

CAPÍTULO III

EMPRESARIOS EN ESPAÑA: PERFIL Y CARACTERÍSTICAS

1. INTRODUCCIÓN

En el presente capítulo se pretende identificar las características del empresariado español en la actualidad a la luz de la información directa ofrecida por ellos mismos y recogida a través de una encuesta específica que sigue las líneas básicas ya dibujadas en el anterior informe (Primer Informe de la actividad emprendedora en España) publicado en 2004, con datos de 2002. Tal como se indicó en el capítulo II, en el cd adjunto, anexo 1, de este trabajo puede verse el cuestionario empleado «Encuesta sobre emprendedores 2006».

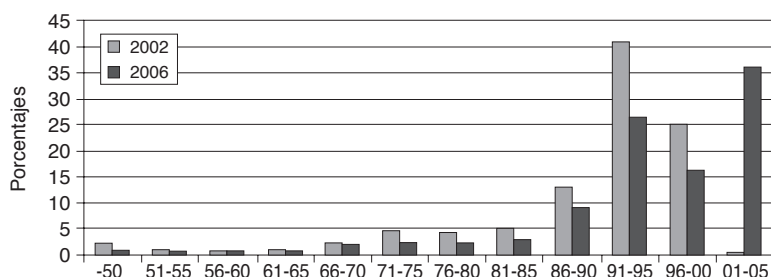
Los empresarios constituyen un colectivo que, pese a su enorme importancia, resulta en gran medida opaco. La inexistencia de censos que permitan la aproximación directa obliga a utilizar a su obra —la empresa— como vía alternativa. Así, para obtener una muestra lo más significativa posible del conjunto de los emprendedores se consideró la hipótesis de que tras una muestra representativa de las empresas del tejido productivo español debía subyacer una muestra, también suficientemente representativa, del colectivo de emprendedores que las animaba.

De esta forma se entrevistó a 507 emprendedores, 285 de los cuales ya fueron entrevistados en la anterior oleada. Para que la muestra de la presente edición fuera completa y actualizada se seleccionó el resto de los emprendedores a partir de las empresas constituidas en 2002 que aparecen en SABI, ya que en la anterior fueron seleccionados entre las

empresas constituidas con anterioridad a esa fecha¹. A estas últimas en el análisis se refiere como empresas «repetidas» y a las primeras como empresas «nuevas».

La estructura por edades de las empresas recogidas en la presente edición es sensiblemente mejor que la que aparecía en la edición de 2004, mostrando un perfil más coincidente con el esperado, en el que el número de empresas es mayor cuanto más cercano es el momento de su constitución (gráfico 3.1).

GRÁFICO 3.1
AÑO DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA



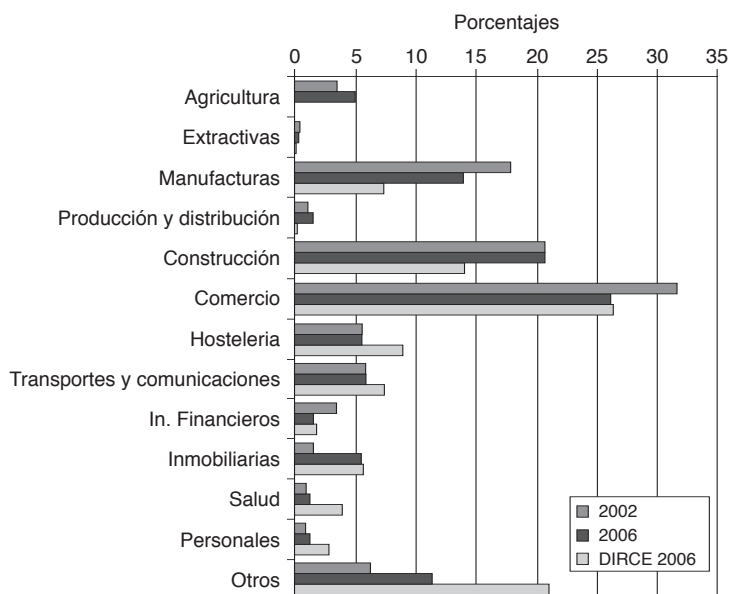
Aunque es en los primeros años de vida cuando la empresa corre un mayor riesgo de desaparición, el riesgo de salida nunca desaparece. La acumulación año tras año de este riesgo de salida hace que el porcentaje de empresas pertenecientes a las cohortes más antiguas vaya reduciéndose a medida que pasa el tiempo. De esta forma mientras que el porcentaje de empresas con más de 30 años es de menos del 7,5 por 100, el de las empresas con menos de 5 años alcanza el 36 por 100.

Rompiendo la tendencia general, el primer quinquenio de la década de los noventa sigue mostrando una representación que parece excesiva, aunque ahora menos acusada que en la anterior edición del informe, cuando representaba más del 40 por 100 del total de empresas. Aunque no es posible determinar las causas de este comportamiento anómalo, la hipótesis más probable es que se deba a una inadecuada representación de las empresas más pequeñas en la base de datos SABI en 2004, que ha ido corrigiéndose, al menos en parte, en las ediciones más recientes.

¹ Para una detallada información de las características de la anterior edición véase GARCÍA TABUENCA *et al.* (2004: 98).

En cuanto a la distribución sectorial el panorama es bastante similar al ofrecido en el Informe de 2004 y coincidente en grandes líneas con la distribución sectorial de las empresas españolas ofrecida por el Directorio Central de Empresas del Instituto Nacional de Estadística (DIRCE) (gráfico 3.2)².

GRÁFICO 3.2
DISTRIBUCIÓN SECTORIAL DE LAS EMPRESAS



Los sectores más representados en la muestra son los de «comercio», «construcción» y «manufacturas», agrupando entre estos tres sectores cerca del 65 por 100 del total de empresas. Este porcentaje supone una pequeña reducción respecto a los valores obtenidos en 2002 en los que superaban el 70 por 100 y una mayor aproximación a los datos del DIRCE.

Solamente merece destacar la sobrerrepresentación de las actividades manufactureras y de construcción, frente a las de las de hostelería, que están infrarrepresentadas. Las posibles causas de ello se encuentran en que SABI, al utilizar como fuente los registros mercantiles, muestra cierto sesgo hacia las empresas de mayor dimensión, típicamente las

² Al no estar recogidas en el DIRCE las explotaciones agrarias, los datos no son completamente comparables; en todo caso, la escasa presencia de estas empresas en la muestra permite valorar el grado de ajuste alcanzado.

industriales. Sectores como el de la hostelería formados en gran medida por empresas de escaso tamaño quedan por ello infraponderados. Pese a ello, se verifica en la presente edición del II Informe de la actividad emprendedora en España una considerable mejoría en su adecuación a la estructura productiva española.

2. CARACTERIZACIÓN DEL EMPRESARIADO ESPAÑOL

Las características del colectivo empresarial observable en un momento dado son el resultado de complejas interacciones en el mercado. La conjunción de la oferta y la demanda de empresarios que realiza la economía a lo largo del tiempo define las características y el número de empresarios que constituyen cada una de las cohortes. Sin embargo, las características finalmente observables en el colectivo se ven afectadas por el proceso de selección realizado por el mercado que va expulsando a los empresarios menos hábiles, menos afortunados o que simplemente se retiran por su edad.

A) Principales rasgos

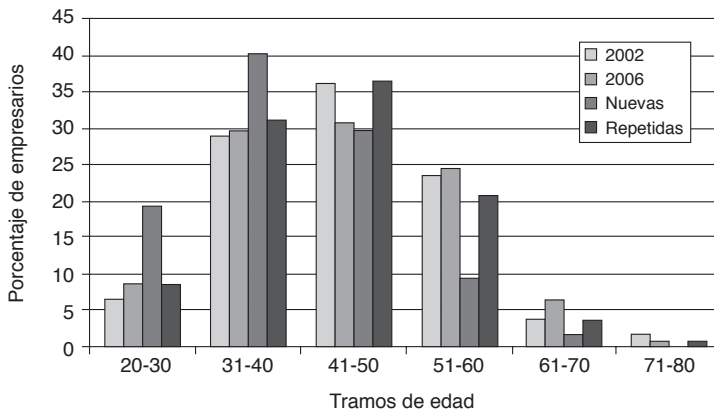
La mayor parte de los empresarios son hombres. La presencia de las mujeres sigue siendo reducida entre el empresariado español, al igual que ocurre en el resto de los países desarrollados, aunque afortunadamente las diferencias parecen estar reduciéndose rápidamente. Así la participación de las mujeres ha pasado de no llegar al 10 por 100 en 2002 a superar el 13 por 100 en 2006. La participación de las mujeres en las empresas más nuevas —las creadas desde 2001— ha crecido de forma espectacular llegando a superar el 20 por 100. Las mujeres están especialmente presentes en las empresas con menos de 20 trabajadores donde alcanzan el 15 por 100; entre las empresas más grandes, aquellas que superan los 100 trabajadores, su participación es sensiblemente inferior, llegando apenas al 5 por 100.

a) *Edad y género*

En términos de edad, los empresarios muestran una amplia dispersión en torno a la media, que es de 45 años. La mayor parte de los empresarios se encuentran en la edad madura, casi el 60 por 100 del total de empresarios tiene entre 30 y 49 años, un 26 por 100 se halla en la cincuentena, superando esta edad un significativo 9 por 100. El porcentaje de empresarios con 30 o menos años es bastante reducido, suponiendo

sólo el 8,5 por 100 del total. Sin embargo, y como era de esperar, se observa una presencia mucho mayor entre las empresas de nueva creación donde prácticamente alcanza el 20 por 100 (gráfico 3.3). Respecto a los datos de 2002 se observa una distribución más plana en la que las edades extremas tienen una mayor participación, lo que debe valorarse en términos positivos pues es indicativo de un mayor grado de apertura a nuevos tipos de empresarios.

GRÁFICO 3.3
DISTRIBUCIÓN POR EDADES DE LOS EMPRESARIOS

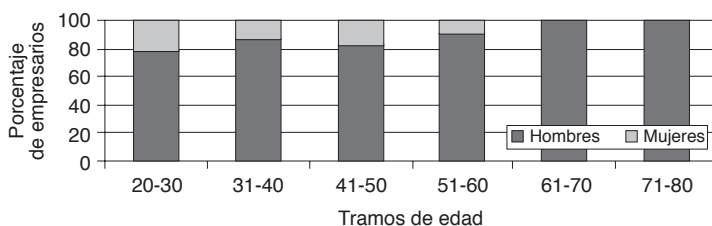


Al igual que ocurría en 2002, la participación de las mujeres es más elevada en los estratos más jóvenes de edad; pero las diferencias son significativamente menores. En la primera edición del informe se observaba una elevada concentración de mujeres en el grupo de menores de 30 años, en el que alcanzaba un tercio del total, bajando hasta cerca de un 10 por 100 en las edades comprendidas entre los 31 y los 50 y quedando prácticamente en niveles testimoniales para edades superiores. En esta segunda edición se observa un perfil sensiblemente más equilibrado, en el que las mujeres suponen aproximadamente un quinto del total de empresarios menores de 55 años, aunque confirmando su prácticamente nula presencia entre los mayores de esa edad (gráfico 3.4).

b) *Nacionalidad*

España ha sido tradicionalmente un país de emigrantes, sin embargo en los últimos años se ha producido un rápido cambio que ha llevado a que varios millones de inmigrantes hayan entrado en nuestro país. Una

GRÁFICO 3.4
DISTRIBUCIÓN POR EDADES DE LOS EMPRESARIOS



de las novedades del Informe de 2006 es la inclusión en el cuestionario de preguntas referidas a la nacionalidad del empresario con el objetivo de ir recogiendo los cambios que en este sentido se vayan produciendo en el tejido empresarial.

Los resultados obtenidos muestran que el porcentaje de extranjeros entre los empresarios es todavía muy reducido —menos del 5 por 100—. Sin embargo, es probable que este valor tan bajo sea debido al sesgo hacia empresas de cierta dimensión que caracteriza la muestra utilizada, particularmente en las empresas que repiten encuesta. La práctica totalidad de los empresarios extranjeros encuestados pertenecían a países desarrollados, básicamente comunitarios, y que declaraban en muchos casos haber sido atraídos por las bondades del clima o por las oportunidades de negocio.

No han quedado, por tanto, recogidos los empresarios surgidos entre los inmigrantes de los países menos desarrollados y que constituyen el grueso del fenómeno inmigratorio reciente.

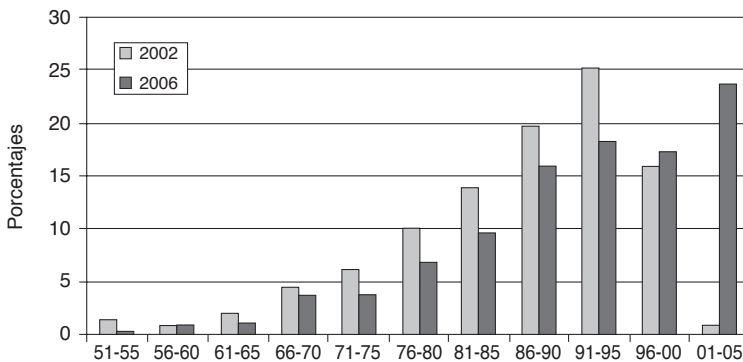
c) *Inicio de la actividad empresarial*

La distribución de los empresarios en función del año en que iniciaron su actividad muestra, al igual que ocurría en el caso de la distribución por edad de las empresas, una forma mucho más cercana a la distribución exponencial esperada, lo que confirma la mejora en la representatividad de la muestra conseguida. Los empresarios que iniciaron su actividad en épocas más recientes representan mayores porcentajes que los que lo hicieron en periodos anteriores. Las razones son tanto de orden económico como puramente vitales. Los empresarios que comenzaron su andadura más recientemente han tenido menos tiempo para que los problemas y contrariedades consustanciales a la actividad empresarial les hayan apartado del colectivo. Por otra parte, a medida

que pasa el tiempo los empresarios también van saliendo poco a poco por cuestiones de edad.

El 75 por 100, esto es, tres de cada cuatro emprendedores, comenzó su actividad con posterioridad a la entrada de España en las Comunidades Europeas en 1986. En este cambio generacional que se ha producido en el colectivo de emprendedores pueden hallarse algunas de las causas explicativas de la modernización de nuestra economía y la creciente presencia de nuestras empresas en el exterior (gráfico 3.5).

GRÁFICO 3.5
AÑO DE INICIO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL



La edad media con la que los empresarios comienzan su actividad es de 30 años, aunque la edad más frecuente es de 26 años. Estos valores coinciden con los observados internacionalmente por el Global Entrepreneurship Monitor.

La llegada a la edad madura, la finalización de los estudios o la sucesión generacional en empresas familiares son hitos personales que suponen el comienzo de su actividad para muchos empresarios. Así, dos tercios del total de empresarios comenzaron con entre 25 y 45 años de edad, un 25 por 100 lo hizo con menos de esa edad, mientras que apenas un 5 por 100 lo hizo con una edad superior (gráfico 3.6).

En el apartado C), dedicado a la decisión de convertirse en empresario, se ahondará en este aspecto.

