tenían para elegir la peor valorada de todas es la relacionada con la tramitación burocrática y las excesivas exigencias administrativas para la creación de la empresa. En el año 2007 para evitar al empresario tantos trámites en ubicaciones distintas (registro mercantil, delegaciones de hacienda, organismos de la seguridad social, etc.) el gobierno ha creado, dentro de las iniciativas de apoyo para la creación de empresas, la denominada “*ventanilla única empresarial*” ([www.060.es](http://www.060.es)) que centraliza la mayor parte de las gestiones administrativas. Seguidamente, valorada también negativamente se encuentra la fiscalidad existente en la creación de empresas. Los empresarios se encuentran con una importante presión fiscal al comienzo de su actividad, justo cuando los ingresos que se esperan obtener son relativamente pequeños. Fiscalmente se han regulado incentivos fiscales en materia del IVA (permitiendo una única regularización de cuotas soportados al finalizar los cuatro primeros años desde el inicio de la actividad) y del impuesto de sociedades (permitiendo la integración de las bases negativas de los primeros años de actividad en las liquidaciones presentadas durante los primeros cinco años).

Gráfico 5.42. Valoración de emprendedores sobre políticas públicas para la creación de empresas.



Fuente: Encuesta emprendedores y elaboración propia.

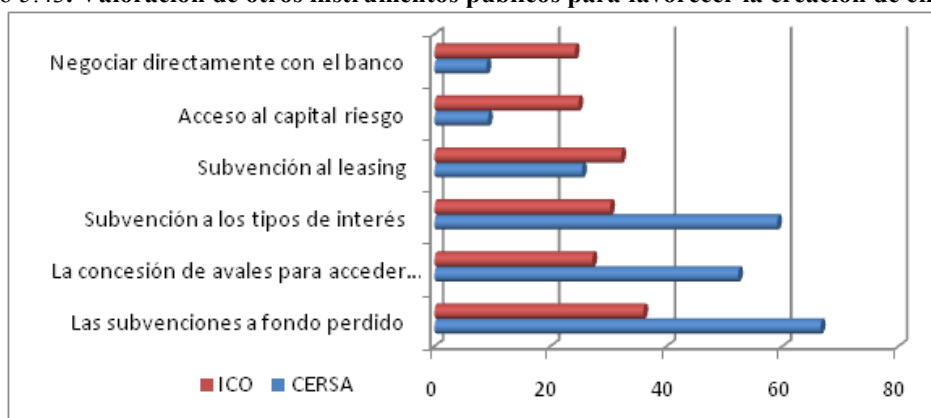
Finalmente, los empresarios apenas muestran diferencias en su valoración si la ayuda procede del gobierno o de las comunidades autónomas o locales. Estas valoraciones negativas pueden estar relacionadas con el propio desconocimiento de los empresarios del conjunto de ayudas públicas que las administraciones ponen a su disposición, tal como se contrastó en la forma de conocimiento de



ICO o de las SGR en donde su presencia en los medios de comunicación apenas era percibida por los usuarios.

Preguntados por el apoyo financiero que consideran más eficaz y rentable (gráfico 5.43), los encuestados eligieron mayoritariamente la subvención a fondo perdido (66% de CERSA y 36% de ICO). Si la subvención se considera de carácter no reintegrable podría cuestionarse la eficacia de la misma, porque en este caso no se estaría exigiendo ningún tipo de contraprestación a los beneficiarios como expresión de las posibles mejoras alcanzadas. En segundo lugar se encuentra como alternativa la subvención a los tipos de interés. La tercera opción difiere si analizamos los resultados por muestras. Para los avalados por SGR es la obtención de avales, mientras que para los beneficiarios del ICO es la subvención a la fórmula del *leasing*. Estas respuestas son fruto del sesgo definidor de las muestras encuestadas. A distancia de las frecuencias anteriores se encuentra el acceso al capital riesgo o los préstamos participativos, este es más valorado por los empresarios del ICO, un 25% de las empresas, debido a la relativa juventud de las empresas que conforman esa muestra. Finalmente, apenas un 9% de los empresarios de CERSA señalan que no les parece importante ninguno de los sistemas anteriores, por lo que prefieren negociar directamente con el banco. Para los encuestados de ICO la respuesta se produce en uno de cada cuatro encuestados, en parte, por la propia labor de intermediación que juegan los bancos en esta línea, en la que en ocasiones el cliente no sabe que los fondos proceden de este sistema y creen que es un producto más de la entidad bancaria.

Gráfico 5.43. Valoración de otros instrumentos públicos para favorecer la creación de empresas.



Fuente: Encuesta ICO, CERSA y elaboración propia.

## 7. Políticas de crecimiento y factores de éxito/fracaso encontrados.

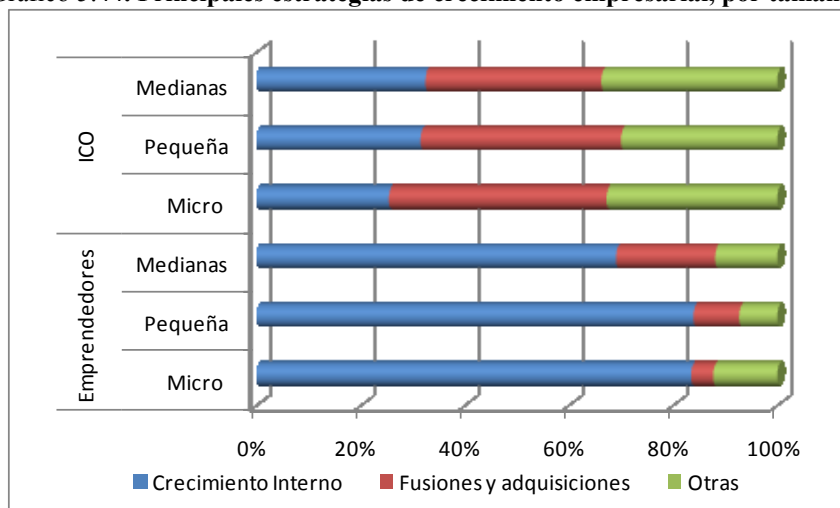
### a) Estrategias de crecimiento para el futuro.

En este apartado se describen las estrategias de crecimiento de la empresa, en especial las que tienen previsto realizar a largo plazo como forma de incrementar la probabilidad de consolidación y supervivencia de la empresa (sólo se hace referencia a los datos de la muestra de emprendedores y ICO, por ser las únicas que contenían este bloque específico). Un primer resultado muestra que el 86,2% de los emprendedores tienen en mayor medida el diseño y establecimiento de políticas de

crecimiento a futuro frente al 26% de los empresarios del ICO. Aunque estas políticas aún no se hayan planteado, los responsables de las empresas manifiestan su preferencia por algunas modalidades de crecimiento frente a otras (gráfico 5.44).

Los empresarios del ICO muestran un mayor compromiso con estrategias de crecimiento basadas en relaciones con otras empresas, ya sea en términos de adquisición/fusión con otras empresas (44,32%) o a través de la búsqueda de alianzas - *joint-venture* o actividades de *outsourcing* - y establecimiento de políticas comerciales de larga duración con clientes y proveedores (22,7%). Por su parte, sólo el 32,9% deciden desarrollar políticas centradas en el interior de la empresa mediante la mejora de las instalaciones o incorporación de innovaciones al proceso productivo (de las cuales el 67% destinaría a incrementar la actual planta/instalación productiva, el 26% orientaría la política a diversificar el negocio en otras ubicaciones dentro de España y el 7% restante decidirá expandirse a nivel internacional). La forma en la que prevén financiar este crecimiento es a través de la financiación bancaria a largo plazo (15%) y la renovación de la actual ayuda del ICO que disfrutaban (14%). Sólo el 9% de los empresarios pretende asumir ese crecimiento a través de las aportaciones de sus socios al capital social. El resto de empresarios opta por otras medidas tales como: el incremento del periodo medio de pago a proveedores y disminuyendo el de cobro a los clientes, obtener préstamos participativos, ampliar el capital dando entrada a nuevos socios, acudir a sociedades de capital riesgo y otras formas.

Gráfico 5.44. Principales estrategias de crecimiento empresarial, por tamaños.



Fuente: Encuesta ICO y elaboración propia.

La situación contraria se produce en la muestra de emprendedores donde las políticas de crecimiento se orientan mayoritariamente al crecimiento interno (82,45%) y en menor medida a la búsqueda de sinergias positivas con otras en procesos de fusión/adquisición de empresas (7,3%) u “otras” formas de crecimiento (10,26%) tales como la búsqueda de nuevas fuentes de financiación externa, la apertura de nuevos establecimientos comerciales, desarrollo de nuevos productos o la internacionalización del negocio. Por tamaños se encuentran diferencias significativas en la muestra

de emprendedores. A mayor tamaño más importancia se les concede a las combinaciones de negocios. La complejidad de este tipo de proceso hace que las micro y pequeñas empresas se oriente en mayor medida a buscar el crecimiento de forma interna y en caso de buscar el crecimiento exterior prefieren fórmulas temporales, que no afecten a la estructura de control de la empresa, tales como alianzas estratégicas o subcontratación de actividades que no supongan el “*core-business*” de la empresa, es decir, las que no generen valor añadido a la empresa.

Por tanto, las diferencias que manifiestan ambas muestras podrían venir explicado por tres factores:

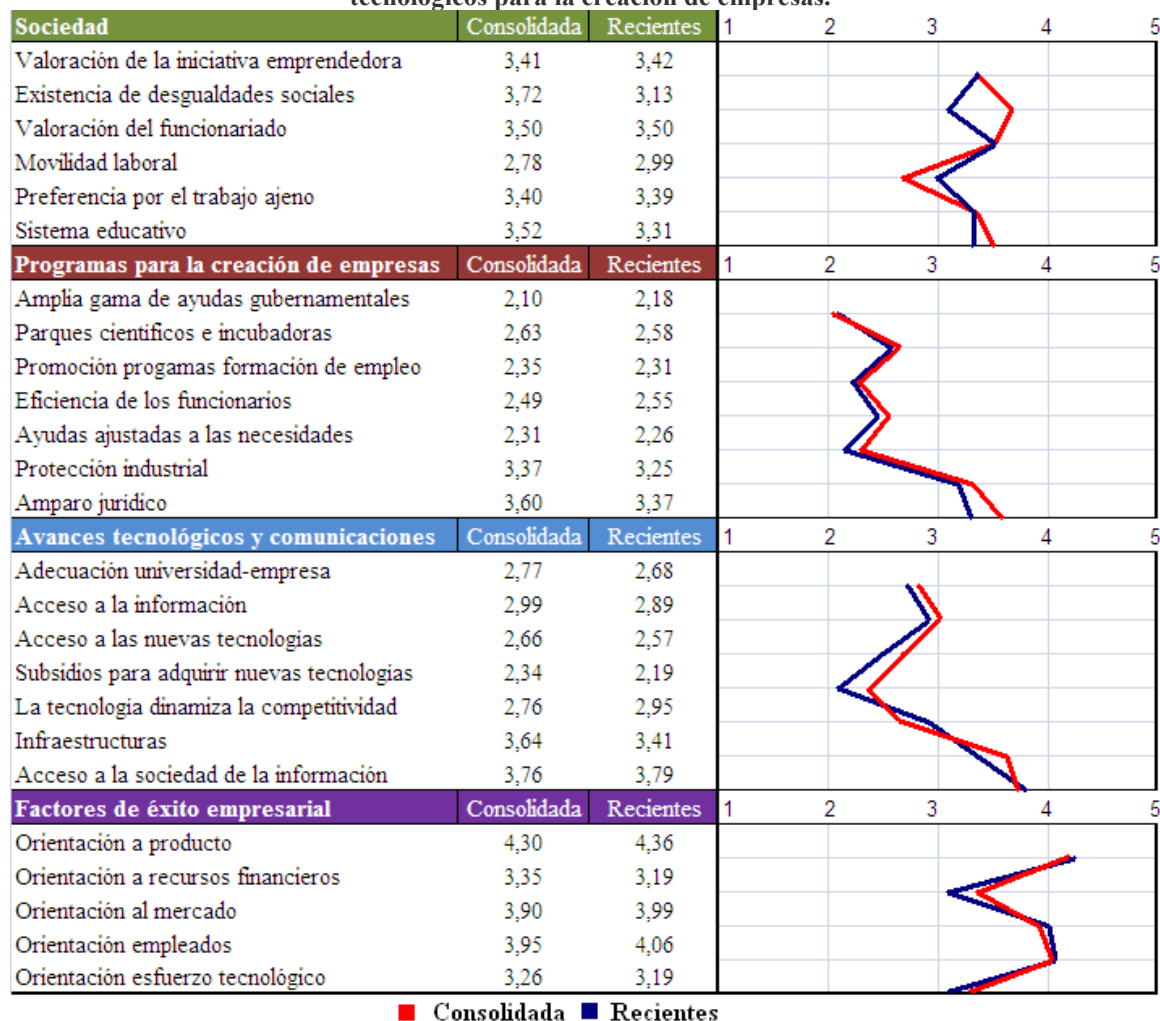
1. La relativa juventud de las empresas de ICO hace suponer que cuenten con unas instalaciones y unas capacidades internas relativamente modernas, por lo que *a priori* no necesitarían mejorar sus equipos y buscarían el crecimiento en el exterior.
2. El entorno de desaceleración económica en el que se desarrollo la encuesta de ICO obliga a buscar otro tipo de estrategias de crecimiento de corte más defensivas.
3. La propia existencia de las ayudas públicas. Como se analizó en el apartado relativo a la utilización de los apoyos, las empresas beneficiarias destinan los recursos que obtienen a incrementar su capacidad productiva (dimensión interna). Sin embargo, las empresas que no cuentan con estos recursos, la mayor parte de los emprendedores, tienen que orientar sus políticas de crecimiento a mejorar sus instalaciones y procesos para garantizar su capacidad de competencia.

#### **b) Factores de éxito y fracaso detectados.**

En cada uno de los cuestionarios se incluía una serie de preguntas destinadas a recabar la valoración del empresario sobre los principales factores de éxito o fracaso que encuentran en el entorno económico y social en que la empresa interactúa. No debe olvidarse que la empresa es un agente más de la sociedad (empresa ciudadana) y que las estrategias que implemente tendrán influencia no sólo en las personas que trabajan en ellas sino en todas las que están en su alrededor, de la misma manera que la educación, las normas legales y la sociedad inciden positiva o negativamente en el desarrollo de la propia empresa (Argandoña, 2008). Concretamente, las respuestas se agrupan en tres bloques homogéneos: sociedad, apoyos gubernamentales y programas de apoyo para la creación de empresas y avances tecnológicos/ comunicaciones. Estas opiniones recogen una valoración del espíritu emprendedor en España, por lo que las respuestas proceden en su mayoría de la encuesta dirigida a emprendedores, y sólo para algunas valoraciones concretas se tienen resultados del resto de muestras (ICO y CERSA).

En el cuadro 5.45 se presenta para cada uno de los bloques temáticos la media sobre la valoración otorgada a cada variable (medidos a través de una escala Likert, con valores de 1 – *muy mal o nada importante* - a 5 – *muy bien o muy importante*-). Los resultados describen dos perfiles, uno para las empresas consolidadas y otro para las empresas de nueva constitución.

Gráfico 5.45. Valoración sobre la contribución de los factores sociales, programas públicos y avances tecnológicos para la creación de empresas.



Fuente: Encuesta emprendedores y elaboración propia.

### b.1 Sociedad.

Las empresas de reciente creación y las consolidadas coinciden al remarcar la importancia que la sociedad concede a la actividad emprendedora, en especial a la iniciativa personal y a la capacidad de decisión. Sin embargo, pese al potencial reconocimiento social, los empresarios son conscientes de que los riesgos y la incertidumbre asociada a esta decisión influye de forma determinante para decantarse por el trabajo por cuenta ajena, en especial en empresas ya establecidas, aunque no consideran que la movilidad laboral y la facilidad de cambiar de ocupación sea un factor determinante para tomar la decisión de entrar al mercado laboral.

Además, opinan que la sociedad anima a los jóvenes a opositar para ser funcionarios, en vez de montar su propio negocio, como forma de alcanzar la estabilidad económica, la seguridad laboral y minimizar los riesgos de un posible fracaso empresarial. Como se apuntó en el apartado 4.a, relativo a las causas del fracaso empresarial, el rechazo social que provoca el miedo al fracaso exige un cambio en la escala de valores de la sociedad española, que sólo valora a aquellos que alcanzan el éxito. Paulatinamente se está produciendo una reorientación hacia el respeto a esta situación y la

propia consideración del riesgo. Aún así, todavía estamos lejos de los valores de otras sociedad más desarrolladas empresarialmente como Estados Unidos, en donde la propia sociedad es la que impulse al empresario en caso de sufrir experiencias empresariales fallidas y son valoradas positivamente por los mayores conocimientos que le reporta para volver a iniciar una nueva andadura empresarial.

Estas valoraciones recogen que la actual sociedad y en especial su sistema educativo no se encuentran lo suficientemente desarrollados para estimular la actividad emprendedora y la creación de empresas. Resulta necesario potenciar la figura del empresario como ente creador de riqueza para la sociedad, en términos de empleo y cohesión social, y también de bienestar personal –a través de la renta que obtiene- en todos los ámbitos del sistema educativo, desde la educación básica hasta la universidad. No obstante, destaca como los nuevos empresarios, más expuestos a las sucesivas reformas en el sistema educativo, valoran de forma más negativa la contribución de la educación a fomentar el espíritu emprendedor.

### **b. 2. Programas para la creación de empresas.**

En relación a las actuaciones gubernamentales y los programas de apoyo a la creación de empresas las valoraciones no son demasiado optimistas. Los emprendedores consideran que aún son pocas las ayudas que desde las administraciones (estatales) se proporciona para promover la creación de empresa. Además, manifiestan que la gama de las ayudas es bastante reducida y la dificultad para obtener las mismas de una sola organización pública. Relativamente superior es la valoración que se concede a los parques científicos e incubadoras de empresas como apoyo efectivo para la creación de nuevas empresas. Apenas alcanza el aprobado la valoración que se concede a los funcionarios de las instituciones públicas encargados del área de apoyo a la creación de empresas en términos de competitividad y eficiencia. También consideran que las ayudas públicas que se ofrecen son estandarizadas y no se ajustan a las necesidades concretas de los momentos constitutivos. Por el contrario, la valoración si resulta favorable cuando se considera los esfuerzos y los mecanismos que las entidades públicas adoptan para garantizar y proteger los derechos de la propiedad industrial y/o intelectual así como el amparo jurídico y mercantil. Sin embargo, en términos generales las empresas de reciente creación perciben una menor protección por las instituciones.

### **b.3 Avances tecnológicos y comunicaciones.**

En relación con la valoración que los empresarios hacen de la transferencia tecnológica y de conocimientos destaca la mala concepción que existe desde el ámbito empresarial hacia el universitario, al considerar que los conocimientos de las nuevas tecnologías no se enseñan adecuadamente en universidades y centros de fomento del espíritu empresarial. Esto supone un coste adicional para los empresarios que tienen que formar a sus trabajadores en el manejo de las nuevas incorporaciones tecnológicas tanto en el proceso productivo como comercial. La reforma del sistema

universitario español de adaptación al espacio europeo de educación, conocido como proceso de Bolonia, tratará de reforzar esta petición del ámbito empresarial por adaptar las materias a las nuevas necesidades que se exigen en el desempeño profesional y laboral.

Por otra parte, al preguntar a los empresarios si las empresas de reciente creación tienen el mismo acceso a la información y las nuevas tecnologías que las establecidas apenas existen diferencias de valoración entre las consolidadas y las nuevas empresas al considerar que no es un factor significativo para acometer el negocio empresarial. Sin embargo, aunque no se considera un aspecto esencial, los emprendedores, concretamente los de reciente creación, manifiestan su malestar con las actuaciones de las administraciones públicas por la falta de subsidios suficientes y ayudas para la adquisición e incorporación de las nuevas tecnologías de la información/comunicación a la empresa. Estos aspectos deben ser reforzados para asegurar e incrementar la supervivencia de las nuevas empresas, al posibilitar la disposición de recursos tecnológicos e infraestructuras adecuadas la constitución de empresas tecnológicamente competitivas, no sólo localmente sino en términos globales. Estas valoraciones se reafirman por el alto grado de acuerdo que los empresarios manifiestan (3,79 puntos de media) con la expresión: *“tener buena comunicación y tecnología favorece el acceso a la financiación”*. En efecto, una empresa con las últimas incorporaciones a nivel tecnológico se presume que alcanzará una mayor productividad y una gestión más eficiente de sus recursos, por lo que transmite una señal positiva sobre el crecimiento de la empresa al mercado, en especial a las entidades financieras, que le faciliten la consecución de crédito bancario.

#### **b.4 Orientación de la empresa.**

Finalmente se les preguntó a los emprendedores sobre los principales factores que consideraban decisivos para la supervivencia de la empresa en sus momentos iniciales y que han marcado la orientación de la empresa hacia el crecimiento futuro. El factor más importante (con una valoración de 4,3 puntos sobre un total de 5) es el esfuerzo por ofrecer al mercado un producto o servicio adaptado a las necesidades de nuestra demanda unido a las expectativas del desarrollo y expansión del mercado en el que la empresa actúa (3,9 puntos de media). De igual forma, se le concede la misma importancia a la orientación que la empresa tome con sus empleados. La disposición de una buena cultura empresarial, un buen clima laboral y la ausencia de conflictos entre los socios se valoran como esenciales en los momentos más difíciles de toda empresa. Por el contrario, los factores que menos han influido en la supervivencia de la empresa son el esfuerzo tecnológico realizado en innovación de productos o procesos y la disposición de los recursos financieros recibidos (3,35 y 3,19 puntos para consolidadas y empresas de nueva creación, respectivamente). Esta última valoración está en concordancia con las opiniones manifestadas en los apartados anteriores sobre el impacto de los avances tecnológicos y los programas para la creación de empresas.