Como ya se observó en el anterior informe, la dispersión de las edades con las que se comienza a ser empresario son significativamente distintas entre hombres y mujeres (gráfico 3.7). Las mujeres muestran una concentración mucho mayor que los hombres debido a factores sociales

GRÁFICO 3.6
EDAD DE INICIO EN LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

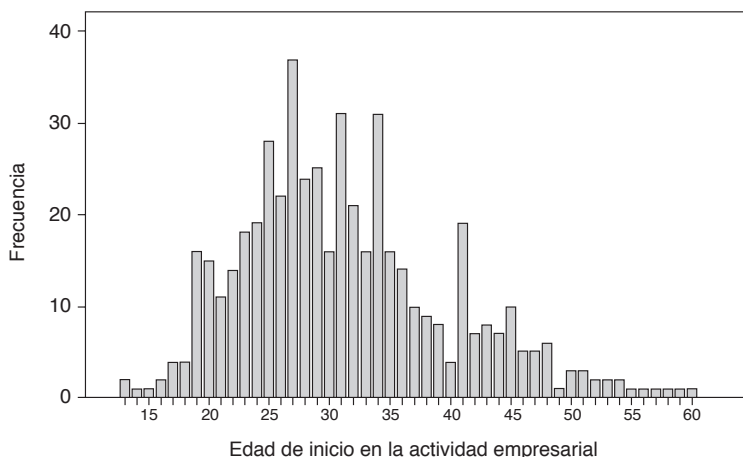
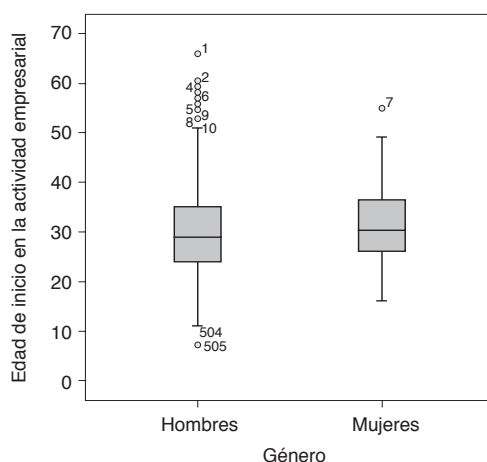


GRÁFICO 3.7
DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO DE LA EDAD DE INICIO
DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL



y personales que no favorecen que se conviertan en empresarias a edad temprana pero tampoco los inicios tardíos.

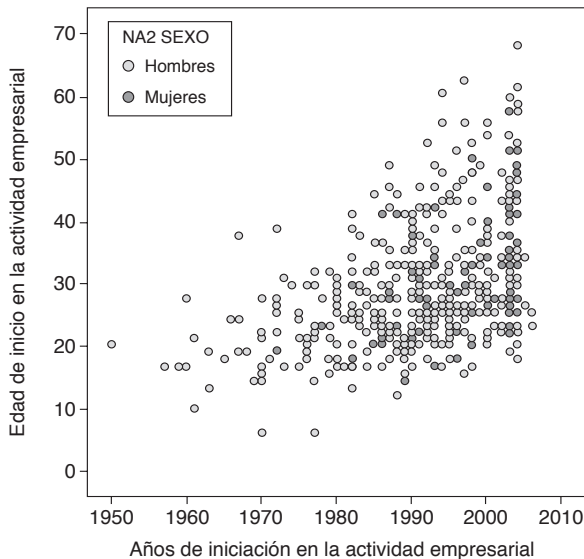
Los empresarios que comienzan su actividad en la adolescencia y primera juventud suelen hacerlo por motivos de necesidad, ya que cuando ésta no existe se tiende a comenzar más tarde, cuando se fina-

lizan los estudios y se alcanza cierta autonomía personal. Tradicionalmente, han sido a los hijos varones a los que en situaciones familiares difíciles se les ha asignado la responsabilidad de sacar a la familia adelante ya fuera buscando trabajo, creando una empresa o continuando con el negocio familiar, mientras que a las niñas se las ha relegado a otras funciones. También ha resultado tradicionalmente difícil que una mujer se convirtiera en empresaria a una edad avanzada, pues la menor experiencia profesional previa respecto a los hombres dificultaba el paso.

Aunque un análisis meramente descriptivo de los datos no permite afirmarlo con rotundidad, ya que resulta difícil controlar el efecto del envejecimiento de la población de empresarios, parece confirmarse que en los últimos años ha venido produciéndose un ensanchamiento en la edad con la que los empresarios comienzan su actividad, no siendo ya extraño ver personas con cincuenta años o más. En el gráfico 3.8 puede observarse cómo en el colectivo actual de empresarios hay un porcentaje importante que en los últimos años comenzaron su andadura con una edad avanzada. En efecto, el retiro por edad no parece ser la única causa, ya que muchos de ellos todavía no han alcanzado la edad de jubilación.

GRÁFICO 3.8

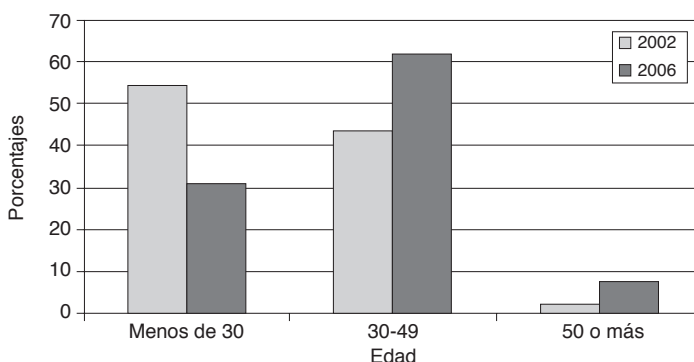
AÑO DE INICIO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL Y EDAD DEL EMPRENDEDOR CUANDO COMENZÓ



La comparación de las encuestas de 2002 y 2006 confirma esta apreciación, aunque debe ser tomada con cautela debido a la escasa representación de las empresas jóvenes en la encuesta de 2002. Así, las submuestras referidas a los empresarios que comenzaron los cuatro años previos, esto es, entre 1999 y 2002 y entre 2003 y 2006, indican que la edad media ha subido en cinco años de forma sustancial, pasando de 30,6 a 35,2 y que el porcentaje de mayores de 50 años ha pasado de poco más del 2 por 100 hasta un 7,5 por 100 (gráfico 3.9).

GRÁFICO 3.9

EDAD DE INICIO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL



Estos resultados son similares a los obtenidos a finales de la década de los noventa por HAYTER (1997), quien observó un paulatino proceso de envejecimiento de la población de empresarios que achacó a unas crecientes necesidades de cualificación técnica y de mayores recursos financieros que son difíciles de obtener en la juventud.

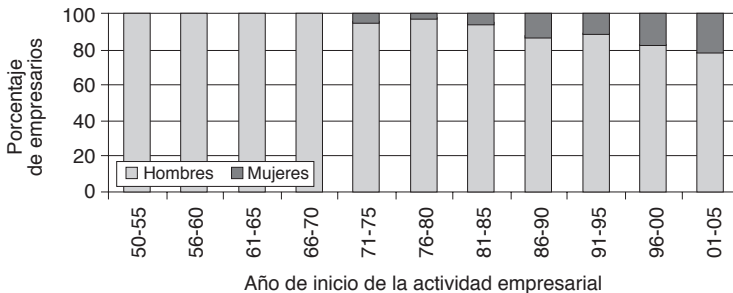
La comparación por géneros del gráfico 3.8 y, más claramente el gráfico 3.9, pone de manifiesto las dificultades que tradicionalmente han tenido las mujeres para acceder al mercado de empresarios. No hay en la muestra empresarias que comenzaran su actividad con anterioridad a la década de los setenta, lo que parece indicar que no es hasta este periodo cuando comienzan a eliminarse las barreras a su entrada. Sin embargo, la tendencia observada a que las mujeres abandonen la actividad empresarial con una menor edad que los hombres puede alterar esta interpretación, ya que las inferencias realizadas no se basan en una verdadera serie temporal sino en la interpretación de los valores contemporáneos.

Asimismo, se observa que en general, pero especialmente hasta mediados de la década de los ochenta, las mujeres empiezan su actividad con una edad sensiblemente inferior a la de los hombres. Las causas de esas

diferencias de edad se hallan probablemente en que tradicionalmente sólo las mujeres más jóvenes —al contar con un mayor grado de preparación y estar más liberadas— eran capaces de poner en marcha una empresa.

Aunque no parece haber dudas sobre las mayores dificultades que las mujeres hayan tenido —y probablemente siguen teniendo— para convertirse en empresarias no parece que una vez lo han conseguido existan diferencias significativas en su actividad respecto a los hombres (gráfico 3.10).

GRÁFICO 3.10
DISTRIBUCIÓN POR SEXOS DEL AÑO DE COMIENZO
DE LA ACTIVIDAD 2006



Se preguntó a las mujeres emprendedoras si habían experimentado especiales dificultades en su actividad profesional por su condición de mujer. Los resultados obtenidos mostraron que más del 90 por 100 de ellas opinan que no han experimentado problemas distintos o mayores que sus colegas hombres. Un reducido porcentaje señaló una menor credibilidad en las negociaciones y problemas de autoridad con los subalternos. Merece destacarse el caso de una empresaria que comenzó su actividad en los setenta que señaló la existencia de problemas legales específicos derivados de la falta de igualdad jurídica entre géneros que caracterizó el periodo preconstitucional.

Análogamente, se preguntó a las mujeres si habían experimentado alguna ventaja ligada a su género. Los resultados obtenidos indicaron que cerca del 95 por 100 no han tenido ninguna ventaja u oportunidad específica por el hecho de ser mujer. En muy pocos casos, algunas mujeres manifestaron haber disfrutado de una mayor flexibilidad en las negociaciones, unas mayores dotes organizativas y de ayudas públicas específicas.

La abrumadora mayoría de mujeres que señalan la inexistencia de problemas específicos a su género parece indicar que la actividad empresarial, a diferencia de otros entornos sociales, es bastante neutral respecto a la participación femenina. El principio de «el negocio es el negocio» parece jugar a favor de las mujeres, haciendo que el mercado en su búsqueda de la eficiencia y el máximo beneficio no las discrimine a éstas.

En este sentido parece que las ayudas públicas tendentes a paliar la discriminación femenina deben dirigirse fundamentalmente a facilitar que las mujeres se conviertan en empresarias en lugar de favorecer el desenvolvimiento empresarial posterior, en el que no parece existir discriminación por género.

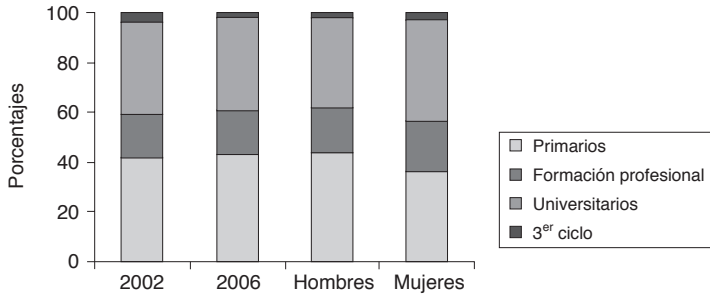
Aunque los resultados apuntados parecen sólidos, existe la posibilidad de que estuvieran afectados por un problema de autoselección. Si la discriminación hacia las mujeres fuera tan fuerte que no consiguieran sobrevivir en el mercado. Como aquellas que la sufren y sólo quedarán las que no la han padecido, podrían también darse, paradójicamente, estos resultados de falta de discriminación.

d) Estudios y formación

El bajo nivel de estudios del empresariado español observado en la anterior edición del informe, lejos de mejorar, muestra cierta tendencia al empeoramiento o, en el mejor de los casos, al estancamiento. En todo caso, la comparación de los resultados de 2002 y 2006 ha de hacerse con cierta cautela debido a la mejora de la representatividad de la muestra más reciente, en la que se ha eliminado, en buena medida, el sesgo hacia las empresas de mayor dimensión de que adolecía la de 2002 y que derivaba en una infraponderación de las nuevas empresas, en las que el nivel educativo de los empresarios es algo superior, al menos en lo que respecta a los niveles formativos más bajos.

El porcentaje de empresarios con bajo nivel formativo se mantiene alrededor del 42 por 100, la misma estabilidad muestra el porcentaje de empresarios con estudios universitarios que repite con una participación cercana al 37 por 100. Los principales cambios se producen en el ámbito de los estudios de formación profesional y sobre todo de los estudios de postgrado. Los primeros crecen ligeramente hasta alcanzar el 18 por 100 a costa de una muy sensible reducción del número de empresarios con estudios de tercer ciclo que prácticamente desaparece (gráfico 3.11). Este sorprendente resultado sólo puede entenderse en un entorno económico de creciente necesidad de cualificación en las empresas, por un crecimiento de la propensión de los estudiantes de postgrado a trabajar por

GRÁFICO 3.11
NIVEL DE ESTUDIOS DEL EMPRESARIO

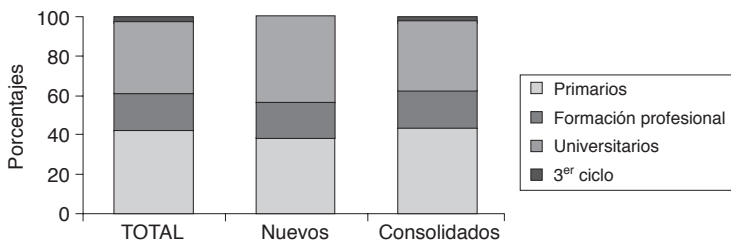


cuenta ajena. Pero también cabría interpretar el menor interés o la menor facilidad de los universitarios con postgrados a acceder al mercado empresarial. Estos aspectos, sin duda de gran interés, requerirán de estudios específicos en el futuro.

Como ya se puso de manifiesto en el I Informe de la actividad emprendedora, el nivel de formación de las mujeres es significativamente mayor que el de los hombres, superándolos en todos los tipos de formación —exceptuando, naturalmente, los primarios—, siendo especialmente notable la diferencia en los estudios de tercer ciclo donde su participación duplica ampliamente a la de los hombres.

Los empresarios que iniciaron su actividad con posterioridad al año 2000 muestran un perfil de cualificación superior al de los empresarios que lo hicieron con anterioridad, elevándose el porcentaje de empresarios con estudios universitarios hasta el 43 por 100, superando ampliamente el porcentaje de los empresarios con estudios primarios, que sólo es del 38 por 100 (gráfico 3.12).

GRÁFICO 3.12
NIVEL DE ESTUDIOS DEL EMPRESARIO 2006

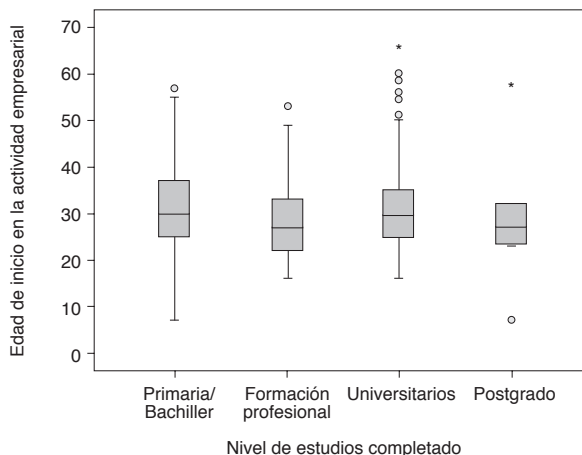


Frente a este aspecto positivo contrasta el dato preocupante de la fuerte reducción en el número de empresarios con estudios de tercer ciclo. La reducción de este tipo de estudios entre los empresarios más nuevos llega al punto de que todos los empresarios de la muestra que declararon tener estudios de tercer ciclo comenzaron su actividad antes del año 2001. La explicación podría estar en cierta naturaleza anticíclica de los estudios de postgrado. Cuando la economía se encuentra en una fase de estancamiento resulta más rentable desde el punto de vista del futuro empresario dedicar más tiempo y esfuerzos a mejorar su preparación, esperando, a la vez, una mejora de la coyuntura. Por el contrario, cuando la economía está en una fase de fuerte expansión resulta más adecuado crear la empresa cuanto antes, ya que la bonanza de la coyuntura compensa los mayores riesgos que una menor formación puede acarrear.

Como era previsible, cuanto más alto es el nivel de formación más concentrada se halla en torno a la finalización del periodo de estudios. Las razones de este comportamiento, ya detectado en el anterior estudio, se encuentran en la dificultad para acometer un proyecto empresarial durante el proceso educativo y en la existencia de unos mayores incentivos para rentabilizar el capital humano adquirido convirtiéndose rápidamente en empresario, antes de que el paso del tiempo vuelva obsoletos los conocimientos. Si la inversión en capital humano es reducida, los costes esperables de la posposición son bajos; por el contrario, si la inversión ha sido elevada, dilatar su rentabilización supone un mayor riesgo (gráfico 3.13).

GRÁFICO 3.13

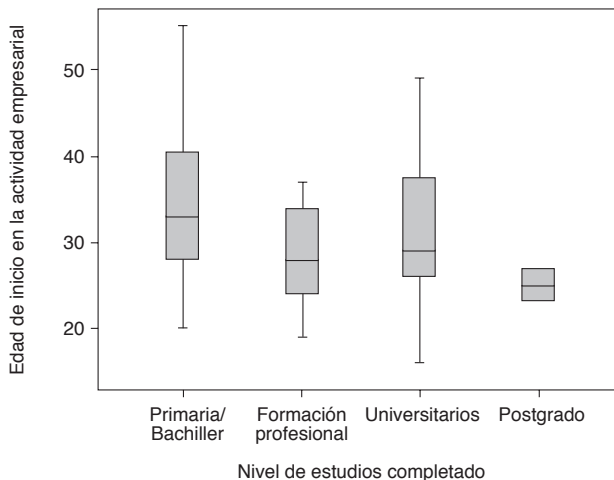
NIVEL DE ESTUDIOS Y EDAD DE INICIO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL (TOTAL EMPRESARIOS)



Como ya ha sido señalado con anterioridad, las mujeres muestran una mayor concentración que los hombres en la edad de comienzo de la actividad emprendedora, no siendo habitual que comiencen con menos de 20 años ni con más de 50 (gráfico 3.14). No se produce la entrada de mujeres jóvenes sin estudios —o no llegan a alcanzar la madurez empresarial que supone la elaboración de las cuentas anuales y, por tanto, no son recogidas en la muestra—, lo que supone cierto apoyo a la idea ya desarrollada anteriormente de que las mujeres no suelen constituirse como empresarias en su juventud por motivo de necesidad, como hacen frecuentemente los hombres.

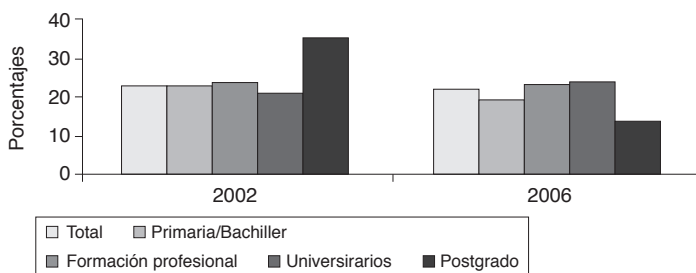
GRÁFICO 3.14

NIVEL DE ESTUDIOS Y EDAD DE INICIO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL ENTRE LAS MUJERES



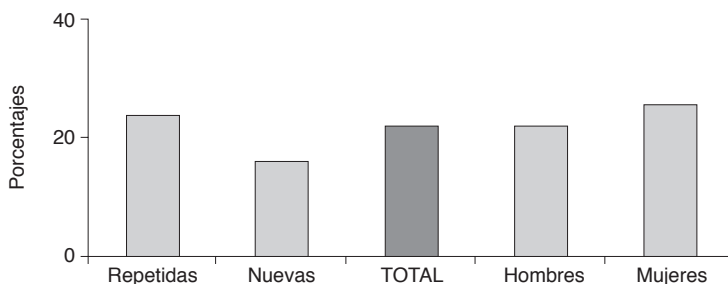
De forma similar a lo que ocurría en 2002, cerca de la cuarta parte de los empresarios tiene algún tipo de estudio complementario, distinto a su formación principal y que consideran que ha influido de forma importante en su actividad. La principal diferencia entre la edición anterior del Informe y la actual se encuentra, de nuevo, entre los empresarios con estudios de postgrado. Mientras que en 2002 el porcentaje de individuos con este tipo de formación que contaba con algún otro tipo de formación complementaria superaba ampliamente la media del colectivo empresarial llegando a superar el 35 por 100, en la actualidad el porcentaje ha caído prácticamente a la mitad, convirtiéndose ahora en el grupo con una menor formación complementaria (gráfico 3.15).

GRÁFICO 3.15
ESTUDIOS COMPLEMENTARIOS POR NIVEL



La formación complementaria, al igual que le ocurría a la formación de postgrado, muestra una clara reducción de su presencia entre los nuevos empresarios (gráfico 3.16). Así, mientras que entre los empresarios que comenzaron su actividad con anterioridad al año 2001 el porcentaje de individuos con formación complementaria alcanza el 24 por 100, entre los empresarios más noveles no alcanza el 15 por 100.

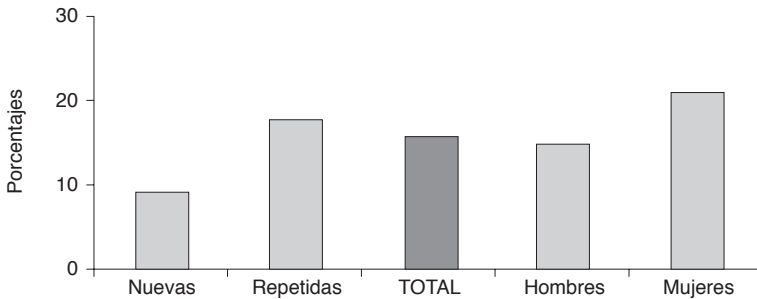
GRÁFICO 3.16
ESTUDIOS COMPLEMENTARIOS EN 2006



Por género, las mujeres siguen mostrando una mayor formación en estudios complementarios que los hombres (un 25 por 100 frente al 21 de éstos); esta tendencia se reproduce tanto entre las nuevas emprendedoras como entre aquellas que iniciaron hace más tiempo su actividad.

Para cubrir las posibles lagunas en su formación antes de comenzar su periplo, algunos empresarios, un 15 por 100, llevan a cabo programas formativos específicos. El porcentaje de mujeres que los realizan es significativamente superior al de los hombres, el 20 por 100 frente al 14 por 100 (gráfico 3.17).

GRÁFICO 3.17
 REALIZACIÓN DE UN PLAN DE FORMACIÓN PREVIO 2006

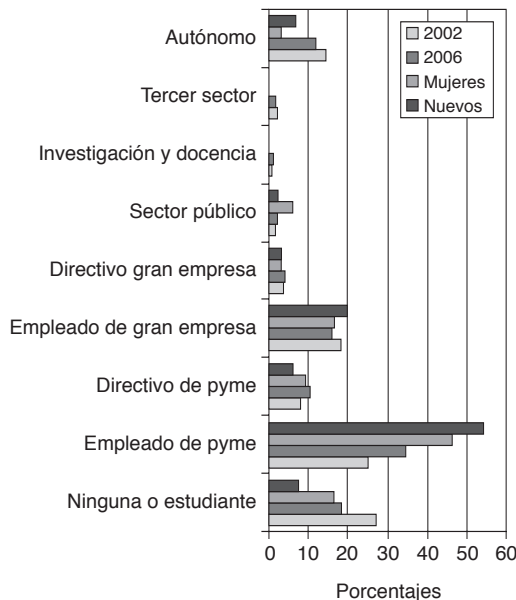


e) *Experiencia y ocupación previas*

La formación del empresario no deriva únicamente de su educación, la experiencia profesional desempeña en muchos casos un papel al menos tan importante.

En las siguientes líneas se estudia la procedencia de los empresarios en función de su actividad profesional previa (gráfico 3.18).

GRÁFICO 3.18
 OCUPACIÓN ANTERIOR DEL EMPRESARIO



Apenas el 18 por 100 de los empresarios declaró que no había desempeñado previamente ninguna actividad profesional, fundamentalmente porque se encontraban en su etapa de formación académica.

Este reducido porcentaje de empresarios sin experiencia previa en España es coincidente con el obtenido a nivel internacional (PATCHELL, 1991) y contrasta con los valores más altos obtenidos en la encuesta de 2002. Este resultado se debe fundamentalmente a los nuevos empresarios, que muestran una proporción especialmente baja de personas sin experiencia profesional previa (7,5 por 100).

Paralelamente, se ha producido un aumento de la proporción de empresarios que declara haber sido empleado de pequeñas y medianas empresas, pasando de un 25 por 100 en la anterior encuesta a cerca de un 35 por 100 en la actualidad.

A cierta distancia, con el 16 y el 12 por 100 respectivamente, se encuentran los empresarios que en su actividad anterior eran empleados de gran empresa y autónomos. Los empresarios que anteriormente eran directivos de pequeñas y medianas empresas suponen algo más del 10 por 100. Aunque los empresarios que eran directivos de grandes empresas suponen un reducido porcentaje que apenas supera el 3 por 100, en términos relativos es importante dada la escasa representación de la gran empresa en el tejido empresarial español.

El resto de los grupos analizados tiene una participación muy escasa. Resulta interesante destacar el reducido número de empresarios que proceden de la investigación y la docencia. En otros países resulta habitual que investigadores que en el curso de su actividad han realizado algún tipo de innovación acaben creando su propia empresa.

En general, las mujeres muestran una experiencia profesional previa similar a la de los hombres, destacando únicamente una mayor proporción de antiguas empleadas de pyme y una muy escasa participación de autónomos.

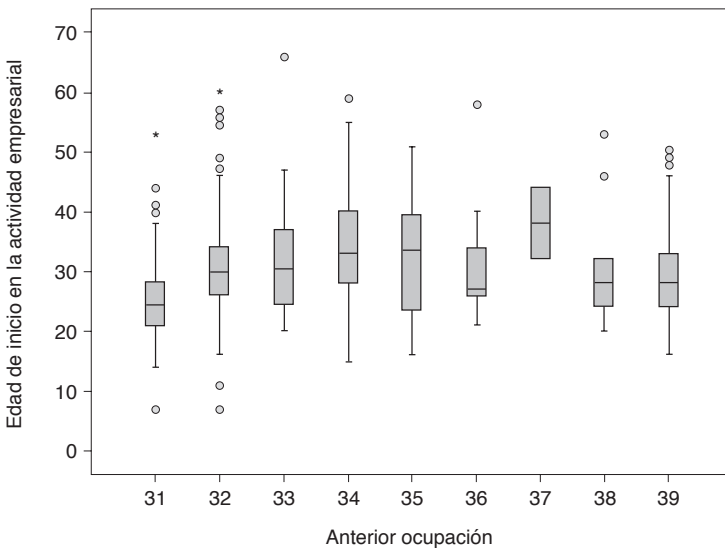
Como ya quedó patente en la encuesta de 2002, la ocupación anterior del empresario está muy relacionada con la edad con la que comienza su actividad empresarial. Así, los empresarios que comienzan a una edad más temprana son aquellos que no han realizado ninguna actividad previa o eran estudiantes; por el contrario, los que comienzan la actividad empresarial más tarde son los que proceden de la gran empresa, ya sea como trabajadores o, especialmente, como gerentes o directivos, aunque probablemente debido a razones muy distintas.

En muchos casos, los trabajadores de grandes empresas que sufren procesos de reestructuración de plantillas deciden convertirse en empre-

sarios movidos por las dificultades para encontrar empleo, especialmente cuando tienen cierta edad, y a la disponibilidad de ciertos recursos financieros procedentes de las indemnizaciones por despido. En otros casos, menos traumáticos, las causas de que los trabajadores de las grandes empresas tarden cierto tiempo en convertirse en empresarios derivan de que necesitan cierto tiempo para adquirir los recursos y los conocimientos necesarios para poner en marcha su proyecto empresarial.

Respecto a los antiguos directivos y gerentes la causa de su tardanza en comenzar su andadura empresarial se debe fundamentalmente al tiempo necesario para llegar a adquirir dichos estatus (gráfico 3.19)

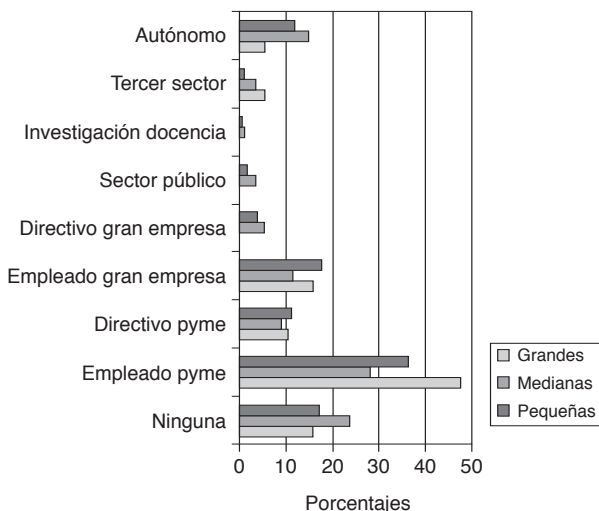
GRÁFICO 3.19
 EDAD DE INICIO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL
 Y OCUPACIÓN PREVIA



31: Ninguna o estudiante; 32: Empleado pyme; 33: Director/Gerente pyme; 34: Empleado de gran empresa; 35: Director/Gerente de gran empresa; 36: Trabajador en la administración pública; 37: Investigador/Docente; 38: Trabajador en otras entidades sin ánimo de lucro, y 39: Profesor independiente, autónomo.