A la muestra de empresas que han recibido algún tipo de apoyo público también se les incluyó en su cuestionario preguntas relativas a la valoración de los factores que consideraran esenciales para garantizar el éxito y la supervivencia de la empresa. Para los empresarios avalados por una SGR un producto adecuado a las necesidades sigue siendo el elemento esencial que garantiza la supervivencia empresarial (81,8%) unido a la dedicación y constancia en el trabajo (87,5%), mientras que la disposición de los recursos financieros necesarios (65,5%) y una buena cultura empresarial (61,8%) se consideran menos importantes. Por su parte, los empresarios que han recibido apoyos del ICO manifiestan una escasa importancia por el establecimiento de una cultura empresarial /organizativa (sólo considerada por el 34% de los beneficiarios) en pro del desarrollo de aspectos comerciales y financieros de la empresa. De igual manera, apenas valoran la disposición de redes de comunicación y tecnología como elementos favorecedores de acceso a la financiación (sólo el 38,4% lo consideran totalmente importante).

La conclusión principal que se desprende de estas valoraciones es la falta de posicionamiento que las ayudas suministradas por las instituciones públicas tienen en las valoraciones del empresariado español y el impacto que esta falta de recursos provoca en las actividades de innovación y creatividad. Concretamente, el último apartado del capítulo se destina a profundizar en el análisis del comportamiento de los empresarios de reciente creación frente a las necesidades de financiación.

## **8 Actitud hacia la financiación de los emprendedores de reciente creación.**

Una vez descrito el perfil de empresarios beneficiarios de apoyos públicos a la financiación, se dedica un apartado final que analiza el perfil, el comportamiento financiero y la actitud hacia los apoyos públicos de la muestra de emprendedores de reciente creación. Para la realización de este análisis se propone la siguiente secuencia metodológica, con el fin de que los resultados que se obtengan permitan la obtención de conclusiones y recomendaciones útiles para la mejora de las políticas de apoyo financiero para los nuevos emprendedores: en primer lugar, un análisis de componentes en que permita obtener los principales factores explicativos de la *performance* de la actividad emprendedora reciente, en segundo lugar, un análisis clúster que permita agrupar a los diferentes empresarios en función de los factores obtenidos y, en tercer lugar, un análisis de comportamientos de las decisiones financieras de los grupos creados, en especial, aquellos emprendedores que hayan iniciado la actividad empresarial por detectar oportunidades en el mercado y desarrollen estrategias comprometidas con la innovación y el desarrollo de nuevos productos y procesos, en la línea del empresario “*creativo*” descrito por Schumpeter.

### **8.1. Componentes principales de la actividad de los emprendedores de reciente creación.**

Para descubrir cuáles son los principales motivos que determinan que una persona tome la decisión de convertirse en empresario, se incluye en el cuestionario un catálogo de preguntas relativas a variables motivacionales, claves para la supervivencia del proyecto empresarial y valoración de las políticas públicas. Además se emplean las variables ya estudiadas sobre las características del propio



empresario y de su empresa -previa transformación en escala *Likert*-. Todas estas variables recogen las diferentes dimensiones que definen la multidisciplinaridad del concepto de empresario, analizadas en el primer capítulo (dimensión demográfica, psicológica, organizativa y estratégica, del entorno económico-sectorial y políticas institucionales). En total se han seleccionado 37 variables agrupadas en cinco bloques temáticos: motivacionales, factores para la supervivencia, valoración de las políticas públicas orientadas a la creación de empresas, perfil demográfico del empresario y características de la empresa y su entorno. Como sugieren los trabajos de Lafuente y Salas (1989), Lumpkin y Dess (1996), Baum, Locke y Smith (2001) y Grundry y Welsch (2001), la combinación de las variables individuales del empresario y del entorno posibilita un análisis multinivel capaz de explicar tanto los componentes como el grado de importancia de la actividad emprendedora. El cuadro 5.7 muestra la valoración de las distintas variables para la muestra de emprendedores con menos de tres años de antigüedad (171 empresarios), y a efectos comparativos, la valoración de aquellos emprendedores que además han obtenido algún tipo de apoyo público para la creación de su empresa (42 empresas).

Los resultados demuestran que los nuevos emprendimientos se encuentran condicionados positivamente por variables motivacionales y por factores de supervivencia y, en menor medida, por el estímulo de las políticas públicas para la creación de empresas. Los empresarios buscan mejorar su calidad de vida a través de la obtención de rentas que compensen su mayor esfuerzo y dedicación. Esta motivación corrobora la hipótesis del uso de la rentabilidad como métrica para conocer el grado de eficiencia en el desarrollo de la actividad empresarial y del beneficio disponible para el empresario como retribución por el trabajo realizado. Concretamente, las variables más valoradas son: la autonomía, la autorealización, ser jefe de su propio negocio, la obtención de un nivel de rentas suficiente en concordancia con el esfuerzo realizado y la aceptación de un desafío alcanzan valores superiores a 4 (sobre 5). En el extremo contrario, las variables menos valoradas son la disposición de tiempo libre, priorizar la vida familiar y la obtención del reconocimiento social o exhibir habilidades personales. Para los emprendedores que además han conseguido algún tipo de apoyo financiero, estos resultados son similares aunque con una ligera infravaloración de las variables de la obtención de rentas.

Dentro de las variables que influyen en la supervivencia de la empresa, tener un buen producto o servicio adecuado a las necesidades de los clientes, disponer de una buena cultura empresarial y unas buenas expectativas de mercado obtienen una valoración superior a 4 en términos medios. Por el contrario, la disposición de recursos financieros y el esfuerzo tecnológico realizado se consideran sólo “*algo importante*” para favorecer la consolidación de la empresa. Destaca como los empresarios infravaloran las políticas públicas para la creación de empresas en relación con el resto de factores de supervivencia empresarial. Ninguna de las valoraciones supera los 2,5 puntos (sobre 5), y a la que menor valoración se le concede es al ámbito fiscal. Los empresarios que si han recibido apoyos



públicos sobrevaloran levemente la importancia de las ayudas públicas y, en especial, destacan la importancia de la tramitación burocrática y administrativa en la constitución de la empresa.

Cuadro 5.7. Características descriptivas de las variables.

Descripción de la variable	Escala de medida	Media	Desv. Estándar	Media	Desv. Estándar
Tipo de muestra	"New firms" emprendedoras			Con apoyos públicos	
<b>Variable motivacionales</b>					
- Autonomía	Escala tipo Likert (1= "nada importante" a 5 = "muy importante")	4,216	0,805	4,166	1,021
- Tener tiempo libre		2,280	1,262	2,357	1,342
- Elegir localización del trabajo		3,140	1,292	3,261	1,173
- Priorizar la vida familiar		2,871	1,286	2,738	1,292
- Alcanzar la autorealización		4,070	0,908	4,414	0,861
- Trabajar a su propio ritmo		3,812	1,003	3,738	1,114
- Contribuir a la sociedad		3,543	0,998	3,428	1,157
- Ser el jefe de su propio negocio		4,005	0,95	4,000	0,827
- Aceptar un desafío.		4,058	0,896	4,023	0,938
- Exhibir las habilidades personales		3,187	1,228	3,309	1,243
- Obtener reconocimiento social		2,982	1,211	2,976	1,243
- Alcanzar un nivel de renta suficiente		4,017	0,834	3,857	0,94
- Obtener altos rendimientos de renta		3,415	0,995	3,571	0,903
- Ganar dinero consonancia con esfuerzo		4,157	0,782	3,881	0,956
<b>Factores para la supervivencia</b>					
- Tener un producto/ servicio adecuado	Escala tipo Likert (1= "nada importante" a 5 = "muy importante")	4,274	0,749	4,119	0,956
- Disposición de recursos financieros		3,193	1,229	3,523	0,981
- Buenas expectativas de mercado		3,994	0,865	4,023	0,739
- Buena cultura empresarial		4,064	0,937	3,904	1,042
- Esfuerzo tecnológico realizado		3,187	1,169	3,357	1,269
<b>Valoración de las políticas públicas en relación a la creación de empresas.</b>					
- Las prestaciones sociales.	Escala tipo Likert (1= "nada importante" a 5 = "muy importante")	2,584	0,965	2,595	0,977
- Las políticas del gobierno nacional.		2,491	0,867	2,738	0,952
- Las políticas del gobierno autonómico.		2,473	0,900	2,571	0,974
- La tramitación administrativa/burocrática.		2,467	1,021	2,690	0,987
- La fiscalidad en la creación de nuevas empresas.		2,356	0,927	2,309	0,886
- Las normativas son predicibles y consistentes.		2,637	0,843	2,833	0,842
<b>Características del empresario</b>					
- Edad	Escala 4 Posic.	2,187	0,917	2,214	1,012
- Experiencia profesional	Escala 4 Posic.	3,450	0,873	3,142	0,773
- Nivel de concentración de las decisiones	SI = 1; No = 0	0,555	0,496	0,571	0,494
- Existencia de otro empresario en familia	SI = 1; No = 0	0,631	0,482	0,738	0,499
- Experiencia familiar relacionada con su actividad	SI = 1; No = 0	0,397	0,489	0,809	0,485
- Empresa está relacionada con su anterior actividad	SI = 1; No = 0	0,625	0,483	0,6905	0,485
- Estudios universitarios	SI = 1; No = 0	0,386	0,486	0,381	0,485
<b>Características de la empresa</b>					
- Edad de la empresa	Escala 3 Posic.	1,345	0,522	2,333	0,678
- % acciones en poder del accionista principal.	Escala 3 Posic.	2,584	0,646	2,167	0,814
- Tamaño (en número de empleados)	Escala 3 Posic.	1,350	0,587	1,547	0,697
- Concentración de ventas (tres principales clientes)	Escala 4 Posic.	1,099	0,384	1,333	0,745
- Sector de actividad	Escala 4 Posic.	3,263	0,976	3,190	0,981

Fuente: Encuesta emprendedores y elaboración propia.

Por su parte, el bloque relativo a perfil del empresario pone de manifiesto las siguientes características: la edad para iniciar una nueva actividad se encuentra entre los 31-42 años, por debajo

de la edad de las muestras de empresarios que han recibido apoyos financieros; escasa experiencia empresarial en la gestión de otras empresas anteriores, siendo esta empresa su primera iniciativa empresarial y concentración de todas las decisiones estratégicas (financieras, de producción, de recursos humanos, etc.) en la figura del empresario-propietario –el 55% de los nuevos empresarios-. La tradición familiar es un factor significativo para emprender una nueva actividad, dado que el 63,1% cuenta con otro empresario en la familia aunque el desarrollo de las actividades se produce en sectores distintos a los familiares (sólo el 39% prosigue en el mismo sector que su familia). El bagaje familiar es aún mayor cuando se han recibido apoyos públicos (el 73,8% cuenta con empresarios familiares y además el 80% desarrollan las mismas actividad que sus congéneres). Con relación al nivel de estudios, se aprecia un incremento del nivel educativo de los nuevos emprendedores, al poseer el 38% estudios de carácter universitario o formación de post-grado. Finalmente, la antigüedad de las empresas es de algo más de dos años, mientras que las que han recibido algún tipo de apoyo financiero se incrementa hasta los siete años. En más del 75% de los casos el empresario promotor cuenta con más del 100% del capital social aportado a su microempresa dedicada al sector servicios y con una alta dependencia de sus ingresos respecto a sus tres principales clientes.