Por tamaños de empresa no se observan grandes diferencias (gráfico 3.20). La mayor parte de los empresarios de las empresas pequeñas, aproximadamente uno de cada tres, ha sido empleado de pyme. A cierta distancia, con alrededor del 17 por 100, se encuentran los que anteriormente eran empleados de gran empresa o no tienen experiencia

GRÁFICO 3.20
 OCUPACIÓN ANTERIOR DEL EMPRESARIO POR TAMAÑO
 EMPRESARIAL, 2006



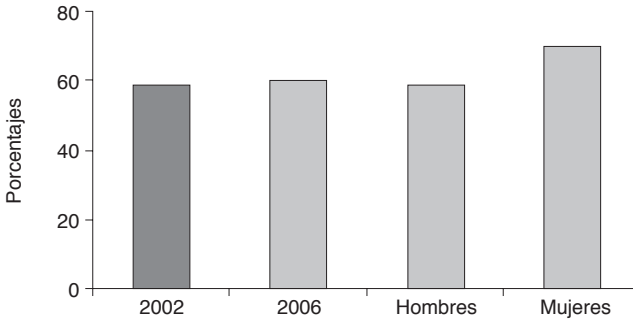
previa. La procedencia de los empresarios de las medianas empresas y grandes es bastante similar a la de las pequeñas. Los únicos hechos destacables son el gran porcentaje de antiguos empleados de pyme entre los empresarios de grandes empresas y la nula presencia entre éstos de directivos de grandes empresas.

f) *Tradición y valoración familiar*

El entorno familiar aparece en la literatura sobre el tema como uno de los aspectos que más influye en la génesis de nuevos emprendedores, afectando tanto a la cantidad como a las características de los mismos. El tejido empresarial español lo corrobora. Una amplia mayoría de empresarios, casi dos de cada tres, manifiestan que en su familia existe cierta tradición empresarial. Además, esta relación entre familia y actividad emprendedora parece bastante estable en el tiempo, no observándose cambios importantes entre las dos encuestas realizadas. La importancia del entorno empresarial en la generación de nuevos empresarios cobra su verdadera importancia si se tiene en cuenta que las familias de los empresarios sólo suponen un reducido porcentaje en la sociedad, lo que indica que la tasa de surgimiento de emprendedores en su seno es muy superior a la del resto de las familias. La importancia del entorno fami-

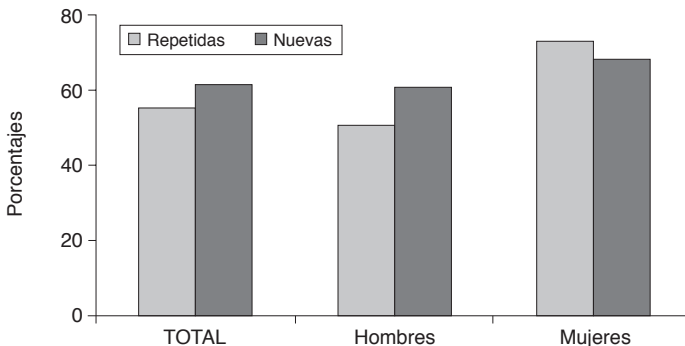
liar es mayor entre las mujeres: un 70 por 100 de ellas pertenece a una familia con alguna tradición empresarial, mientras que el porcentaje entre los hombres no llega al 60 por 100 (gráfico 3.21).

GRÁFICO 3.21
TRADICIÓN EMPRESARIAL EN LA FAMILIA



Los empresarios más recientes presentan unas tasas de tradición empresarial algo superiores a la mostrada por los ya consolidados, lo que parece indicar que el entorno familiar sigue manteniendo su importante rol en el surgimiento de vocaciones y proyectos empresariales; ello contrasta con los resultados obtenidos en 2002, que indicaban una pérdida de importancia entre los empresarios varones y un mantenimiento entre las mujeres atribuido al mayor papel protector que desempeñaban para ellas las familias. Por el contrario, se observa una tendencia a la igualación entre géneros de la importancia de este factor (gráfico 3.22).

GRÁFICO 3.22
TRADICIÓN EMPRESARIAL EN LA FAMILIA 2006



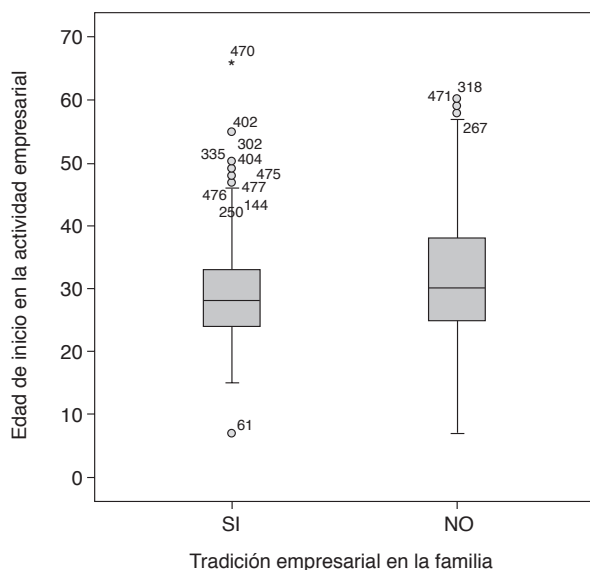
La pertenencia a una familia emprendedora aunque favorece la entrada no parece incidir de forma significativa sobre las posibilidades de éxito del empresario (VAN PRAAG, 1999). El éxito, como se verá más adelante, depende de factores que requieren del esfuerzo continuado —y de la suerte— del empresario y que por tanto no pueden ser heredados.

Cierta evidencia de ello puede apreciarse en el hecho de que entre los empresarios consolidados la proporción de los que tienen tradición familiar no es sensiblemente mayor que entre los nuevos, antes al contrario aparece como algo inferior. Una posible explicación de ello es que la pertenencia a una familia emprendedora puede inducir naturalmente el desarrollo de una iniciativa nueva, pero también llevar consigo una presión sobre el emprendedor en ciernes para que ponga en marcha su proyecto empresarial cuanto antes, con consecuencias negativas sobre las posibilidades de supervivencia.

El hecho de que los emprendedores pertenecientes a una familia emprendedora inicien su actividad a una edad algo más temprana y sensiblemente más concentrada en torno a la primera madurez que el resto de los empresarios parece corroborar esta hipótesis (gráfico 3.23). En todo caso, la falta de robustez de los resultados requiere de un estudio

GRÁFICO 3.23

INCIDENCIA DE LA TRADICIÓN FAMILIAR EN LA EDAD DE INICIO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL



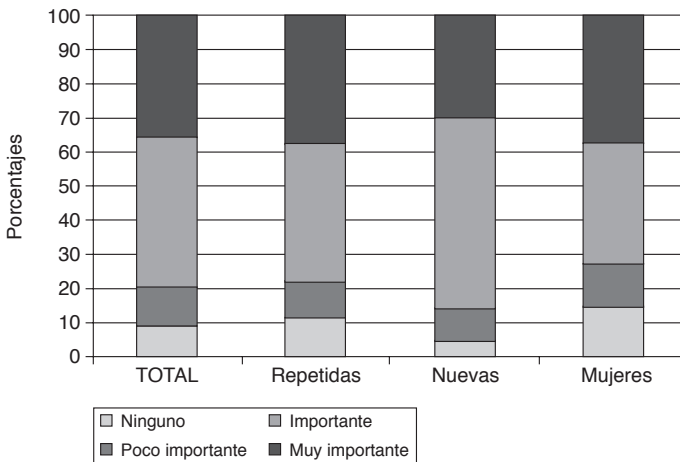
más detallado que sobrepasa los objetivos meramente descriptivos de este trabajo.

La familia desempeña un papel que va más allá de la posible ayuda directa en la creación y supervivencia del proyecto empresarial; supone un sostén personal difícilmente sustituible que incide directamente en la actividad diaria del empresario.

Prueba de ello es que el 80 por 100 de los empresarios valoró el apoyo de sus familiares en la creación y desarrollo de su empresa como importante o muy importante. Esta alta valoración del papel de la familia no decae entre los nuevos empresarios, antes al contrario, se eleva hasta alcanzar el 85 por 100, aunque se reduce el porcentaje de los que lo consideran como muy importante, fruto tal vez de unos tiempos en los que las relaciones familiares en esencia se mantienen aunque se han hecho algo más laxas. Por géneros destaca la menor valoración que hacen las mujeres de la ayuda familiar (gráfico 3.24).

GRÁFICO 3.24

VALORACIÓN DEL APOYO FAMILIAR



B) Las motivaciones personales

Las motivaciones que hacen que un individuo decida tomar el arduo camino de la actividad empresarial son múltiples, influyendo tanto los aspectos económicos como los personales y sociales.

Para analizar estas motivaciones desde la perspectiva del propio empresario se preguntó, al igual que se hizo en la anterior edición de la

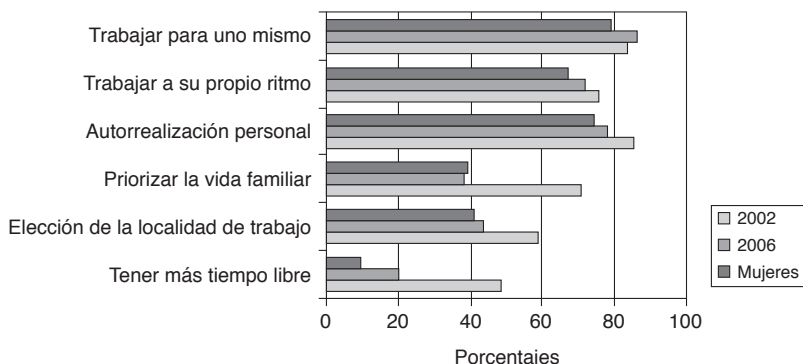
encuesta, cuál era su valoración personal de las diversas motivaciones que la literatura al respecto considera como más relevantes. Las respuestas se agruparon en tres grupos siguiendo los criterios utilizados por PATCHELL (1991): las relacionadas con la calidad de vida, las que afectan a la satisfacción que produce el trabajo realizado y las que afectan a la renta obtenida.

En los gráficos siguientes se muestra el porcentaje de empresarios que consideraron que las motivaciones a las que se hacía referencia eran bastantes o muy importantes y su comparación respecto a los valores obtenidos en 2002.

Desde el punto de vista de la calidad de vida, las motivaciones más importantes fueron las relacionadas con la esfera laboral: trabajar para uno mismo, la autorrealización personal y trabajar a su propio ritmo, todas ellas con valoraciones altas en más del 70 por 100 de los encuestados. A bastante distancia de éstas se encuentran las ligadas con la esfera personal: la elección de la localidad de trabajo y la priorización de la vida familiar, ambas con porcentajes cercanos al 40 por 100. Por último, con un porcentaje de apenas el 20 por 100 se halla la posibilidad de tener más tiempo libre (gráfico 3.25).

GRÁFICO 3.25

MOTIVACIONES PARA SER EMPRESARIO 2006 (CALIDAD DE VIDA)



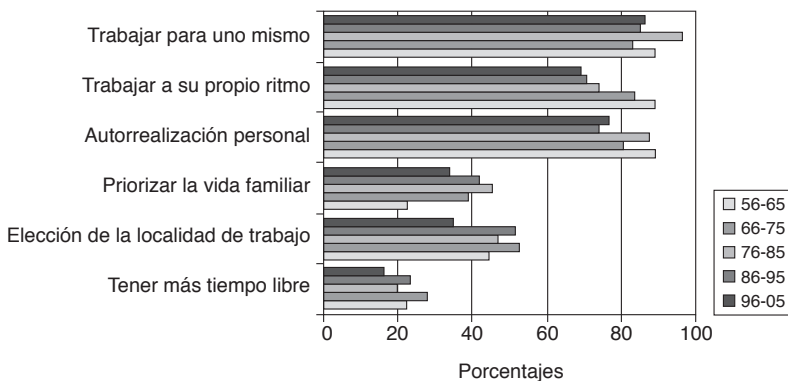
La comparación con los datos de 2002 ofrece una reducción prácticamente general de las motivaciones ligadas a la calidad de vida, siendo las diferencias especialmente significativas en las más ligadas al ámbito personal. No hay diferencias importantes entre hombres y mujeres con la excepción del motivo «tener más tiempo libre», donde las mujeres muestran una valoración sensiblemente más baja. Este resultado con-

trasta con el obtenido en la anterior encuesta, en la que las motivaciones relacionadas con la calidad de vida tenían una mayor relevancia entre las mujeres que entre los hombres.

La comparación de las valoraciones que hacen los empresarios de los factores relacionados con la calidad de vida en función del momento en que comenzaron su actividad muestra cierta tendencia a la reducción (gráfico 3.26). Los motivos relacionados con la calidad del trabajo, aunque son muy importantes para todos los empresarios encuestados, tienen todavía una mayor relevancia entre aquellos que comenzaron su andadura en la etapa de desarrollo de los sesenta y primeros setenta. Los motivos personales son, sin embargo, especialmente relevantes entre los que la iniciaron en los años ochenta y noventa.

GRÁFICO 3.26

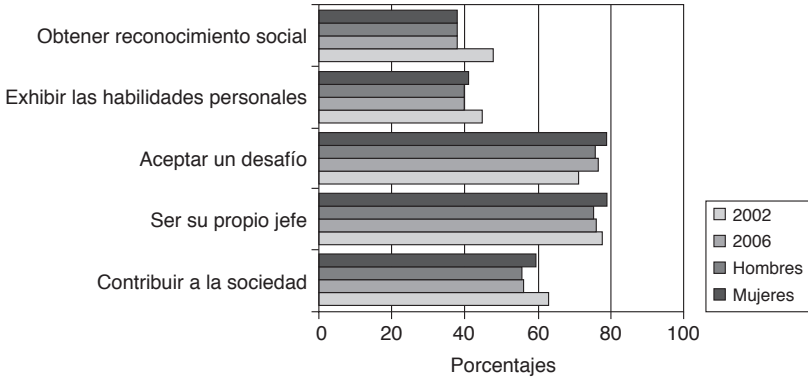
MOTIVACIONES PARA SER EMPRESARIO POR ÉPOCA DE INICIO (CALIDAD DE VIDA)



Las motivaciones relacionadas con la satisfacción laboral consideradas más importantes fueron las relacionadas con «ser su propio jefe» y «aceptar un desafío», con porcentajes superiores al 70 por 100. En una posición intermedia se encuentra «contribuir a la sociedad» con un 55 por 100.

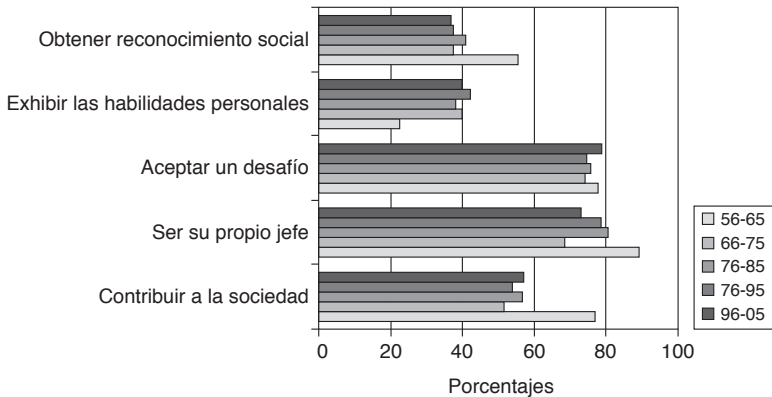
La exhibición de las habilidades personales o la obtención de reconocimiento social fueron consideradas como motivos importantes por algo menos del 40 por 100 de los empresarios encuestados (gráfico 3.27). Por géneros, las diferencias son escasas, mereciendo destacarse la fuerte recuperación entre las mujeres del motivo «contribuir a la sociedad», que de apenas un 40 por 100 en 2002 pasa a cerca del 60 por 100 en 2006.