El reducido acceso de los nuevos emprendedores a las ayudas públicas podría explicar la escasa importancia que conceden a las políticas a la financiación, así como a la disposición de recursos financieros como claves para llevar a cabo una actividad. Por tanto, estas valoraciones subyacen un problema que las administraciones públicas deben reconsiderar para dinamizar el tejido empresarial emprendedor como garantía frente a las situaciones de recesión económica.

## 8.2. Características de los factores que definen la actividad emprendedora temprana.

El elevado número de variables determinantes del espíritu emprendedor aconseja su reducción, a través de un análisis factorial, con el fin de obtener un conjunto de componentes principales de la actividad emprendedora temprana, con la menor pérdida de información posible. La significatividad del test de Barlett<sup>2</sup> así como el resultado de la matriz de correlaciones -0,000003-, indicativo de la existencia de relaciones lineales entre las variables, verifican la idoneidad del análisis factorial aplicado. La obtención de la matriz de cargas de los factores, obtenida a través de una rotación *varimax*, se presenta en el cuadro 5.8. El análisis permite la extracción de 12 factores que recogen el 65,05% de la varianza de las variables originales.

El primer factor recoge los siguientes cinco ítems: trabajar para uno mismo, ser jefe de su propio negocio, alcanzar un nivel de renta suficiente, obtener altos rendimientos y ganar dinero en consonancia con el esfuerzo realizado. Este factor recoge el 7,82% de la varianza total y conjuntamente con el segundo factor son los que mayor poder explicativo tienen. Los ítems con mayor nivel de saturación son las que se refieren a motivaciones monetarias y en menor medida con

<sup>2</sup> Ji cuadrado con 666 grados de libertad=1987.97 con p=0.0000

motivaciones personales asociadas a dirigir por uno mismo la empresa. A este factor se le denominó “*Obtención de rentas*”. Posiblemente este factor sería menos importante si la encuesta se repitiera en el momento actual. Las épocas de crecimiento económico y estabilidad del entorno pueden animar a una persona con espíritu emprendedor a pasar de ser un potencial empresario a convertirse en gestor de su negocio, sustituyendo sus actuales retribuciones dinerarias (sueldo, subsidio por desempleo, etc.) por los beneficios que les reporte la actividad. Sin embargo, en épocas de recesión la motivación monetaria es previsible que sea menos valorada frente a la seguridad de sus emolumentos como asalariado por cuenta ajena.

El segundo factor lo conforman todas las variables asociadas a la valoración de las políticas públicas (prestaciones económicas, fiscales y administrativas) para favorecer la creación de una empresa. Este factor recoge el 10,29% de la varianza total. Los ítems con mayor nivel de saturación son los relativos a las políticas nacionales y autonómicas para estimular la iniciativa emprendedora y en menor medida la tramitación administrativa y la incidencia tributaria en la creación de la empresa. A este factor se le ha denominado “*contribución de las ayudas públicas*”. Destacan dos aspectos: primero, que este factor es el que más explica la actividad emprendedora, aunque tan sólo el 8,28% de los emprendedores han podido acceder a una de ella y, en segundo lugar, la escasa importancia que le conceden los empresarios encuestados (valoran los apoyos con 2,5 puntos de 5). Esta valoración podría indicar que los emprendedores perciben que los apoyos públicos que reciben por parte de las administraciones son insuficientes o inadecuados para favorecer el nacimiento y consolidación de su empresa.

El tercer factor (6,04% de la varianza total) recoge tres variables asociadas a los requisitos que debe reunir toda empresa para lograr su supervivencia: tener un producto/servicio adecuado a las necesidades de su demanda, disponer de una buena cultura empresarial y el esfuerzo tecnológico desarrollado para la implementación de conocimientos e innovaciones para el proceso productivo. Ambas variables se encuentran relacionadas positivamente con el factor, de tal forma que a medida que la empresa dispone de los últimos avances tecnológicos y una plantilla que se encuentra integrada dentro del proyecto empresarial repercute en un incremento de su competitividad y productividad, favoreciendo la consolidación de la empresa en el sector. Por esta razón, a este factor se le ha denominado “*supervivencia*”.

La tradición familiar es el eje explicativo del cuarto factor (4,66% de la varianza total). La experiencia y el *Know-how* aportado por algún familiar, empresario en una actividad anterior relacionada con la que se vaya a ejercer, posibilita al emprendedor superar con éxito las barreras de entrada iniciales del sector y disponer de un asesoramiento especializado. La denominación de este factor es “*Experiencia acumulada: Razones familiares*”.

El quinto factor (5,62% de la varianza total) explicativo de la actividad emprendedora se ha denominado “*calidad de vida laboral*” al incluir las siguientes variables, por capacidad de saturación: priorizar la vida familiar, tener tiempo libre y elegir la localización del trabajo. Un empresario busca en la constitución de su propio negocio una flexibilización de su horario de trabajo, en especial, si su puesto de trabajo anterior era asalariado por cuenta ajena y se ha producido un incremento de sus cargas familiares.

El sexto factor (4,83% de la varianza total) y el décimo factor (5,06% de la varianza total) representan la dimensión psicológica del empresario. El primero, por incluir la necesidad de exhibir habilidades personales y la obtención de reconocimiento social, se le ha denominado “*necesidad de logros sociales*”. Al segundo, integrado por la necesidad de autorrealización, trabajar a su propio ritmo, contribuir a la sociedad y aceptar un desafío, se le ha denominado “*necesidad de logros personales*”. La cultura y los tradicionales valores de la sociedad española de falta de apoyo a la actividad emprendedora explican la menor capacidad explicativa de los factores psicológicos y sociales, en línea con los resultados que se deducen del informe GEM. Este informe recaba información de expertos españoles sobre emprendimiento y, ante la valoración del grado de apoyo cultural a la actividad emprendedora, destaca que tan sólo el 65% del panel de expertos considera emprender como una buena opción profesional y algo menos del 60% creen que emprender les reportará un buen status social. También destaca como existe un nivel aceptable de apoyo para emprender un negocio por parte de las mujeres (De la Vega, 2009:91-92).

En determinados sectores, en concreto la industria, los conocimientos previos y la dinámica operativa del sector se convierten en elemento imprescindible para emprender la actividad (Bosma *et al*, 2004:229-230). Así, el séptimo factor y el duodécimo factor (5,11% y 3,92% de la varianza total, respectivamente) aglutinan los ítems relacionados con la experiencia del propio empresario en la gestión empresarial. (Las variables que componen el primer factor son de forma positiva: la edad del empresario, el tamaño empresarial y la dependencia de los ingresos de la venta respecto a los tres principales clientes. De forma negativa: la experiencia profesional y el porcentaje de acciones en poder del accionista principal. Esta relación indicativa de que a mayor edad menor experiencia empresarial y menor concentración del capital aparece condicionada por darse en la muestra de emprendedores la mayor concentración de empresarios noveles, con una media de 39 años que adquirieron empresas ya constituidas por una sucesión o por detectar alguna oportunidad. Se le ha denominado “*experiencia acumulada en la gestión empresarial*”. Por su parte, el segundo factor, se centra en la antigüedad de la propia empresa, al considerar la edad de la empresa y la existencia de una empresa anterior relacionada con la nueva actividad. El hecho de que esta iniciativa empresarial es la primera para el empresario explica que este factor, denominado “*experiencia acumulada: Razones empresariales*”, sea el que menos contribuya a explicar la decisión de convertirse en empresario.

Los factores que menos explican la actividad emprendedora son los tres últimos. El octavo factor (3,99% de la varianza total) contiene las variables relativas a la disposición de los recursos financieros y las expectativas de mercado. Aunque disponer de estos recursos es vital para asegurar el funcionamiento de una actividad, los empresarios valoran más otros factores como disponer de un producto capaz de satisfacer las necesidades de su demanda. El noveno factor (3,95% de la varianza total) aparece formado únicamente por la variable que mide el nivel de concentración de las decisiones. El bajo nivel de varianza explicada indica la escasa importancia que se le conceden a la posible autonomía en las decisiones que se podría alcanzar al dirigir el propio negocio. El undécimo factor (3,76% de la varianza total) relaciona positivamente el nivel de estudios universitarios o superiores con el sector de actividad, de tal forma, que a mayor cualificación profesional más orientación hacia el sector de servicios y, en especial, los de relacionados con las tecnologías de la información y de la comunicación.

Cuadro 5.8. Matriz rotada (*Varimax*) de factores explicativos de la actividad emprendedora temprana.

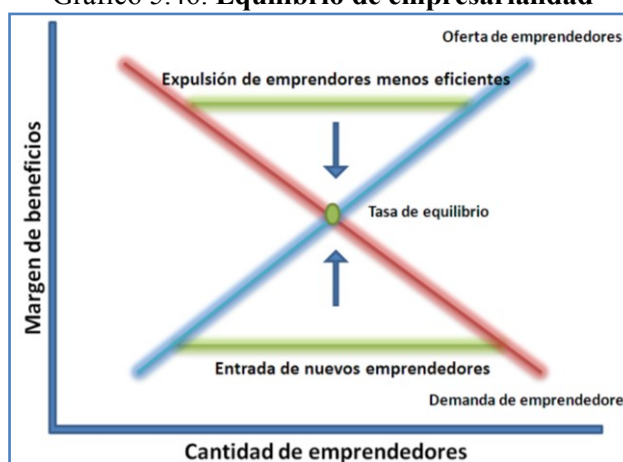
<b>Análisis Factorial. Actividad emprendedora naciente</b>	<b>Obtención de rentas</b>	<b>Contribución de ayudas públicas</b>	<b>Super-vivencia</b>	<b>Experiencia acumulada: Razones familiares</b>	<b>Calidad de vida laboral</b>	<b>Necesidad de logros sociales</b>	<b>Experiencia acumulada en la gestión empresarial</b>	<b>Factor financiero</b>	<b>Capacidad de decisión</b>	<b>Necesidad de logros personales</b>	<b>Formación orientada a la actividad</b>	<b>Experiencia acumulada: Razones empresariales</b>	<b>Comunalidad</b>
Trabajar para uno mismo	0,4710												0,5622
Ser el jefe de su propio negocio	0,6718												0,6834
Alcanzar un nivel de renta suficiente	0,7487												0,6342
Obtener altos rendimientos de renta	0,7656												0,7680
Ganar dinero en consonancia con esfuerzo	0,7113												0,6334
Prestaciones sociales que fomentan la creación		0,7304											0,4999
Las políticas nacionales en relación a la creación		0,8542											0,7613
Las políticas autonómicas en relación a la creación		0,8765											0,6511
La tramitación administrativa de la creación de empresas		0,6665											0,6184
La fiscalidad de la creación de empresas		0,6694											0,6730
Las normativas gubernamentales son predecibles		0,7507											0,7124
Tener un producto/ servicio adecuado			0,6925										0,6757
Buena cultura empresarial			0,7630										0,6957
Esfuerzo tecnológico realizado			0,7371										0,6056
Existencia de otro empresario en la familia				0,799									0,5546
Experiencia familiar relacionada con la actividad				0,8514									0,7207
Tener tiempo libre					0,7694								0,6168
Elegir localización del trabajo					0,6396								0,7058
Priorizar la vida familiar					0,8362								0,6500
Exhibir las habilidades personales						0,7412							0,7122
Obtener reconocimiento social						0,8136							0,7807
Edad del empresario							0,6488						0,8014
Experiencia profesional							-0,4891						0,6472
Porcentaje de acciones en poder del accionista principal.							-0,5006						0,5760
Tamaño (en número de empleados)							0,5829						0,6760
Concentración de ventas (tres principales clientes)							0,7007						0,6238
Disposición de recursos financieros recibidos								0,8302					0,6679
Buenas expectativas de mercado								0,5411					0,4193
Nivel de concentración de las decisiones									0,7789				0,6438
Alcanzar la autorealización										0,5423			0,6674
Trabajar a su propio ritmo										0,4964			0,6284
Contribuir a la sociedad										0,7999			0,6510
Aceptar un desafío										0,4741			0,6555
Estudios universitarios											0,4352		0,7127
Sector de actividad											0,7698		0,4178
Edad de la empresa												0,4894	0,7670
Empresa relacionada con la actividad anterior												0,5925	
Varianza	2,8936	3,8065	2,2343	1,7228	2,0804	1,7872	1,891	1,4755	1,4601	1,8711	1,3925	1,4518	
Porcentaje de varianza	7,82%	10,29%	6,04%	4,66%	5,62%	4,83%	5,11%	3,99%	3,95%	5,06%	3,76%	3,92%	
Porcentaje de varianza acumulada	7,82%	18,11%	24,15%	28,81%	34,43%	39,26%	44,37%	48,36%	52,31%	57,37%	61,13%	65,05%	

Fuente: Encuesta emprendedores y elaboración propia.

### 8.3. Factores determinantes para la elección de la localización, tiempo y sector.

La consideración del emprendimiento como un factor más de la función de producción implica que su aparición y desarrollo en una determinada región o economía puede explicarse desde una perspectiva de oferta y demanda (Verheul *et al*, 2007:7-8), como el resto de los recursos productivos. La oferta, representada por el mercado laboral, aparece determinada por las características demográficas de la población, las necesidades industriales o propias actitudes de cada individuo hacia la actividad emprendedora y la valoración individual que se tiene del riesgo. Por su parte, la demanda se explica por las oportunidades latentes en un sector o en el mercado de productos/servicios de la zona. Cuanto mayor sea la diversidad de consumidores, los avances tecnológicos y el grado de desarrollo del tejido empresarial de una región, mayor será la demanda de emprendedores al necesitarse para acometer tareas de descentralización en la cadena de valor (desarrollo de los servicios empresariales, creación de “*spin-off*”, etc.). La adecuada relación entre demanda y oferta de emprendedores determina la tasa de equilibrio de empresarialidad de una región (gráfico 5.46).

Gráfico 5.46. Equilibrio de empresarialidad



Fuente: Elaborado a partir de las premisas de Verheul

Sin embargo, este equilibrio sólo se alcanza a largo plazo como consecuencia de los ajustes que efectúa el mercado, al quedarse con aquellos empresarios que realmente alcancen una gestión eficiente. La entrada en sectores o regiones con una tasa de empresarialidad superior a la de equilibrio provoca un incremento de competencia. Una forma de competir es la reducción vía precios con la consecuente disminución de los márgenes de beneficios y, por ende, el incremento de la probabilidad de fracaso empresarial. Sólo aquellas empresas que gestionen eficientemente sus costes serán capaces de mantenerse en el sector y el resto serán expulsadas del mercado. Por el contrario, si el empresario decide acometer un negocio por una decisión estratégica en nichos de mercado aún poco explotados, la supervivencia de la empresa se presume mayor, por los altos márgenes de beneficios de los que puede disfrutar hasta que se alcance la tasa de equilibrio de la zona. Los factores que favorecen la entrada empresarial se encuentran influenciados por la demografía de la región, en especial, el desarrollo de las áreas



urbanas y las economías de aglomeración que generan, aprovechando las redes generadas por las grandes ciudades (Nijkamp, 2003, 395). No obstante, en países en vías de desarrollo no es necesario un profundo desarrollo urbano para el surgimiento de una actividad emprendedora dinámica, sino que las oportunidades se encuentran en los entornos más adversos e inestables. Peters (2003) alcanza estas conclusiones en su investigación sobre emprendimiento desarrollada en el sur de La India.

Con los componentes descubiertos en el análisis factorial se ha recogido la dimensión demográfica, psicológica, familiar e institucional de la figura del emprendedor, pero apenas se recaba información sobre la dimensión estratégica y de orientación al mercado, a excepción del factor denominado *supervivencia*. Para completar las motivaciones que inducen a tomar la decisión de emprender, el cuestionario intenta dar respuesta a las siguientes preguntas: ¿Por qué se ha elegido concretamente esta actividad y no otra?, ¿cuáles han sido los motivos por los que ha elegido específicamente este momento para el lanzamiento de su empresa? y ¿cuáles son los principales motivos por los que se eligió la ubicación geográfica de la empresa? La formulación de estos ítems en forma de respuesta abierta, hace necesario la tabulación de las respuestas en bloques homogéneos. El cuadro 5.9 recoge unidimensionalmente los resultados obtenidos.

Cuadro 5.9. Razones temporales, sectoriales y geográficas para la creación de una empresa.

Motivos por lo que decidió crear la empresa	Actividad	Momento	Ubicación
Personales y familiares	12,28	73,1	76,61
<b>Por detectar una oportunidad en el mercado</b>	<b>10,53</b>	<b>15,2</b>	<b>16,37</b>
Por disposición de recursos específicos	-	11,7	7,02
Por la experiencia previa o conocimientos adquiridos	68,42	-	-
Otros motivos	8,77	-	-
Total (%)	100	100	100

Fuente: Encuesta emprendedores y elaboración propia.

Las motivaciones que más se acercan al concepto clásico de emprendedor por su actitud ante la incertidumbre y su capacidad de “*destrucción creativa*” son las asociadas a la visión del empresario y su destreza para detectar oportunidades, no sólo en el mercado, sino también en el tiempo y en su área de influencia. Los emprendedores que más cerca se encuentra de esta concepción son aquellos que han decidido constituir una empresa por percibir algún tipo de oportunidad sectorial, estratégica o de mercado (Falck, 2007:31-36). Sin embargo, esta motivación sólo ha sido elegida por el 15% de los empresarios de reciente creación, aunque de forma desigual para los tres ítems. Concretamente, las oportunidades que presenta la ubicación geográfica donde constituir la empresa es el factor más señalado por los nuevos empresarios (16,37%). Entre las razones aludidas destacan: “la inexistencia de empresas del mismo tipo en la localidad” y “la expansión de la localidad amplía el mercado”. El 15,2% de los emprendedores señalan que la oportunidad la encontraron en el momento de crear la empresa, bien por “disponer de un producto novedoso difícil de imitar por la competencia”, por “detectar carencias de abastecimiento en el mercado”, “encontrarse en una fase de expansión” o por “la



liberalización del mercado (energético)". Por su parte, el 10,53% de los empresarios entran en el mercado por detectar una oportunidad estratégica en el sector. Entre las respuestas que más se repiten destacan: "estar el sector en alza" –esta contestación se repite mayoritariamente en los empresarios dedicados a la construcción-, "buenas expectativas de mercado" y "prever una demanda sensible".

Entre las motivaciones que no tienen relación con aspectos estratégicos destaca sobremanera las motivaciones de índole personal o familiar para la elección del tiempo (73,1%) y localización (76,6%). El empresario busca maximizar su calidad de vida al situar su empresa lo más cerca de su residencia habitual. En cuanto a la elección del sector, los motivos personales aparecen condicionados por continuar con un negocio existente, ya sea por relegar en el negocio a un familiar (sucesión o herencia) o por asumir la propiedad de la empresa en la que trabajaba anteriormente (adquisición de la participación a otros socios). A menor distancia se sitúan los motivos de disponibilidad de recursos específicos (11,7% en momento y 7,02 en localización): "disponer de los recursos económicos suficientes", "entorno con buenas comunicaciones", y "la existencia de materias primas en la zona". Por su parte, para la elección del sector de actividad, la motivación predominante (68,42%) es el conocimiento y la experiencia acumulada del empresario, bien por el nivel de estudios alcanzado o por las habilidades/destrezas adquiridas de su desarrollo profesional (conocimiento de clientes, proveedores, procesos de producción). Además, el 8,7% alega otras razones para entrar en este sector, tales como la vocación, "cuestión de negocios" o simplemente porque el sector le parecía interesante.

El cuadro 5.10 presenta la interrelación existente entre las variables. Destaca como ninguno de los nuevos emprendedores ha creado su negocio por detectar una oportunidad o por aspectos estratégicos en las tres variables planteadas. Sin embargo, sí es posible encontrar algún empresario que ha seleccionado simultáneamente dos aspectos estratégicos para la localización de su empresa: el 1,8% declara iniciar su aventura empresarial por factores estratégicos de localización y sector; en el 2,92% se produce la combinación de las variables tiempo y sector; el 2,34% afirman encontrar oportunidades tanto en el momento como en la ubicación empresarial. Estos datos ponen de manifiesto como la creación de empresas apenas se produce por aspectos de carácter estratégicos sectoriales o de mercado y se encuentra altamente condicionada por motivos de necesidad (razones familiares, personales o basadas en la experiencia). El análisis coincide con los resultados del GEM, donde se afirma que el flujo de empresarios que pasan de "potencial" a "Nascent" emprendedor se produce mayoritariamente por razones de necesidad y escasamente por motivos de oportunidad. Concretamente, los resultados para el caso español arrojan que sólo el 7,23% de la población activa potencial de convertirse en emprendedor (TEA) lo harían por percibir algún tipo de oportunidad (Bosma,2008;9;35). No obstante, DeMartirio y Barbato (2003:819) concluyeron que para conocer con exactitud los motivos por los que un

emprendedor inicia una actividad, sería necesario realizar las comparaciones entre grupos de empresarios con los mismos niveles educativos.

Cuadro 5.10. **Interrelación de los principales motivos para la creación de una empresa.**

Elección de rama de actividad		Elección del tiempo				
		Personales y familiares	Detectar una oportunidad	disposición de recursos	Total	
Personales y familiares	Elección de la ubicación	Personales	36,84	7,02	7,60	51,46
		<b>Oportunidad</b>	<b>7,60</b>	<b>2,34</b>	<b>1,75</b>	<b>11,70</b>
		Recursos	4,09	0,58	0,58	5,26
		Total	48,54	9,94	9,94	68,42
Experiencia o conocimientos adquiridos	Elección de la ubicación	Personales	9,36	0,58	0,00	9,94
		<b>Oportunidad</b>	<b>1,17</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1,17</b>
		Recursos	0,58	0,58	0,00	1,17
		Total	11,11	<b>1,17</b>	0,00	12,28
Por oportunidad en el mercado	Elección de la ubicación	Personales	5,26	2,34	0,58	8,19
		<b>Oportunidad</b>	<b>1,17</b>	<b>0,00</b>	<b>0,58</b>	<b>1,75</b>
		Recursos	0,00	0,58	0,00	0,58
		Total	6,43	<b>2,92</b>	1,17	10,53
Otros motivos	Elección de la ubicación	Personales	5,26	1,17	0,58	7,02
		<b>Oportunidad</b>	<b>1,75</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1,75</b>
		Recursos	0,00	0,00	0,00	0,00
		Total	7,02	1,17	0,58	8,77

Fuente: Encuesta emprendedores y elaboración propia.