GRÁFICO 3.27
MOTIVACIONES PARA SER EMPRESARIO 2006
(SATISFACCIÓN LABORAL)



Por cohortes de inicio en la actividad emprendedora no se aprecian grandes diferencias con la salvedad del grupo de empresarios más veteranos, aquellos que comenzaron entre 1956 y 1965. En este reducido grupo de empresarios, las motivaciones relacionadas con la satisfacción laboral muestra un perfil distinto al que aparece en el resto. Así, la obtención de reconocimiento social, contribuir a la sociedad y, en menor medida, ser su propio jefe son motivos que tienen una especial relevancia. Por el contrario, la exhibición de las habilidades personales tiene un papel muy reducido (gráfico 3.28).

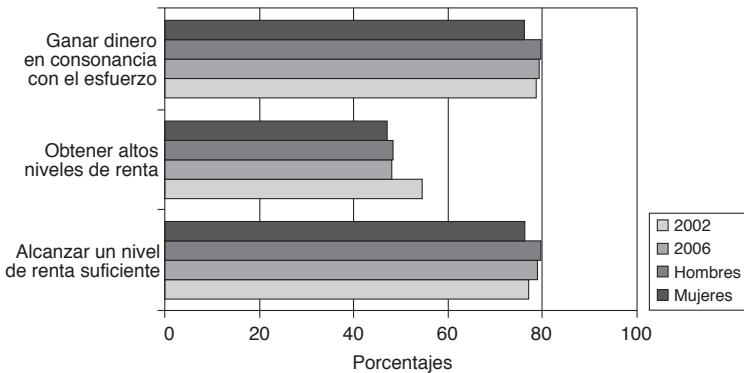
GRÁFICO 3.28
MOTIVACIONES PARA SER EMPRESAS POR ÉPOCA DE INICIO
(SATISFACCIÓN LABORAL)



Respecto a los aspectos ligados con la obtención de renta, la mayor parte de los empresarios consideró importante la obtención de rentas en consonancia con el esfuerzo realizado y la consecución de un nivel de vida adecuado, y sólo en menor medida la obtención de altos niveles de renta (gráfico 3.29). Parece así, como ya se observó en 2002, que el empresario pretende obtener desde el punto de vista económico unos niveles de vida satisfactorios para él y su familia, más que buscar de forma prioritaria una alta retribución por su actividad.

GRÁFICO 3.29

MOTIVACIONES PARA SER EMPRESARIO 2006 (RENTA)



El análisis por época de inicio de la actividad empresarial (gráfico 3.30) no muestra grandes diferencias entre los distintos grupos realizados. Solamente los empresarios surgidos en la década de consolidación del desarrollo económico franquista (1966-1975) muestran un esquema diferenciado, en el que la consecución de altos niveles de renta —sin demasiada consonancia con el esfuerzo— desempeña un papel determinante.

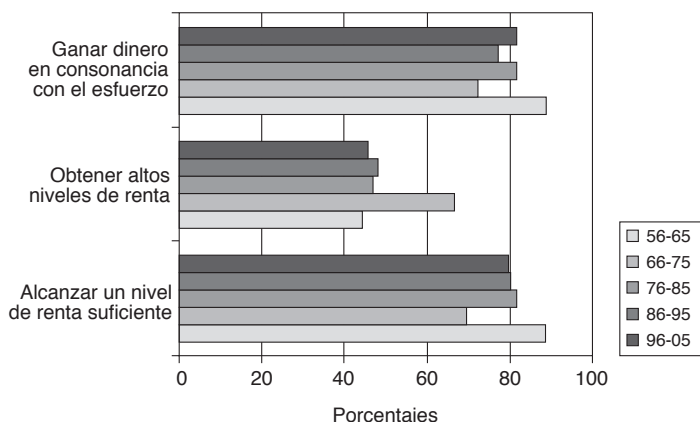
C) La gran decisión

El proceso de toma de decisiones que envuelve la puesta en marcha de un proyecto empresarial es, sin duda, uno de los aspectos más interesantes de la actividad emprendedora. Pese a ello, los estudios al respecto son relativamente pocos por las dificultades que entraña el acercamiento a este fenómeno desde la agregación que caracteriza a las estadísticas oficiales.

El estudio de cuáles son los motivos y condicionantes que influyen en la decisión de convertirse en empresario tiene gran importancia por

GRÁFICO 3.30

MOTIVACIONES PARA SER EMPRESARIO 2006 (RENTA)



su incidencia en el futuro del empresario, pero también en el plano macroeconómico.

Desde el punto de vista del propio empresario, el éxito del proyecto, al menos en los primeros años hasta su consolidación, se deben en gran medida a la idoneidad de las decisiones tomadas. La elección del momento y del lugar y, en términos más generales, del sector donde se desarrollará la actividad implica la asunción de una serie de costes hundidos que afectarán determinadamente al desarrollo futuro del proyecto, limitando y en muchos casos impidiendo la rectificación.

En el capítulo IV (apartado 2) de este trabajo, titulado «Emprendedores y creatividad competitiva», se ha realizado un estudio específico sobre esta materia. Trata de buscar evidencias sobre comportamientos empresariales asociados a actividades emergentes o al lanzamiento de productos nuevos en el mercado, relacionados con la existencia de *clusters* territoriales o sectoriales, o con el aprovechamiento de oportunidades específicas o de las ventajas que ofrece el esfuerzo tecnológico o la cooperación empresarial en la esfera de la innovación.

En el plano macroeconómico, los condicionantes de la puesta en marcha inciden sobre el flujo de empresarios que, periodo a periodo, pasan de potenciales a tempranos, según la terminología del GEM. La mayor variabilidad observada en el número de empresarios tempranos que en el de empresarios potenciales parece indicar que los cambios en las expectativas económicas influyen en la decisión de iniciar el proyecto empresarial, acelerándolo o retardándolo. Por otra parte, la ele-

vada inercia que se observa en las decisiones individuales de los empresarios afecta a la capacidad de la economía para adaptarse a los cambios, lo que puede limitar la capacidad de crecimiento a largo plazo.

A continuación se muestran los resultados obtenidos en las preguntas relacionadas con «la gran decisión», agrupados en función de su incidencia en la elección del momento, el lugar y el sector del proyecto empresarial. La elección del orden en que se presentan es en gran medida arbitraria. Dependiendo de las motivaciones de cada empresario se genera una cadena de decisiones distinta que da lugar a una variedad de tipologías de empresarios.

Así, por ejemplo, los empresarios que surgen por *necesidad* suelen tomar como dado el momento y, probablemente, el lugar, ya que sus escasos medios económicos —y probablemente sus obligaciones personales— limitan su capacidad para cambiar de localización. La elección final de sector vendría dada en gran parte por la experiencia profesional adquirida y los limitados recursos financieros.

Los empresarios que surgen por motivo *oportunidad* muestran, por el contrario, un perfil marcado típicamente por la selección inicial de sector en función de la ocasión detectada, para elegir posteriormente el lugar atendiendo a criterios fundamentalmente económicos. El momento suele venir dado también por la oportunidad, tendiéndose a aproximarlos al máximo posible al surgimiento de la oportunidad.

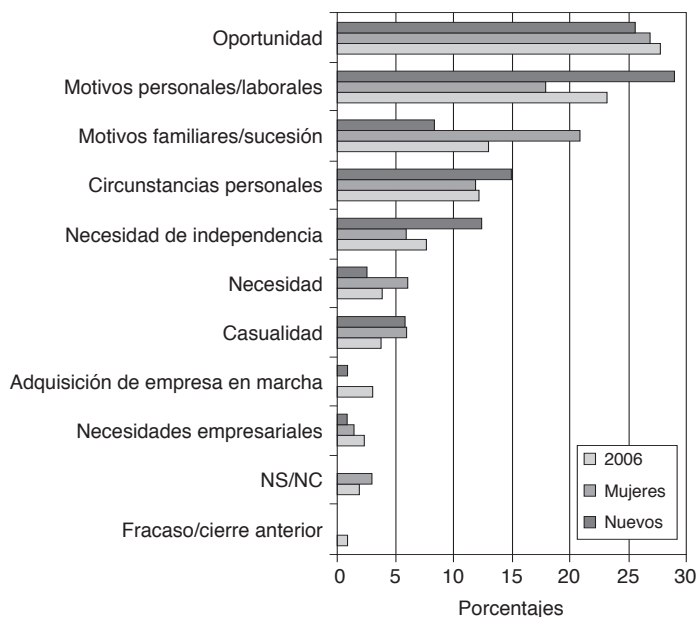
Los desencadenantes de la decisión temporal declarados por los empresarios encuestados son muy variados, pero coincidentes en líneas generales con la literatura al respecto, pudiéndose agrupar en dos grandes grupos: los relacionados con la aparición de oportunidades y los ligados a la necesidad.

De esta forma, la motivación más comúnmente declarada es «oportunidad», con casi el 28 por 100 de los casos, si a ésta se le añaden otras relacionadas en alguna medida con ella como «adquisición de empresas en marcha» o «necesidades empresariales» se alcanza aproximadamente un tercio del total.

Los motivos relacionados con la necesidad o, mejor, con cuestiones personales o familiares suponen un porcentaje sensiblemente superior, prácticamente dos tercios del total, aunque expresados a través de múltiples respuestas que en muchos casos se solapaban al menos parcialmente. El motivo «necesidad», por ejemplo, muestra un porcentaje de respuestas sorprendentemente bajo a tenor de la información ofrecida por el GEM. Sin embargo, hay indicios suficientes para pensar que tras otras respuestas más ambiguas, como «circunstancias personales» o

«motivos personales/laborales», se esconde un buen número de empresarios que tuvieron que elegir el momento de la puesta en marcha de su proyecto, apremiados por un entorno personal difícil ³ (gráfico 3.31).

GRÁFICO 3.31
MOTIVACIONES DE LA DECISIÓN DEL MOMENTO



Por géneros, las principales diferencias se aprecian en el mayor peso entre las mujeres de los motivos familiares o de sucesión en la empresa familiar, que suponen casi un 21 por 100 de los casos frente al 13 por 100 del conjunto de los empresarios. En el lado contrario, los aspectos personales y laborales desempeñan entre las empresarias un rol significativamente menor que entre sus colegas masculinos, un 18 por 100 frente a casi un 25 por 100 respectivamente.

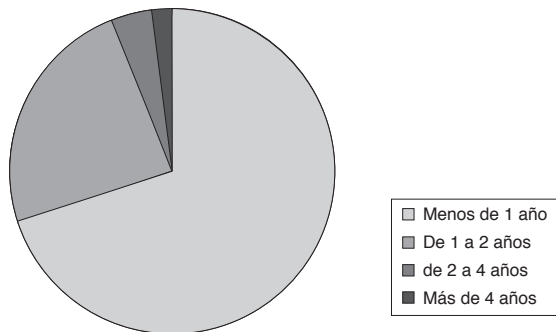
Las diferencias entre los nuevos empresarios y los empresarios ya consolidados se centran en una mayor relevancia entre los primeros de los motivos personales y laborales así como de la necesidad de independencia. Los motivos familiares y de sucesión han visto, por el con-

³ Las respuestas de este apartado no estaban cerradas con el objeto de ofrecer a los encuestados la máxima libertad, siendo codificadas con posterioridad por los miembros del equipo investigador.

trario, reducir su relevancia entre los empresarios más recientes respecto a los más experimentados.

La decisión de iniciar un proyecto empresarial no supone su inmediata puesta en marcha. La falta de recursos financieros, las trabas burocráticas o las dificultades en la localización de determinados activos necesarios pueden hacer que la puesta en marcha efectiva se retrase significativamente. En el gráfico 3.32 se muestra cómo aunque la gran mayoría de los empresarios consiguió iniciar su proyecto empresarial en menos de un año un 30 por 100 necesitó más. No se apreciaron diferencias en el tiempo requerido para la puesta en marcha efectiva entre nuevos empresarios y ya consolidados.

GRÁFICO 3.32
TIEMPO TRANSCURRIDO HASTA LA PUESTA EN MARCHA EFECTIVA



Más relevante que la decisión del momento es, si cabe, la elección del lugar, ya que esta última muestra un grado de flexibilidad mucho menor. Si el empresario advierte que el momento en que ha arrancado su empresa no es el más adecuado tiene cierta discrecionalidad para acelerar o ralentizar su desarrollo. Por el contrario, si el lugar escogido no es el más adecuado sus consecuencias seguirán, en la mayor parte de los casos, durante toda vida de la empresa.

Por ello, resulta interesante observar cómo la mitad de los empresarios escoge la localización de su empresa simplemente atendiendo a su lugar de residencia. Aunque el ámbito regional más cercano al lugar donde vive ofrece ciertas ventajas en términos de experiencia y conocimiento del mercado, los altos niveles observados parecen esconder más cuestiones de arraigo personal o de comodidad que motivaciones puramente económicas. Esta hipótesis se ve apoyada por el hecho de que un

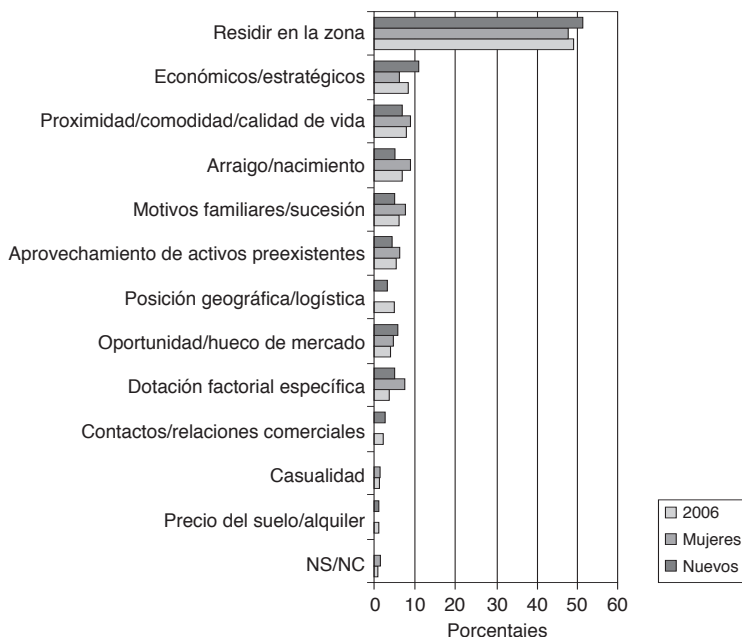
número no desdeñable de empresarios elige para localizar su empresa motivos tan alejados de la situación coyuntural de los mercados como es su lugar de nacimiento. Las elevadas diferencias interregionales en las tasas de paro que han caracterizado tradicionalmente nuestra economía también suponen cierto soporte a la idea del elevado arraigo de nuestros empresarios al territorio donde viven.

Las cuestiones más ligadas al paradigma económico de la optimización de la localización ocupan un lugar muy secundario en las motivaciones de la mayoría de los empresarios.

Esta fuerte relación entre lugar de residencia de los empresarios y lugar de creación de sus empresas genera una importante inercia en la actividad económica de las regiones que puede acarrear la aparición de diferencias interregionales de rentabilidad empresarial que tardarían en ser compensadas por la movilidad del factor empresarial.

No se aprecian diferencias relevantes en los motivos de la elección del lugar donde se localiza la empresa entre los nuevos empresarios y los consolidados, ni, tampoco, entre géneros (gráfico 3.33).