#### 8.4. Cluster de emprendedores.

Una vez analizados los factores determinantes de la actividad emprendedora (psicológicos, personales y estratégicos), en especial, el relativo a la contribución de las ayudas públicas, se procede a realizar un análisis de agrupación, según el algoritmo de Howard-Harris, de los distintos emprendedores en función de los quince (doce personales + tres estratégicos) factores obtenidos, lo que ha permitido identificar un total de seis grupos principales. Con esta agrupación la suma de cuadrados total explicada se sitúa en el 26,15% (la obtención de un séptimo grupo sólo incrementaría la suma en 2,66 puntos más). El proceso de generación de los grupos, que se recoge en el gráfico 5.47, se realiza a través de los factores identificados que más proporción de la varianza total es capaz de explicar. La primera separación se realiza en función del factor relacionado con la elección del sector por detectar una oportunidad en el mismo, dando lugar a dos grupos (18 empresarios que si han entrado al sector por razones estratégicas y 153 que han accedido por otros motivos distintos del sectorial). El segundo factor que más explica las diferencias entre los empresarios es el factor denominado “*supervivencia*” (separa el grupo de 153 empresarios en dos nuevos grupos de 80 y 73 observaciones). En la siguiente secuencia el factor estratégico de la localización proporciona un total de cuatro grupos (18, 25, 59 y 69 individuos en cada grupo). En la cuarta etapa, el factor 11, asociado a la formación universitaria, obtiene cinco grupos. Y, finalmente, el factor 6, sobre necesidad de reconocimiento de los logros por parte de la sociedad, establece los seis grupos en que se ha dividido la muestra de emprendedores de reciente creación.

Los resultados para cada uno de los factores de los grupos formados, así como la significación de la diferencias de medias, se presenta en el cuadro 5.10. Estos resultados permiten caracterizar a cada uno de los grupos en función de las diferencias existentes entre ellos.

El primer grupo, formado por 18 individuos, se caracteriza especialmente por contar con una mayor tradición familiar que les permite detectar más rápidamente oportunidades en el sector. El resto de componentes que identifican a este grupo: mayor nivel de estudios, empresas de mayor antigüedad y la menor experiencia personal en la gestión de empresas hace suponer que se trata de empresarios que entran al negocio por primera vez por una sucesión o herencia familiar, y deciden apostar por la empresa constituida, como fuente de sus principales ingresos frente al trabajo por cuenta ajena. Por esta razón se le ha denominado “*empresario de familia*”.

El segundo grupo, de 24 empresarios, se identifica por manifestar su indiferencia respecto a la disposición de recursos financieros, como clave para emprender una actividad, y su rechazo hacia las políticas públicas para la creación de empresas. Sin embargo, son los que han decidido crear su empresa por haber detectado una oportunidad estratégica en la ubicación geográfica. Precisamente, esta característica de búsqueda de nichos de mercado en cualquier lugar, facilitado por la globalización y las tecnologías de la comunicación, hace que se le denomine a este grupo como el de “*empresario-explorador*”.

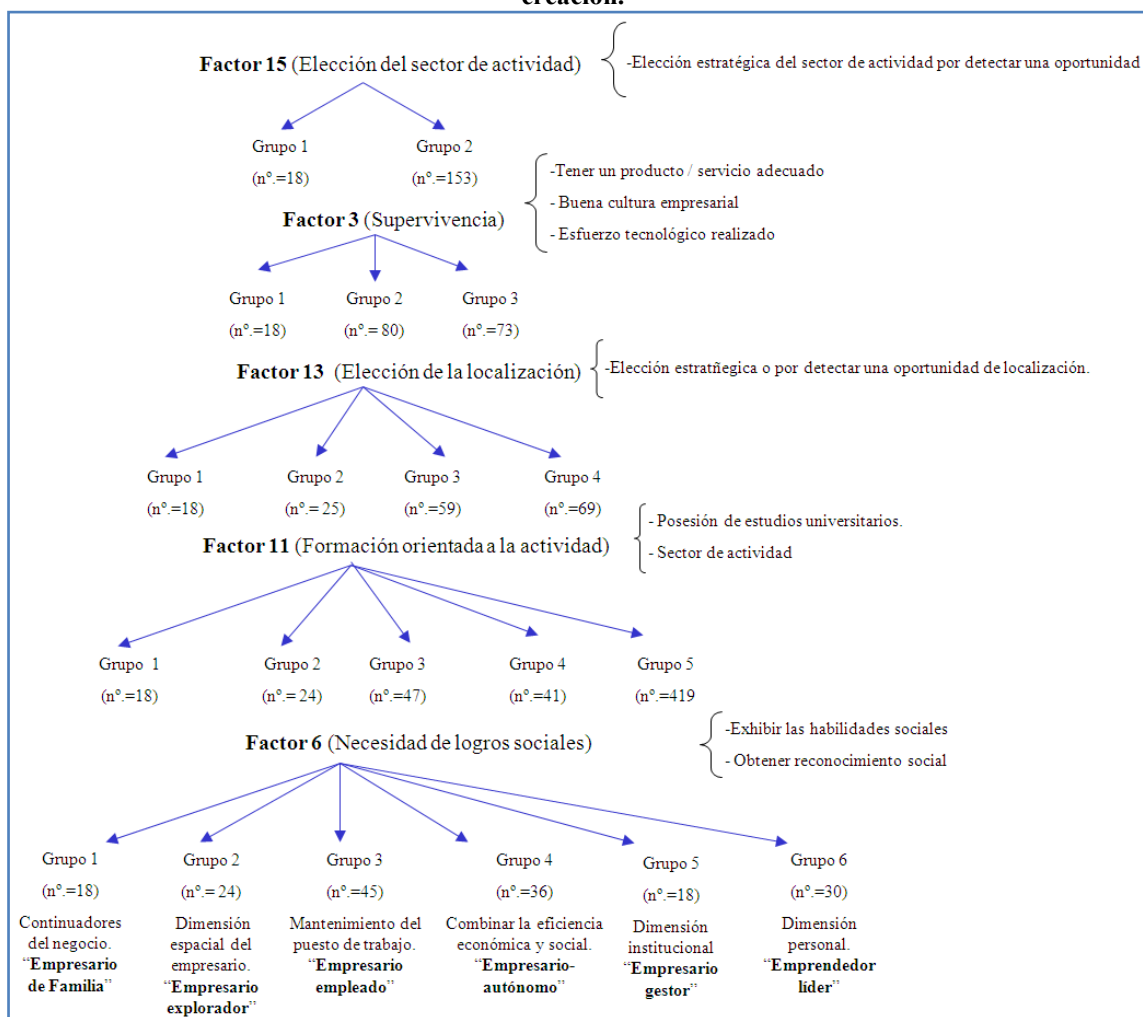
El tercer grupo, compuesto por 45 empresarios, a diferencia del grupo anterior, es el que más valora la disposición de recursos financieros necesarios para acometer con éxito una actividad, pese a no considerar importante la disposición de un buen producto y una buena cultura empresarial para alcanzar el éxito de la empresa. Además se identifican por ser los que menos valoran la creación de la empresa como un medio para alcanzar elevados niveles de renta así como para ganar calidad de vida. A estos motivos se les une la escasa experiencia personal en la gestión empresarial y la creación de la empresa motivada por factores nada relacionados con aspectos estratégicos. Puede afirmarse que la empresa que crean constituye una continuidad de su puesto de trabajo anterior, por lo que se les ha denominado “*empresario-empleado*”.

El cuarto grupo, los de mayor experiencia empresarial, presenta un comportamiento opuesto al grupo anterior en relación a la gestión y la concepción de la empresa, que crea, lo hacen para incrementar su autonomía en la toma de decisiones y mejorar su calidad de vida laboral y familiar. Además, el hecho de contar con experiencias empresariales anteriores explica la alta valoración que conceden a los factores de supervivencia y su afán de seguir creando empresas para lograr el reconocimiento a su contribución social. A los 36 empresarios que conforman grupo se les ha denominado “*empresario-autónomo*”. Este perfil de empresario, comprometido con los factores estratégicos (producto y proceso productivo adecuado a las necesidades de la demanda) y con el desarrollo social que busca la eficiencia tanto a nivel productivo y

económico como a nivel social, les hace acreedores de un aval clave para el desarrollo económico, por lo que deberían ser el objeto de atención de las instituciones públicas para el diseño de sus políticas de apoyo a los emprendedores y para la constitución de empresas.

El quinto grupo, de 18 empresarios, destaca por ser los que han respondido afirmativamente que han creado su empresa por haber encontrado una oportunidad temporal. La necesidad de fondos en un momento concreto puede justificar la alta valoración que conceden a las políticas públicas para la creación de empresas. Además, su menor experiencia en la gestión empresarial, la menor valoración que hacen del grado de autonomía que se logra con la constitución de la empresa y la escasa valoración de los logros personales hace suponer que busquen las ayudas públicas como un fin coyuntural necesario para explotar una oportunidad concreta. Se le ha denominado “*empresario-gestor*”, por la importancia que tiene la dimensión del apoyo institucional y la adecuada gestión los recursos financieros que ha de realizar el empresario beneficiario.

Gráfico 5.47. Proceso de generación de los *clusters* en la muestra de emprendedores de reciente creación.



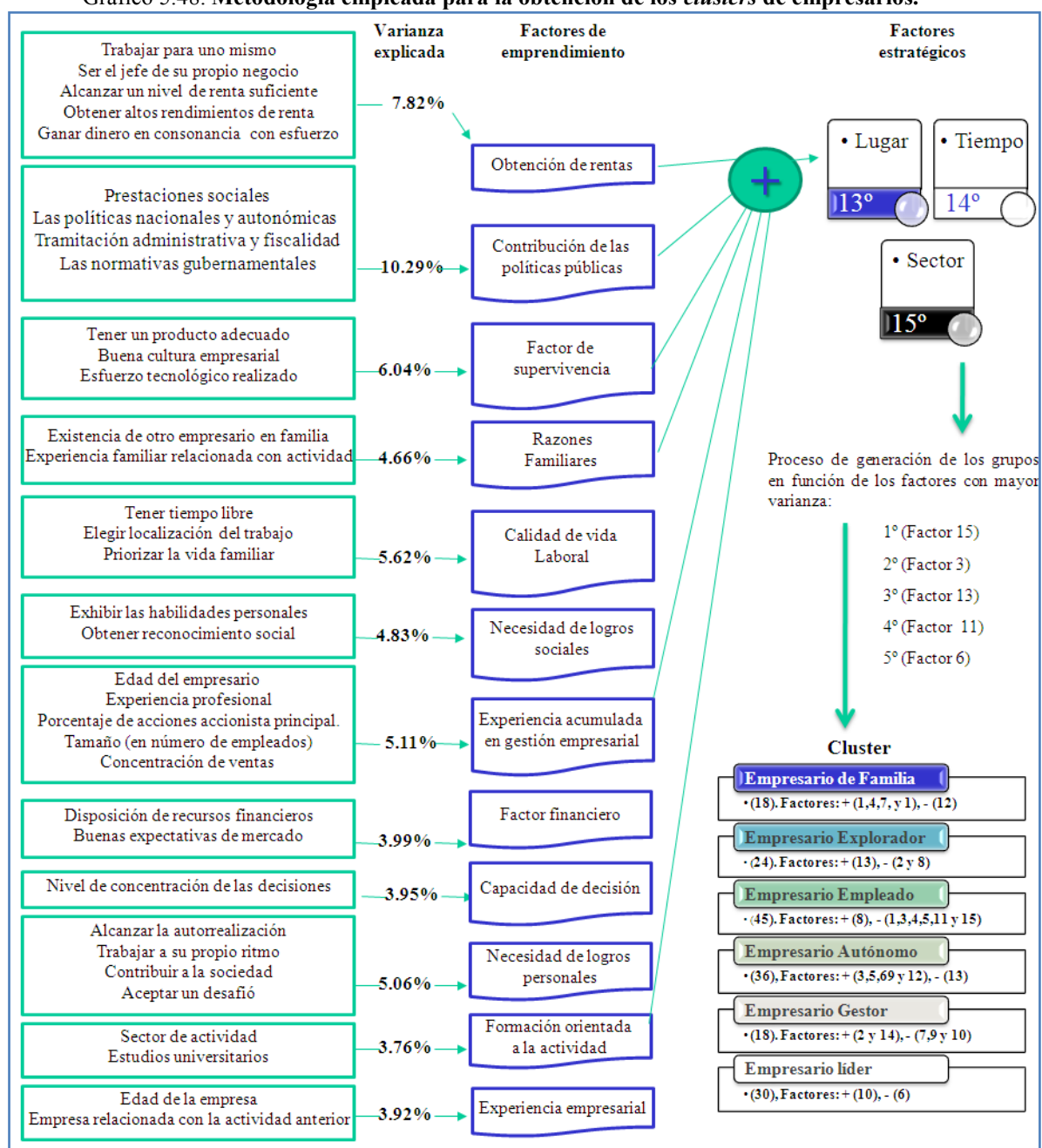
Fuente: Encuesta emprendedores y elaboración propia.

Finalmente, el sexto grupo, de 30 empresarios, al que se ha denominado “*empresario-líder*”, recoge la dimensión más psicológica del emprendimiento, por valorar de forma positiva la

decisión de ser empresario para alcanzar logros personales (autorealización, aceptar un desafío, etc.).

Para validar la agrupación obtenida se ha sometido a un análisis discriminante. La matriz de confusión determina que el 91,23% de las observaciones están correctamente agrupados, dada la alta coincidencia existente entre el análisis *cluster* y el análisis discriminante (cuadro 5.11) por lo que puede afirmarse que la agrupación obtenida es válida estadísticamente. En el gráfico 5.48 se presenta el esquema metodológico utilizado para la obtención de los factores y *clusters* empresariales, a través de los factores asociados al nivel de emprendimiento y a los factores de elección del negocio basado en factores estratégicos y de oportunidad.

Gráfico 5.48. Metodología empleada para la obtención de los *clusters* de empresarios.



Fuente: Encuesta emprendedores y elaboración propia.

Cuadro 5.10. Resultados de los factores

Factores personales y estratégicos	Empresario de familia		Empresario explorador		Empresario empleado		Empresario autónomo		Empresario gestor		Empresario líder		F-Ratio
	Media	Desv.	Media	Desv.	Media	Desv.	Media	Desv.	Media	Desv.	Media	Desv.	
Obtención de rentas	<b>0,37</b>	<b>0,94</b>	-0,16	1,24	<b>-0,22</b>	<b>0,57</b>	0,18	0,88	0,28	1,00	-0,15	1,28	1,693
Contribución de ayudas públicas	0,26	1,10	<b>-0,43</b>	<b>0,99</b>	0,10	0,69	-0,18	1,08	<b>0,41</b>	<b>1,02</b>	0,00	1,06	2,118*
Supervivencia	0,03	0,80	0,11	0,99	<b>-0,79</b>	<b>0,78</b>	<b>0,52</b>	<b>0,81</b>	0,11	0,85	0,39	0,98	11,204*
Experiencia acumulada: Razones familiares	<b>0,44</b>	<b>0,70</b>	-0,09	0,99	<b>-0,24</b>	<b>0,93</b>	0,30	0,99	-0,16	0,98	-0,09	1,10	2,142*
Calidad de vida laboral	0,19	0,90	0,04	1,29	<b>-0,40</b>	<b>0,65</b>	<b>0,44</b>	<b>1,08</b>	-0,18	0,93	0,02	0,90	3,311*
Necesidad de logros sociales	0,12	0,81	-0,21	0,99	0,17	0,66	<b>0,75</b>	<b>0,76</b>	0,32	0,85	<b>-1,24</b>	<b>0,60</b>	23,351*
Experiencia acumulada en la gestión empresarial	<b>0,50</b>	<b>1,36</b>	-0,10	0,89	-0,11	1,01	-0,05	0,75	<b>-0,13</b>	<b>0,85</b>	0,09	1,05	1,178
Factor financiero	0,06	1,11	<b>-0,20</b>	<b>1,23</b>	<b>0,29</b>	<b>0,60</b>	-0,10	1,08	0,02	0,77	-0,20	1,11	1,241
Capacidad de decisión	-0,02	1,14	0,15	0,92	-0,41	0,92	<b>0,58</b>	<b>0,71</b>	<b>-0,62</b>	<b>0,97</b>	0,19	0,92	6,487*
Necesidad de logros personales	0,20	1,01	-0,20	1,43	-0,23	0,73	0,06	1,00	<b>-0,26</b>	<b>0,56</b>	<b>0,48</b>	<b>0,93</b>	2,551*
Formación orientada a la actividad	<b>0,33</b>	<b>0,87</b>	0,09	1,00	<b>-0,27</b>	<b>0,84</b>	0,01	1,18	-0,06	0,80	0,14	1,07	1,216
Experiencia acumulada: Razones empresariales	<b>-0,62</b>	<b>1,23</b>	-0,20	0,98	0,19	0,70	<b>0,21</b>	<b>1,12</b>	-0,32	0,95	0,19	0,88	2,922*
Localización estratégica	0,01	1,01	<b>2,26</b>	<b>0,00</b>	-0,44	0,00	<b>-0,44</b>	<b>0,00</b>	-0,29	0,62	0,44	0,00	191,33*
Momento estratégico	0,35	1,25	-0,08	0,92	<b>-0,42</b>	<b>0,00</b>	-0,42	0,00	<b>2,36</b>	<b>0,00</b>	-0,42	0,00	83,666*
Sector estratégico	<b>2,92</b>	<b>0,00</b>	<b>-0,34</b>	<b>0,00</b>	-0,34	0,00	-0,34	0,00	-0,34	0,00	-0,34	0,00	5,165*

\* p &lt;0,005

Fuente: Encuesta emprendedores y elaboración propia.

Cuadro 5.11 Matriz de confusiones

Grupos reales	Asignación según funciones discriminantes						
	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5	Grupo 6	Total
Grupo 1	7	3	1	2	4	1	18
Grupo 2	0	24	0	0	0	0	24
Grupo 3	0	0	45	0	0	0	45
Grupo 4	1	0	0	35	0	0	36
Grupo 5	0	1	0	0	17	0	18
Grupo 6	2	0	0	0	0	0	30
Total	10	28	46	37	21	29	171

Fuente: Encuesta emprendedores y elaboración propia.

### 8.5. Comportamientos de cada grupo de emprendedores.

Como se ha puesto de manifiesto, la literatura ha indagado especialmente en las causas determinantes del emprendimiento desde una dimensión espacial y sectorial, pero apenas se ha estudiado el grado de innovación, creatividad y compromiso con el desarrollo de estrategias basadas en la búsqueda de oportunidades (sectoriales, temporales y geográficas) y mercados dinámicos para generar economías de diferenciación por parte de los empresarios como eje del arranque de su idea de negocio. Por esta razón, una vez obtenidos los diferentes grupos de empresarios en función de los resultados del análisis factorial y de los motivos de elección temporal, geográfica y de actividad, en este epígrafe se examina la relación existente con algunos de los indicadores más significativos analizados a lo largo del capítulo, tales como el tipo de producto, esfuerzos realizados en I+D, estrategias de crecimiento a futuro, estructura financiera, percepción de las ayudas públicas a la creación de empresas, etc. El objetivo de este análisis es identificar dentro de los *clusters* realizados a aquellos empresarios que puedan considerarse más dinámicos y de mayor proyección a futuro, por ser a los que mayor atención han de dirigir las autoridades públicas, así como conocer la forma en la que se financiaron en el momento de crear la empresa y como esperan hacerlo en un futuro. Estas variables ayudarán a determinar el grado de innovación creativa y desarrollo de productos emergentes de la empresa en sus momentos iniciales.

En el cuadro 5.12 se presenta la relación existente entre los indicadores seleccionados con los grupos de empresarios identificados. Para comprobar si las diferencias por indicadores entre los grupos son estadísticamente significativas se utiliza la prueba de la chi-cuadrado. El cuadro recoge en primer lugar los valores medios que obtiene cada indicador respecto al número total de emprendedores (171 empresarios de reciente creación) y, a continuación, se presenta para los seis grupos considerados su situación respecto a la media total, esto es, según se encuentre la media de cada grupo por encima o por debajo del valor medio de la muestra total se indica con un signo positivo (+) o negativo (-). Además, con un asterisco (+\* ó -\*) se destaca cuales son los valores más extremos respecto de la media.

Los resultados ponen de manifiesto que el grupo de los “*empresario-autónomo*”, explicado principalmente por el factor de supervivencia de la empresa (tener un producto adecuado, buena cultura empresarial y esfuerzo tecnológico desarrollado) y el reconocimiento social (exhibir habilidades personales y obtener reconocimiento social), junto con el grupo denominado “*empresario-gestor*”, explicado por el factor financiero y las oportunidades temporales, y el “*empresario de familia*” son los que muestran la mayor concentración de las variables asociadas a la actividad creativa, aunque con una estructura financiera y de acceso a las políticas públicas de apoyo desigual.



El grupo denominado “*empresario-autónomo*” no destaca por haber creado el negocio por detectar alguna oportunidad (geográfica, temporal o sectorial) al situarse sus valoraciones ligeramente por debajo de los valores medios. El perfil de este grupo describe a un empresario que ha trabajado anteriormente en el mismo sector de actividad, en el que se inicia como empresario a través de la experiencia y los conocimientos adquiridos como empleado, trasladando e implementando ese *Know-how* a su propia empresa. Esto explica la alta valoración y consciencia que tiene de los factores que garantizan la supervivencia de la empresa, que unido a su relativa juventud (es el grupo de menor edad) pero dilatada experiencia profesional, el mayor desarrollo de las actividades de I+D y la comercialización de productos novedosos nacionalmente, le proporciona un margen de garantía para el buen desarrollo y consolidación del negocio. Por otra parte, la experiencia acumulada y el conocimiento del resto de agentes que conforman el sector (proveedores y competidores) favorece que estos empresarios sean los que más positivamente valoren las fusiones y las adquisiciones de otras empresas como estrategia de futuro que permita el crecimiento de la empresa. Desde una perspectiva financiera, el propio empresario es quién financia de forma mayoritaria su negocio (más del 75% del total de recursos) y apenas dispone de recursos ajenos y de apoyos institucionales. Tan sólo el 9,94% de los emprendedores de reciente creación ha recibido ayudas públicas para la creación de la empresa. Este grupo se encuentra por debajo del valor medio, aunque el porcentaje de las ayudas que reciben sí supera la media (las ayudas suponen más del 20% de los recursos propios).