GRÁFICO 3.33
MOTIVACIONES DE LA LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA
DE LA EMPRESA

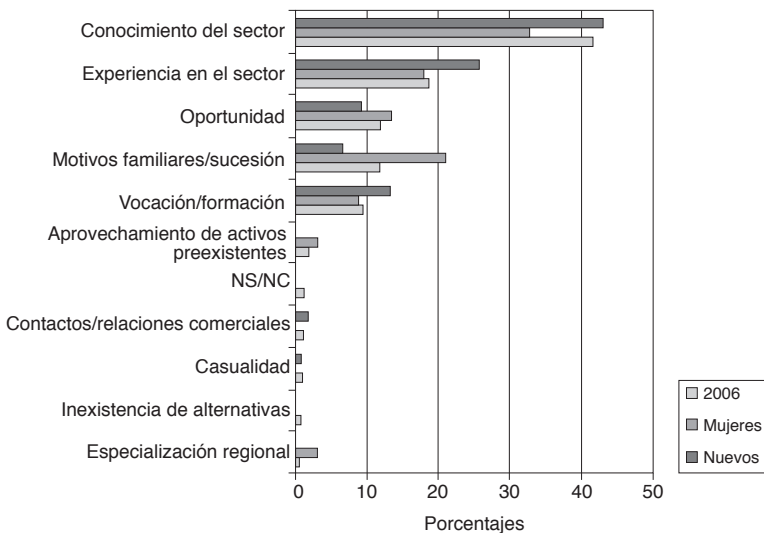


Si el tiempo y el lugar afectan al desarrollo del proyecto empresarial, la elección del sector determina sus más profundas características.

La mayor parte de los empresarios no selecciona la actividad de su empresa entre todas las posibles, sino que lo hace restringiendo su búsqueda a un número muy reducido de ellas.

Así, un 60 por 100 de ellos escoge su sector de actividad en función de sus conocimientos y de su experiencia profesional previa (gráfico 3.34), lo que supone una reducida capacidad para aprovechar las oportunidades que surgen en otros sectores, especialmente en los nuevos. Otras motivaciones que suponen un porcentaje considerable de los empresarios —un 25 por 100—, y que también están marcadas por un elevado determinismo, son las ligadas a la tradición familiar, la formación y el aprovechamiento de activos específicos, entre otras.

GRÁFICO 3.34
MOTIVACIONES DE LA ELECCIÓN DEL SECTOR



La elección del sector de actividad por motivos puramente ligados a la apreciación de una oportunidad de negocio —los centrales en los modelos tradicionales de movilidad empresarial— se produce apenas entre el 15 por 100 del total de empresarios.

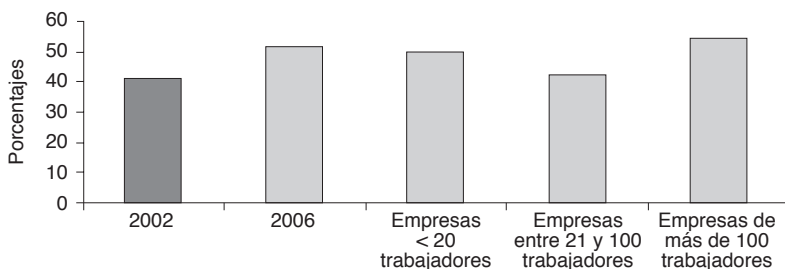
Entre los nuevos empresarios tiene un mayor peso que en los consolidados la experiencia previa en el sector, así como la vocación y la formación adquirida.

Las mujeres muestran un perfil similar al de los hombres en la mayoría de las motivaciones, con la excepción de una mayor incidencia de los aspectos relacionados con la tradición empresarial de la familia y un menor peso del conocimiento del sector. Esto puede ser debido, como señalan HONING-HAFTEL y MARTIN (1986), a que las mujeres, a pesar de tener niveles de formación similares o incluso superiores a los de los hombres, como ha quedado patente en este mismo trabajo, tienden a estudiar en menor proporción que éstos carreras relacionadas con la gestión y desarrollo de empresas. No obstante, en los últimos años esta tendencia está variando.

Como se ha visto, el conocimiento sectorial y la experiencia previa desempeñan un papel determinante en la elección del sector donde desarrollarán su actividad. Así, más del 50 por 100 de los empresarios declaró que su empresa estaba ligada con su anterior actividad profesional, lo que supone un significativo aumento respecto al 40 por 100 observado en 2002. Especialmente destacable es el sorprendente aumento entre las empresas de más de 100 trabajadores, que han pasado del 27 por 100 de la anterior encuesta a un 54 por 100 en la actual (gráfico 3.35).

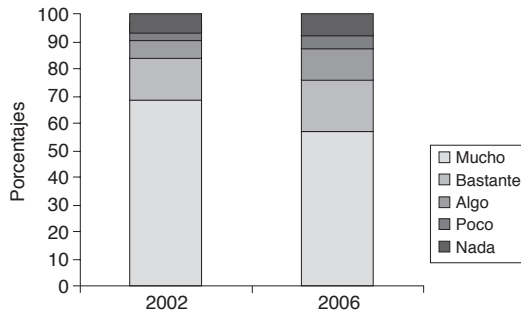
GRÁFICO 3.35

RELACIÓN DE LA EMPRESA CON LA ANTERIOR ACTIVIDAD PROFESIONAL DEL EMPRESARIO



El entorno familiar no sólo influye en la decisión de ser empresario, también lo hace sobre la elección del sector en que se desarrollará. Como puede verse en el gráfico 3.36 más del 76 por 100 de los empresarios con tradición empresarial en la familia realizan una actividad bastante o muy relacionada con la desarrollada por ésta. Las explicaciones de este hecho son básicamente dos. En muchos casos el inicio de la actividad del empresario coincide con la sucesión en la empresa familiar. Cuando esto es así las posibilidades de cambiar el ámbito de actividad son menores que cuando la empresa es creada *ex novo*.

GRÁFICO 3.36
GRADO DE RELACIÓN CON LA ACTIVIDAD FAMILIAR



Pero aun en el caso de las empresas de nueva creación, el entorno familiar dota al emprendedor de una serie de recursos de orden práctico —contactos, conocimientos específicos— que resultan difícilmente utilizables en otros sectores de actividad, lo que facilita que se mantenga en el mismo sector de actividad que su familia.

En general, se observa una elevada inercia en las decisiones ligadas a la puesta en marcha del proyecto empresarial. La mayor parte de los empresarios tiene determinado a priori dónde, cuándo y en qué sector va a situar su empresa, lo que va a determinar notablemente sus posibilidades de éxito futuro. Además, la elevada inercia observada genera sobreentradas en determinados sectores o lugares, mientras que en otros, las empresas establecidas pueden disfrutar de márgenes elevados durante periodos de tiempo más largos de lo que las tradicionales barreras a la entrada podrían explicar.

En este sentido, ya se puso de manifiesto en el informe anterior la existencia de sectores como los «servicios comerciales» en los que se producía una fuerte tendencia a la entrada de nuevos empresarios, a pesar de que en ellos las probabilidades de conseguir poner en marcha finalmente el proyecto eran reducidas.

El criterio de satisfacción de mínimos también se pone de manifiesto en la decisión del tamaño empresarial. Se ha observado para España (PABLO-MARTÍ, 2000) que el tamaño medio de los nuevos establecimientos tiende a ser bastante semejante entre sectores, a pesar de las grandes diferencias en el tamaño mínimo eficiente debido, probablemente, a restricciones de tipo financiero⁴.

⁴ Esto hace que las nuevas empresas no sólo sean más pequeñas que las ya establecidas, como reiteradamente ha puesto de manifiesto la literatura sobre el tema, sino que también su tamaño relativo sea menor cuanto mayor sea el tamaño medio de las empresas del sector.

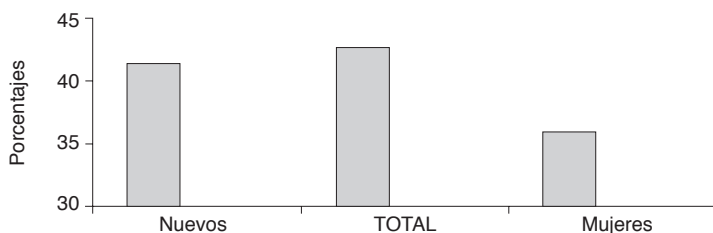
La evidencia obtenida parece apuntar que la gran mayoría de los empresarios no sigue reglas de optimización en la creación de sus empresas sino de simple satisfacción de determinados umbrales. Este hecho puede afectar negativamente a la mejora de la eficiencia y la competitividad a largo plazo de la economía, pues impide el máximo aprovechamiento de las oportunidades que surgen en los mercados. Si los empresarios españoles muestran una menor flexibilidad en la creación de sus empresas que los de otros países, y tienden a repetir las pautas de negocio pasadas, estarán en desventaja frente a éstos, especialmente en una época como la actual marcada por el cambio permanente.

La falta de un proceso de decisión basado en criterio de optimización queda patente en el escaso número de empresarios que realiza un plan de negocio antes de poner en marcha su proyecto empresarial. Sólo un 43 por 100 de los empresarios encuestados declaró haber realizado algún tipo de cálculo formal previo para evaluar sus posibilidades de éxito. Este porcentaje se reduce al 36 por 100 cuando se trata de mujeres.

Resulta sorprendente que los nuevos empresarios, en general mejor formados, declaren haber realizado planes de negocio en menor medida que los empresarios consolidados. La explicación de este hecho podría encontrarse en una mayor tasa de salida entre los empresarios que no realizan planes de negocio, lo que produciría un sesgo en la muestra de empresarios consolidados hacia aquellos que lo realizaron (gráfico 3.37).

GRÁFICO 3.37

REALIZACIÓN PREVIA DE UN PLAN DE NEGOCIOS 2006



3. LAS CARACTERÍSTICAS DEL PROYECTO EMPRESARIAL

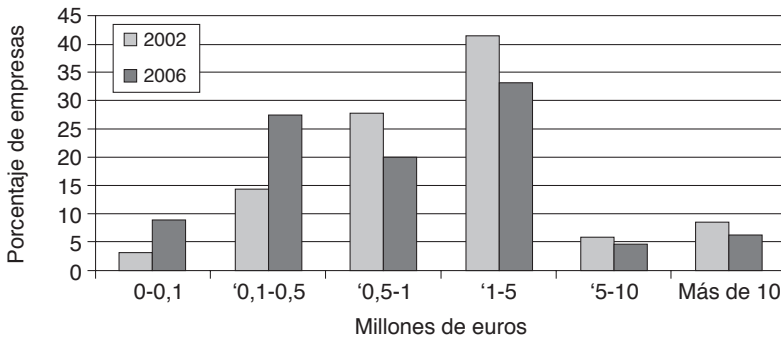
La empresa es el reflejo de la actividad del empresario. No es, por tanto, posible describirlo adecuadamente sin estudiar, aunque sea someramente, las características de la empresa que dirige.

A) Dimensión, edad y crecimiento

Respecto a la dimensión económica de las empresas, existe una gran variabilidad que se corresponde con la heterogeneidad del tejido productivo español.

Como puede verse en el gráfico 3.38, un 33 por 100 de las empresas declararon facturar entre uno y cinco millones de euros en el año 2005, un 28 por 100 entre medio y un millón de euros. En los extremos, un 36 por 100 facturó menos de medio millón, mientras que un 11 por 100 lo hizo por encima de los 5 millones de euros. La dimensión económica de las empresas dirigidas por mujeres tiende a ser menor que la de las dirigidas por hombres, teniendo aquéllas una presencia entre las empresas grandes prácticamente nula.

GRÁFICO 3.38
CIFRA DE VENTAS



Con respecto a la encuesta de 2002 se observa una mayor presencia de empresas de reducida dimensión, fruto de la mayor presencia de este tipo de empresas, a lo que ya se ha aludido con anterioridad.

Una vez que se ha tomado la decisión de entrada se hace necesario escoger la forma en que se ha de materializar: creando un nuevo establecimiento o adquiriendo uno ya existente⁵. La adquisición de una empresa ya existente tiene para el empresario la ventaja de poder adquirir unitariamente todos los factores necesarios para entrar en el mercado, por lo que puede resultarle una opción más sencilla y rápida; sin

⁵ Los aspectos que condicionan esta decisión en el caso de las empresas diversificadas se desarrolla en el siguiente apartado.

embargo, puede tener la desventaja de obligarle a asumir determinadas cargas⁶ que podría evitar creando una nueva empresa.

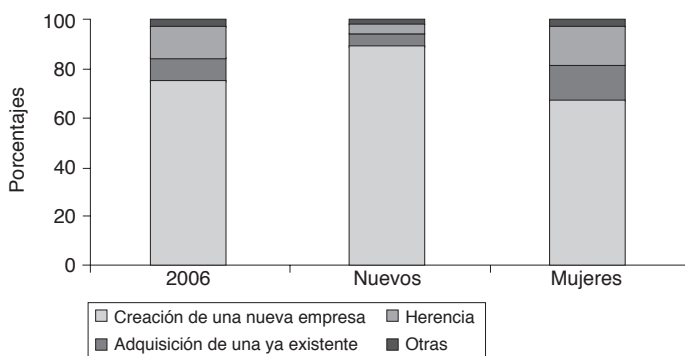
La elección de la forma de la entrada dependerá en gran medida de si el empresario considera que su ventaja competitiva reside fundamentalmente en el producto que va a introducir en el mercado o si, por el contrario, considera que está en su capacidad de gestión.

Si el empresario va a introducir un producto innovador, que incluso puede llegar a suponer la creación de un nuevo mercado, le resultará difícil encontrar una empresa que disponga exactamente de la tecnología y el equipamiento que requiere, por lo que probablemente creará su propio establecimiento.

Las entradas por adquisición, por el contrario, suelen basarse en la apreciación por parte del empresario entrante de que la rentabilidad que está obteniendo actualmente la empresa (o el establecimiento) es inferior a la potencial, por lo que su precio debería ser relativamente bajo, pero que con un cambio de orientación estratégica pueden obtenerse mayores rentabilidades.

La mayor parte de los empresarios españoles, tres de cada cuatro, opta por crearla en lugar de adquirir una ya en marcha (10 por 100). Un 13 por 100 de los empresarios recibe por herencia la empresa ya en marcha (gráfico 3.39).

GRÁFICO 3.39
TIPO DE EMPRESA CREADA

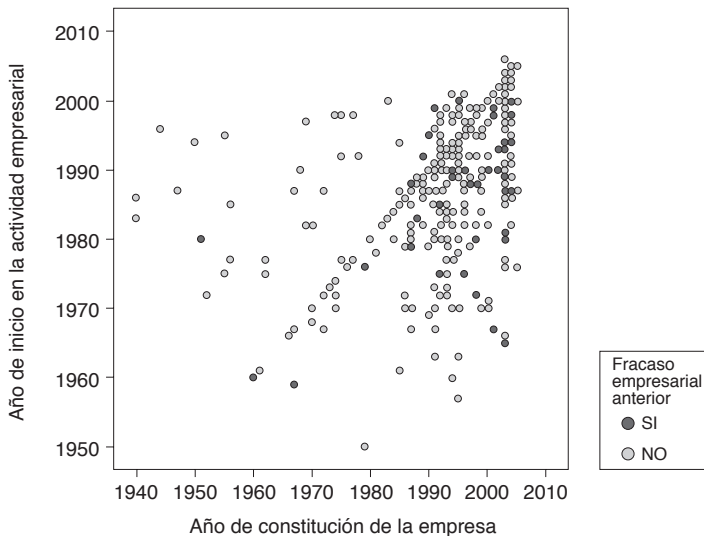


⁶ La naturaleza de las cargas en que puede incurrir el empresario si decide entrar mediante la adquisición de una empresa ya existente es de muy diversa índole: exceso de plantilla, tecnología obsoleta o inadecuada, localización subóptima, problemas de capacidad...