Las características y valoraciones del grupo “*empresario-gestor*” hace que también destaque por estar integrado por empresarios comprometidos con la creación de empresas emergentes. Pese a compartir un perfil de empresario similar al del grupo anterior, de menor edad y menor presencia de empresarias, en este grupo sí se produce una creación de la empresa motivada por factores estratégicos, concretamente de corte temporal. En cuanto al tipo de producto elegido por el empresario tres valores se encuentran por encima de la media, son los asociados a las novedades tanto a nivel nacional e internacional como en modificaciones de productos existentes, y el cuarto, producto estándar, se aleja por debajo de la media. En cuanto al esfuerzo tecnológico realizado, el valor supera a la media global en actividades de I+D mientras que se reduce cuando se analizan los acuerdos de colaboración e innovación. Las principales diferencias respecto al grupo anterior radican en la dimensión financiera, si bien se reducen las aportaciones al capital propio del empresario y cuentan con un mayor acceso a los recursos ajenos bancarios y, en especial, al crédito de provisión. Esta mayor capitalización ajena vendría explicada por ser el grupo que más apoyos públicos para la constitución de la empresa ha recibido—el 27,8% de los empresarios del grupo han recibido algún apoyo—.

Por su parte, el “*empresario de familia*” aglutina la mayor cantidad de mujeres empresarias, con edades superiores a la media general. La influencia de la tradición familiar se hace notar tanto en la elección del sector de forma estratégica como en la composición de la estructura financiera, donde se encuentra el mayor porcentaje de recursos aportados por familiares/amigos. Por tanto, aunque la entrada a la actividad responda mayoritariamente a sucesiones o herencias, los nuevos empresarios aprovechan para revitalizar el negocio a través de actividades de creatividad, tanto en los productos (son los que más innovaciones introducen nacional como internacionalmente) como en el esfuerzo tecnológico desplegado. No obstante, este compromiso con la dinámica empresarial no es correspondido por las administraciones públicas, debido a que son el colectivo de empresarios que menos ayudas han recibido para la creación de la empresa y consecuentemente, menor han sido los apoyos públicos para acceder al crédito bancario a largo.

El resto de grupos ocupan posiciones menos destacables en cuanto a los indicadores de creatividad. El último lugar lo ocupa el grupo denominado “*empresario-líder*” que viene explicado fundamentalmente por factores psicológicos. Este grupo se caracteriza por estar formado por los empresario más maduros y aglutinar el mayor porcentaje de empresarias, que muestran su vocación por la actividad emprendedora como un medio para poder exhibir sus habilidades personales más que por necesidad o por detectar algún tipo de oportunidad en el mercado (son el único grupo que presentan los valores más bajos respecto a la elección del negocio de forma estratégico). No obstante, pese a percibir ayudas públicas por encima de la media, destacan por ser los que menos recomiendan a sus hijos que sigan sus pasos como empresarios. Por su parte, el “*empresario-explorador*” sólo destaca por detectar en mayor medida una oportunidad asociada al espacio geográfico pero apenas se encuentra comprometido con las variables asociadas a la creatividad. Finalmente, el “*empresario-empleado*” mantiene un perfil similar al grupo anterior, con una escasa motivación estratégica a la hora de constituir el negocio tanto a nivel de oportunidades como desarrollo de productos y esfuerzo tecnológico. Además, estos dos últimos grupos se caracterizan por ser los que menos ayudas estatales han recibido para la creación de su empresa.

Todo lo anterior parece sugerir que las ayudas públicas para la creación de empresas deben reorientarse hacia aquellos grupos de empresarios que realmente aportan valor económico mediante el compromiso con las variables asociadas a la creatividad y las oportunidades estratégicas. Concretamente, los nuevos grupos a los que se deberían prestar mayor atención desde las administraciones y las autoridades (nacionales, pero en especial autonómicas y locales) son el “*empresario-autónomo*” y el “*empresario de familia*” y, por su parte, se deberían ampliar y mejorar los compromisos con el “*empresario-gestor*”.

Cuadro 5.12. Relación de indicadores de estructura financiera y creatividad con clúster de empresarios.	Muestra global. Valores medios.	Empresario de Familia	Empresario Explorador	Empresario Empleado	Empresario Autónomo	Empresario Gestor	Empresario Líder	Significatividad Ji-Cuadrado (* F-Snedecor)
- Número de individuos	171	18	24	45	36	18	30	
<b>Características empresa/empresario: edad media empresario, género, número de licenciados y presencia de capital extranjero</b>								
- Edad del empresario	39	+	-	+	-	-*	+	0,0093 *
- Porcentaje de mujeres	21,05%	+	+	-	-	-*	+	0,6843
- Mas de cinco licenciados	4,09%	-*	-	+	-	-	+	0,4476
- Capital extranjero	2,92%	+	+	-	-	-*	+	0,4368
<b>Estructura de las fuentes de financiación</b>								
- Recursos propios propio empresario	72,23%	+	-	+	+	-	-*	0,7000 *
- Recursos propios familiares o amigos	1,58%	+	+	-*	+	-	-	0,3700 *
- Recursos propios empresa anterior	0,09%	-	-	-	+	-	-	0,5986 *
- Aportados por otras entidades	0,86%	-	-	+	+	+	-	0,0668 *
- Recursos ajenos propio empresario	0,99%	+	-*	-	+	-	+	0,7928 *
- Préstamos bancarios a corto plazo	8,77%	-*	+	-	-	+	+	0,7061 *
- Préstamos bancarios a largo plazo	10,26%	-	+	+	+	+	-*	0,6007 *
- Prestamos de otras entidades	2,00%	+	-	+	-*	-	+	0,1949 *
- Créditos comerciales	1,59%	-	-*	+	-	+	-	0,4206 *
- Otros	1,63%	-*	+	-	+	+	+	0,7448 *
<b>Apoyos públicos para la creación de la empresa</b>								
- Recibió ayudas públicas la creación.	9,94%	-*	-	-	-	+	+	0,1863
- % de la ayuda sobre fondos propios	19,58%	+	-*	-	+	+	+	0,7134 *
- Anima a que sus hijos emprendan	84,80%	-	-	+	+	+	-*	0,6881
<b>Elección del negocio por oportunidad estratégica.</b>								
- Ubicación geográfica	16,37%	+	+	-*	-	-	-*	0,0000
- Momento	15,20%	+	-	-*	-	+	-*	0,0000
- Actividad o sector	10,53%	+	-*	-*	-	-*	-*	0,0000
<b>Tipo de producto</b>								
- Novedoso internacional	3,52%	+	+	-*	-	+	+	0,0003
- Novedoso nacional	5,95%	+	-*	-*	+	+	+	
- Modificaciones	15,20%	+	+	-*	-	+	+	
- Estándar	75,44%	-*	-	+	+	-	-	
<b>Esfuerzo en actividades de I+D y existencia de acuerdos de cooperación tecnológica</b>								
- I + D	4,09%	+	-	-	+	+	-	0,4947
- Acuerdos de colaboración	94,74%	+	-*	+	-	-	+	0,1476
<b>Estrategias de crecimiento para el futuro</b>								
- Crecimiento interno	80,70%	+	-	+	-*	+	-	0,031
- Adquisición otras empre	2,92%	+	-*	-*	+	-	-	
- Fusión otras empresas	1,75%	-*	+	-*	+	-*	-*	
- Otras	14,62%	-	+	-*	+	-	+	

### 9. Principales contenidos a destacar del capítulo cuarto.

1. El uso de cuestionarios ofrece una caracterización de los empresarios beneficiarios de los sistemas públicos de apoyo a la financiación así como una valoración del servicio recibido.
2. La edad media de los empresarios que inician una actividad empresarial es de 45 años. Este valor es ligeramente mayor si el empresario es beneficiario de algunos del ICO o de SGR. Desde el año 2000 destaca la rápida incorporación de la mujer a la actividad emprendedora y su participación activa en la búsqueda de fuentes de financiación a través de los programas financieros públicos, en especial, a través de las sociedades de garantía recíproca. No obstante, el nivel formativo sigue siendo bajo. Sólo uno de cada tres empresarios posee estudios universitarios o de postgrado.
3. El 30% de los empresarios han tenido alguna experiencia empresarial anterior. El *Know-how* adquirido les permite emprender una nueva actividad con mayores garantías de éxito. Entre las causas que motivaron el fracaso de la actividad anterior destaca la falta de experiencia, los problemas con los socios, la adversidad del entorno, etc. Por tanto, los problemas financieros no es el principal motivo por el que los empresarios fracasan.
4. Existen diferencias al acceder a distintos apoyos financieros. Así, para acceder al ICO destaca el papel de las entidades bancarias, que actúan como intermediarias entre el Estado y las Pymes, y el desarrollo de la publicidad institucional. Por su parte, la forma en que se accede a una SGR requiere un mayor esfuerzo por parte del propio empresario, ya sea por obtener la información de manera directa o por mediación de otro empresario. Sin embargo, la finalidad de ambos apoyos es similar, al materializarse en la adquisición de activos fijos.
5. Uno de los principales inconvenientes de las SGR es la elevada exigencia de contragarantías al empresario por parte de la propia SGR y de la entidad bancaria. Estas garantías se exigen en mayor proporción a los empresarios más jóvenes (menos de 43 años), a las mujeres, y a las empresas de menor tamaño empresarial. Por tanto, de la misma forma que las SGR tienen por objeto reducir las asimetrías de información de las empresas que no pueden acudir al sistema bancario por falta de garantías, crean nuevas barreras similares a las que tratan de eliminar.
6. En el contexto de crecimiento económico en el que se realizó la encuesta, los empresarios beneficiarios de apoyos financieros apenas perciben mejoras. Dos de cada tres beneficiarios del ICO podrían haber desarrollado de igual forma su proyecto empresarial sin haber contado con los fondos de la línea Pyme-ICO. Sin embargo, para tres de cada diez empresarios que acuden a SGR no hubiera pasado nada, lo que justifica sus mayores dificultades financieras.
7. La valoración media de los servicios del ICO y de las SGR es de 8 puntos y 7.1 sobre 10 respectivamente. No obstante, para los empresarios avalados por una SGR se aprecia una relación negativa entre el coste del aval y la valoración del servicio recibido.
9. Entre los factores determinantes de la actividad emprendedora de los empresarios de reciente creación destaca la contribución de las ayudas públicas a la creación de empresas, seguido de la obtención de rentas. No obstante, entre el 10% y el 15% de los nuevos emprendedores han decidido crear la empresa por encontrar alguna oportunidad estratégica en el sector, el lugar o el momento.
10. Entre las notas definitorias de los emprendedores más dinámicos y creativos (según la concepción Schumpeteriana) destaca el esfuerzo en actividades de I+D y un crecimiento externo (fusiones, etc.).