La relación entre año de constitución de la empresa e inicio de la actividad empresarial nos permite agrupar a los empresarios en tres grupos:

El primero de ellos, con casi la mitad de los empresarios (un 46 por 100), está formado por los que se mantienen en la misma empresa con la que iniciaron su andadura profesional. En el gráfico 3.40 aparecen representados como la bisectriz definida por los puntos con igual año de inicio de la actividad empresarial y de constitución de la empresa.

GRÁFICO 3.40
RELACIÓN ENTRE EL AÑO DE INICIO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL Y LA EDAD DE LA EMPRESA



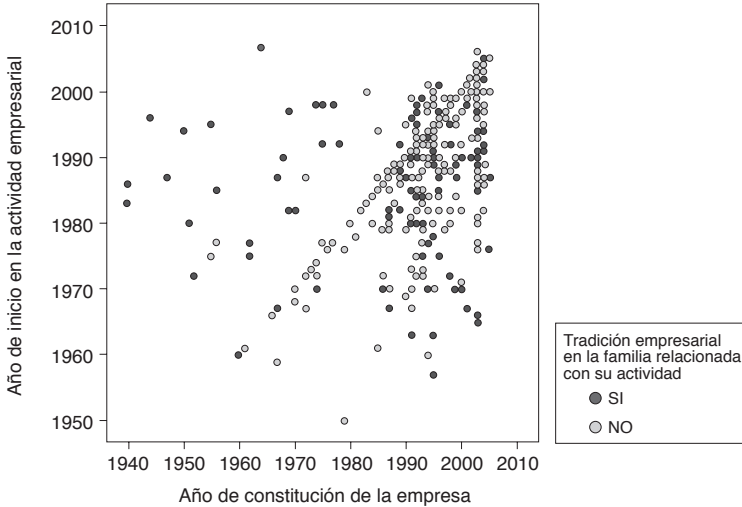
A poca distancia, con el 41 por 100 de los casos, está el grupo constituido por los empresarios que se encuentran al menos en su segundo proyecto empresarial —debido en muchos casos a un fracaso empresarial previo—, ya que el año de constitución de la empresa es más reciente que su inicio como empresarios. Entre ellos se encuentran, como era previsible, la mayor parte de los emprendedores que declaran haber sufrido un fracaso empresarial previo. Estos empresarios aparecen en el gráfico por debajo de la bisectriz.

Finalmente, el tercer grupo, con un 12 por 100 del total, lo forman los empresarios que adquirieron una empresa ya en marcha, puesto que la empresa se constituyó con anterioridad a su inicio como empresarios. Se muestran en el gráfico por encima de la bisectriz.

En el gráfico 3.41 puede observarse cómo la gran mayoría de los empresarios que adquirieron empresas ya en marcha pertenecen a familias con tradición empresarial relacionada con su actual actividad.

GRÁFICO 3.41

RELACIÓN ENTRE EL AÑO DE INICIO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL Y LA EDAD DE LA EMPRESA



Las teorías sobre la relación entre edad y crecimiento empresarial están estrechamente relacionadas con las que ligan el crecimiento con el tamaño debido a la relación repetidamente contrastada entre tamaño y edad. Sin embargo, la evidencia disponible no confirma de forma categórica que las nuevas empresas, generalmente más pequeñas que las ya establecidas, crezcan más deprisa que éstas.

Las explicaciones del crecimiento empresarial son básicamente de dos tipos: por una parte, las deterministas basadas en el modelo neoclásico, y, por otra, las estocásticas.

Para las explicaciones determinísticas (o tecnológicas) el crecimiento empresarial está íntimamente ligado a la idea de tamaño óptimo, no tratándose más que del proceso, más o menos rápido, por el cual las empresas tratan de alcanzarlo.

Las explicaciones estocásticas, por su parte, están basadas en la observación de la marcada asimetría de la distribución de tamaños empresariales, escasamente adecuada a las predicciones de la teoría de la producción, pero coincidente con diversas distribuciones teóricas como la

log-normal, la Yule o la Pareto. Estas teorías dan una menor importancia a los aspectos tecnológicos y de demanda, considerando que la evolución del tamaño de las empresas está influida por una multitud de variables explicativas que deben de ser tratadas como perturbaciones aleatorias.

Las investigaciones de carácter empírico dirigidas a contrastar cuál de las dos teorías básicas del crecimiento empresarial se aproxima más a la realidad se han centrado en la contrastación de cuatro hipótesis fundamentales, con implicaciones sobre la movilidad industrial muy diferentes:

— Las empresas grandes crecen más lentamente que las pequeñas (KUMAR, 1985; EVANS, 1987; ACS y AUDRETSCH, 1990; DUNNE y HUGHES, 1994).

— Las empresas grandes crecen más rápidamente que las pequeñas (SAMUELS, 1965; PRAIS, 1976; ACS y AUDRETSCH, 1990; DUNNE y HUGHES, 1994).

— La variabilidad del crecimiento disminuye con la edad y/o la dimensión empresarial (HART, 1962; MANSFIELD, 1962; HYMER y PASHIGIAN, 1962; SINGH y WHITTINGTON, 1975; HALL, 1986; DUNNE y HUGHES, 1994; EVANS, 1987).

— Existencia de autocorrelación positiva de primer orden en el crecimiento (CHESHER, 1979; KUMAR, 1985; WAGNER, 1992). Las empresas tienden a mantener sus pautas de crecimiento: las que han crecido más en el periodo anterior suelen ser las que más crecen en el periodo actual, y viceversa.

Los resultados obtenidos en la encuesta suponen cierto apoyo a las tesis de crecimiento estocástico, pero sobre todo muestran la existencia de una amplia variabilidad en el modelo de crecimiento que siguen las empresas.

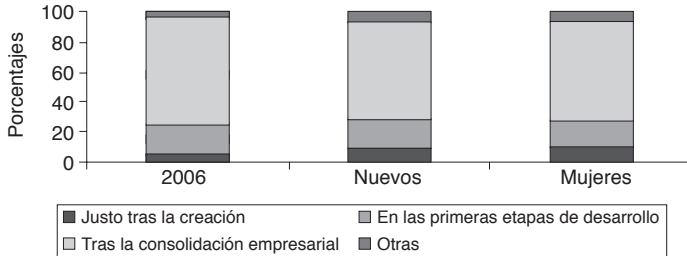
Como se aprecia en el gráfico 3.42, no es en el momento de la constitución empresarial, ni siquiera en las primeras etapas de desarrollo, cuando la mayor parte de las empresas experimenta un mayor crecimiento, sino tras alcanzar la consolidación empresarial.

Este resultado contradice los modelos de crecimiento que suponen que las empresas más pequeñas tienden a crecer más rápidamente que las grandes, aunque no sustenta necesariamente las hipótesis de que son las empresas más grandes las que más crecen.

En cuanto a la forma del crecimiento, prácticamente el 80 por 100 de los empresarios ha utilizado el crecimiento interno. Las otras formas de crecimiento, tales como la fusión o adquisición, sólo fue utilizada por poco más del 5 por 100.

GRÁFICO 3.42

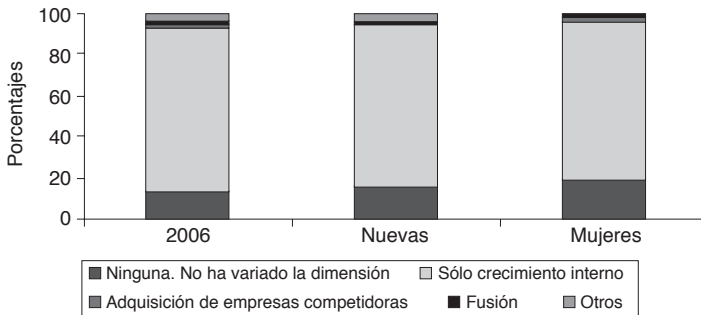
MOMENTO DE MAYOR CRECIMIENTO EMPRESARIAL



Destaca el elevado porcentaje de empresarios (un 14 por 100) que declara que sus empresas no han crecido en absoluto, manteniendo la misma dimensión que tenían en el momento de su creación. Este porcentaje aumenta hasta el 20 por 100 cuando se trata de mujeres (gráfico 3.43).

GRÁFICO 3.43

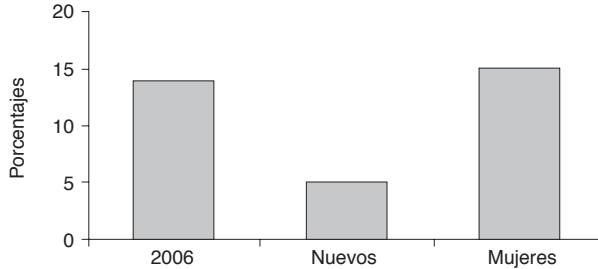
FORMAS DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL SEGUIDO EN EL PASADO



Un 14 por 100 de los empresarios considera que su proyecto empresarial ya ha alcanzado la dimensión deseada. Entre los nuevos empresarios el porcentaje es sensiblemente menor, apenas un 5 por 100. Las mujeres muestran unos niveles de satisfacción con la dimensión alcanzada algo mayores que los hombres, un 15 por 100 frente a poco más del 13 por 100 de éstos (gráfico 3.44).

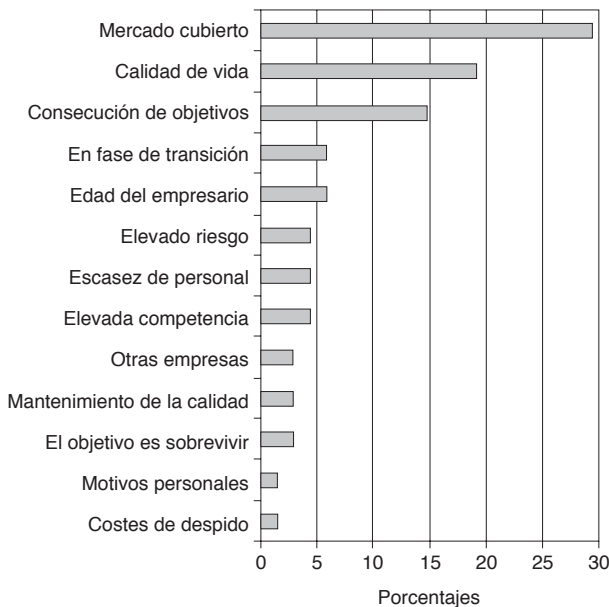
Las razones por las que un número tan nutrido de empresarios no desea ampliar el tamaño de su empresa son muy diversas. Cerca de un 30

GRÁFICO 3.44
PORCENTAJE DE EMPRESARIOS QUE CONSIDERAN QUE SU PROYECTO HA ALCANZADO SU DIMENSIÓN ÓPTIMA



por 100 del total lo justifica en base a la falta de dinamismo del mercado aduciendo que ya está cubierto. Un 19 por 100 aduce motivaciones relacionadas con la calidad de vida; consideran que el aumento de la dimensión empresarial reduciría sensiblemente su tiempo libre y le generaría más estrés. Casi un 15 por 100 declaran que no desea seguir creciendo porque ha alcanzado los objetivos que inicialmente se planteó. El resto de las razones tienen un peso sensiblemente menor (gráfico 3.45).

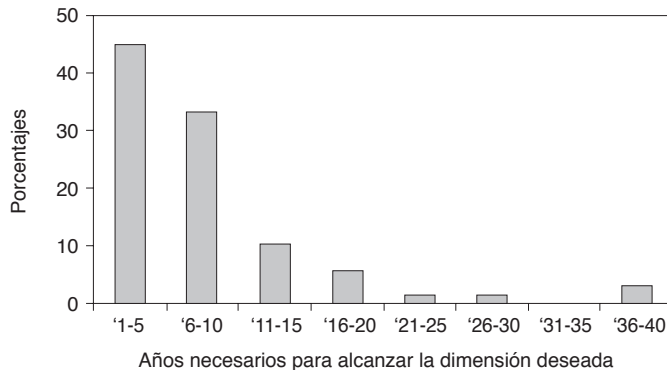
GRÁFICO 3.45
RAZONES POR LAS QUE NO SE DESEA SEGUIR CRECIENDO



Los empresarios que declararon haber alcanzado la dimensión deseada en su proyecto empresarial tardaron relativamente poco en alcanzar su objetivo: en el 45 por 100 de los casos, menos de 5 años; entre 6 y 10 años, el 33 por 100, mientras que solamente el 6 por 100 tardó más de 20 años (gráfico 3.46). La comparación de estos resultados con los ofrecidos por la mayoría de los empresarios que todavía no ha alcanzado la dimensión deseada hace pensar en la coexistencia de dos tipos de empresarios: uno mayoritario, que se encuentra insatisfecho con el tamaño de su empresa e intenta crecer, y otro, minoritario, que rápidamente se da por satisfecho con los resultados obtenidos.

GRÁFICO 3.46

TIEMPO REQUERIDO PARA ALCANZAR EL TAMAÑO DESEADO

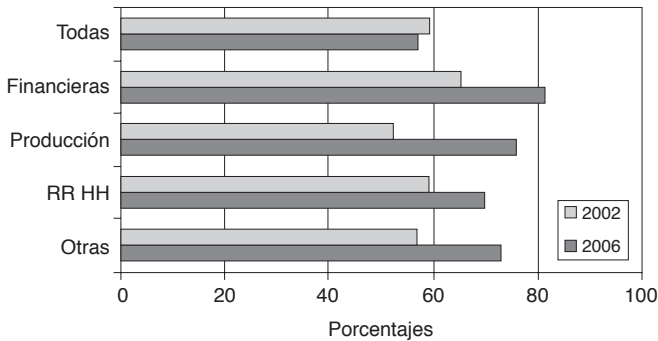
**B) Decisiones empresariales**

Si se desea indagar en las características del empresario, uno de los aspectos más importantes es sin duda el relacionado con el proceso de toma de decisiones. Para abordar esta cuestión se preguntó a los empresarios por la clase de decisiones que no delegaban en terceros.

Al igual que se observaba en la encuesta de 2002, la mayor parte de los empresarios, casi el 60 por 100, toma la totalidad de las decisiones importantes dentro de su empresa, síntoma de un reducido grado de delegación de funciones dentro de la estructura empresarial española.

Entre los que delegan algunas de las funciones, la mayoría mantiene las decisiones de orden financiero (81 por 100), de producción (75 por 100) y, en menor medida, de recursos humanos (70 por 100) (gráfico 3.47).

GRÁFICO 3.47
DECISIONES TOMADAS POR EL EMPRESARIO



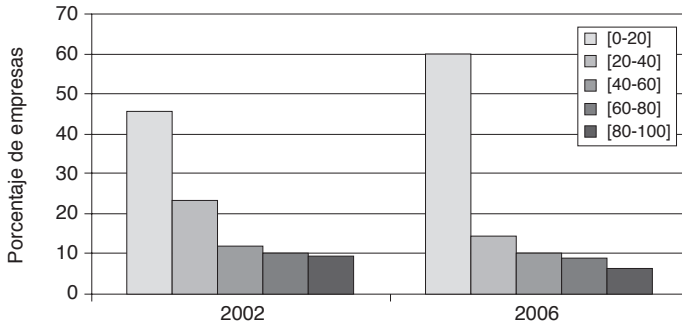
Un análisis de correlaciones parciales, controlando el efecto de la dimensión empresarial, pone de manifiesto una cierta tendencia a que el nivel de concentración de la toma de decisiones aumente con la edad del empresario, lo que coincide en buena medida con lo observado en el anterior Informe. Asimismo, se observa cierta tendencia en las mujeres a delegar la toma de decisiones en menor grado que los hombres. Sin embargo, a diferencia de lo observado en la edición de 2004, no se encuentra una relación significativa entre el grado de concentración de las decisiones empresariales y el nivel educativo del empresario.

La dependencia de un reducido número de clientes supone para la empresa un mayor riesgo, pues cualquier problema en éstos puede llegar a afectar a su propia supervivencia.

La comparación de los resultados obtenidos en las dos encuestas realizadas ofrece una significativa mejora en este aspecto. Mientras que en 2002, casi un 25 por 100 del total de empresas concentraba más de la mitad de sus ventas en sólo tres clientes, en 2006 este porcentaje se ha reducido hasta el 20 (gráfico 3.48). Aun así, un 15 por 100 del total de empresas destina más del 60 por 100 de sus ventas únicamente a tres clientes, lo que potencialmente les coloca en una situación de elevada vulnerabilidad frente a cualquier contingencia que se produzca en estas empresas. Esta circunstancia es todavía más preocupante para un 6 por 100 de las unidades en las que la facturación a sus tres principales clientes supera el 80 por 100 del total.

La concentración de las compras en un reducido número de proveedores también puede convertirse en un elemento de riesgo, especialmente cuando los productos son cruciales para la actividad de las empresas y no existen fuentes de aprovisionamiento alternativas. En estos casos, la

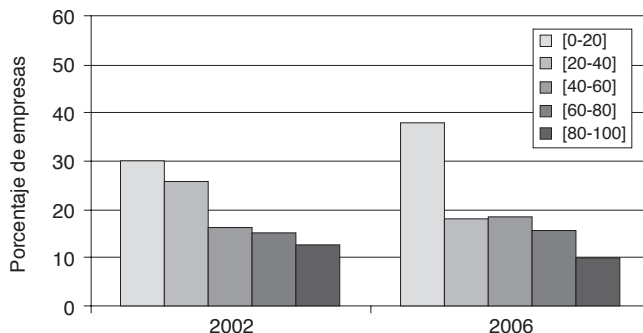
GRÁFICO 3.48
PORCENTAJE DE LAS VENTAS DIRIGIDAS A LOS TRES PRINCIPALES CLIENTES



fuerte dependencia y por tanto mermada capacidad de negociación de la empresa puede derivar en un trasvase de los márgenes de beneficio hacia el proveedor.

La evolución en la concentración de las compras entre los dos años analizados muestra un incremento del porcentaje de empresas con baja concentración a cambio de un aumento del peso de las empresas con una concentración media. Desde este punto de vista, un 25 por 100 de las empresas puede encontrarse en una situación de grave dependencia de sus proveedores —algo menos que en 2002—, ya que más del 60 por 100 de sus compras las realiza en únicamente tres proveedores (gráfico 3.49).

GRÁFICO 3.49
PORCENTAJE DE LAS COMPRAS PROCEDENTES DE LOS TRES PRINCIPALES PROVEEDORES



Un 12 por 100 de las empresas está integrado en grupos empresariales, sin embargo el porcentaje se eleva hasta el 71 por 100 cuando se trata de empresas con participación de capital extranjero.

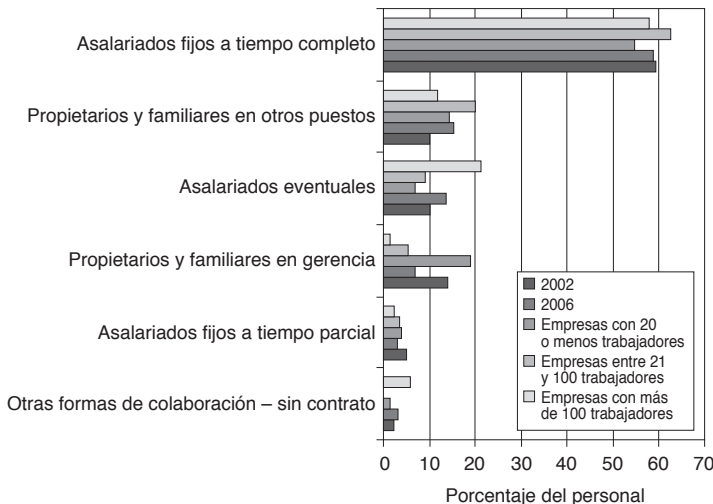
Las empresas con capital extranjero apenas suponen el 4 por 100 del total de las empresas. Las participaciones extranjeras son mayoritarias en tres de cada cuatro empresas con capital foráneo, alcanzando el 100 por 100 en el 41 por 100 de los casos.

Aunque la mayor parte de las empresas son mono-establecimiento, un significativo número de ellas, el 22 por 100, cuenta con varios establecimientos. Así, las empresas con dos establecimientos suponen el 12 por 100, mientras que las que tienen tres o más son el 10 por 100 del total. Aproximadamente un 4 por 100 de las empresas multi-establecimiento cuenta con algún establecimiento en el extranjero, lo que representa una fuerte reducción respecto a lo observado en 2004, debido, probablemente, a la mayor presencia en la muestra de empresas pequeñas.

C) Estructura laboral

Pese a especificidades concretas, la estructura media de las plantillas en las empresas ya consolidadas es bastante homogénea por tamaños de empresas, como puede verse en el gráfico 3.50. En general, la

GRÁFICO 3.50
ESTRUCTURA MEDIA DE LAS PLANTILLAS POR TAMAÑO EMPRESARIAL

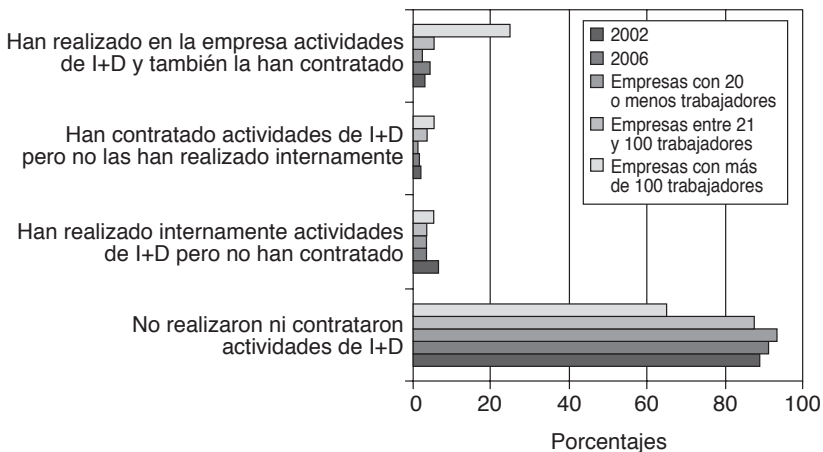


mayor parte del personal, casi un 60 por 100, es asalariado fijo a tiempo completo. Sigue en importancia, con un 14 por 100, los propietarios y familiares que ocupan puestos no gerenciales. Los asalariados eventuales ocupan un tercer puesto, con casi, un 14 por 100.

En líneas generales no se observan grandes diferencias en la estructura de las plantillas en función del tamaño empresarial. Las únicas disparidades dignas de mención son el mayor peso de los trabajadores eventuales entre las empresas de más de 100 trabajadores y la elevada presencia entre las de menos de 21 trabajadores de los propietarios y familiares en gerencia, lo que pone de manifiesto el marcado carácter familiar de este tipo de empresas. Tan sólo un reducido grupo de empresarios encuestados, un 11 por 100, declaró haber realizado actividades de investigación y desarrollo durante el año precedente.

Este porcentaje se eleva significativamente entre las empresas grandes, donde alcanza el 35 por 100. Los resultados coinciden con los obtenidos en otros estudios (BUESA y MOLERO, 1998; MOLERO, 2005), que indican que son las empresas de mayor dimensión las que realizan la mayor parte de la I+D, aunque los niveles son bajos incluso entre este tipo de empresas. La mayor parte de la actividad innovadora se realiza internamente y solamente en una pequeña proporción se contrata (gráfico 3.51).

GRÁFICO 3.51
PORCENTAJE DE EMPRESAS
QUE REALIZAN ACTIVIDADES
DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO 2006



4. LA VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS EMPRESARIALES

A) Las razones que explican el éxito y la supervivencia

En el presente apartado se estudian las características, habilidades y actitudes que los empresarios consideran como determinantes de su éxito.

Para indagar sobre estas cuestiones se pidió a los empresarios, al igual que se hizo en el anterior informe, que manifestaran cuáles eran los tres elementos que, a su juicio, más habían influido en el éxito de su proyecto empresarial.

Con diferencia, el factor de éxito más aducido por los empresarios fue la dedicación y la constancia en el trabajo (20 por 100), seguido del servicio al cliente (15 por 100). Otros factores que se consideraron como importantes fueron la calidad en un sentido amplio, la seriedad, disponer de un buen producto o el conocimiento del mercado (gráfico 3.52).

Al igual que ocurría en el Informe del año 2004 el precio se encuentra entre los factores menos señalados como determinantes del éxito empresarial, lo que parece indicar que la mayor parte de los empresa-

GRÁFICO 3.52
PRINCIPALES FACTORES DEL ÉXITO EMPRESARIAL



rios compite en mercados en los que existe una significativa diferenciación de producto.

La valoración de la innovación y el capital humano sigue siendo extremadamente escasa —menos del 5 por 100 de los encuestados los consideraron como factores cruciales—. Este hecho pone de nuevo de relieve el escaso esfuerzo tecnológico de las empresas españolas y su elección por mercados en los que estos aspectos no son cruciales. La solidez financiera y la buena cultura empresarial también fueron consideradas como factores de éxito por un reducido número de empresarios.

En general, puede decirse que para la mayor parte de los empresarios españoles las claves del éxito se encuentran en lo que podríamos llamar «hacer bien su trabajo», en lugar de éstos en la posesión de una ventaja específica en un ámbito concreto.

Aunque el éxito empresarial requiere de la supervivencia a largo plazo, no basta con ésta para alcanzarlo.

Preguntados los empresarios sobre la importancia que atribúan en la supervivencia de su empresa a diversos factores considerados como claves por la literatura sobre el tema se obtuvieron las respuestas que se ofrecen (gráfico 3.53). Al igual que ocurrió en la encuesta anterior, los factores que se consideraron como importantes para la supervivencia empresarial fueron escasamente valorados como determinantes del éxito empresarial, lo que confirma la hipótesis apuntada de que se constituyen en condiciones necesarias, aunque no suficientes, para el buen desempeño empresarial.

GRÁFICO 3.53

FACTORES INFLUYENTES EN LA SUPERVIVENCIA EMPRESARIAL



La posesión de un producto adaptado al mercado es el factor que los empresarios consideran como más relevante para la supervivencia, mientras que en términos de condición para el éxito empresarial ocupaba el quinto puesto. Asimismo, fueron considerados como muy importantes la situación del mercado, la cultura empresarial y la disponibilidad de recursos financieros. El esfuerzo tecnológico realizado recibe, al igual que ocurría en los factores de éxito, una valoración muy escasa como elemento de supervivencia. A la luz de estos resultados no resulta extraño que el esfuerzo tecnológico de nuestras empresas sea tan pequeño comparado con el de otros países del entorno.

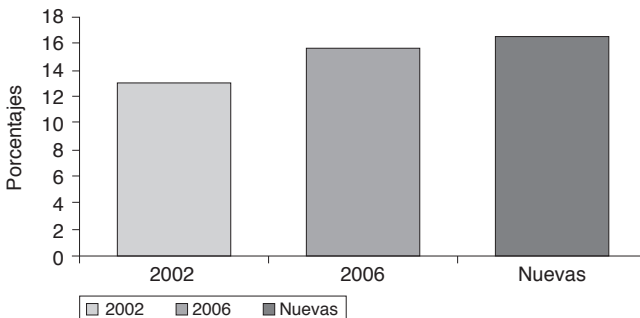
Las diferencias expresadas por los empresarios entre los factores de éxito y de supervivencia ponen de manifiesto que, aunque están relacionados, no son los mismos. Los condicionantes que determinan el éxito son básicamente aspectos diferenciadores frente a la competencia, mientras que los que permiten la supervivencia son elementos de base sin los cuales es imposible pervivir en el mercado.

B) Las causas del fracaso

El porcentaje de empresarios que declara haber sufrido un fracaso empresarial anteriormente es bastante reducido, apenas un 16 por 100. Este resultado muestra un grado de éxito de los empresarios españoles bastante elevado, ya que una amplia evidencia, tanto nacional como internacional, indica que las tasas de supervivencia de las nuevas empresas son muy reducidas, con lo que un importante porcentaje de los empresarios que en cada momento existen en el mercado están condenados a ser expulsados de él (gráfico 3.54).

GRÁFICO 3.54

PORCENTAJE DE EMPRESARIOS CON EXPERIENCIAS NEGATIVAS PREVIAS



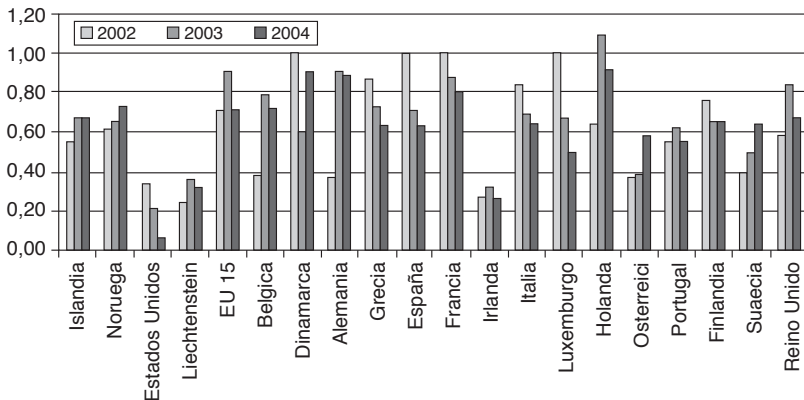
La mayor parte de los modelos teóricos sobre movilidad empresarial consideran que existe una masa de potenciales emprendedores que entran o salen del mercado en función de las circunstancias, por lo que un fracaso empresarial sólo supondría una salida temporal del empresario. Si esto fuera así, y debido a la alta tasa de salidas que se observan, habría un elevado porcentaje de empresarios que deberían tener alguna experiencia empresarial negativa.

La explicación a la reducida presencia en la muestra de empresarios con experiencias empresariales fallidas puede deberse a que el empresario español que tiene un fracaso, a diferencia de lo que ocurre en Estados Unidos, ve cercenadas en gran medida sus posibilidades de volver a crear un proyecto empresarial en el futuro.

El gráfico 3.55 muestra la relación existente entre el número de personas que tras haber sido empresarios ya no quieren volver a serlo y los que actualmente lo son o están en proceso de serlo. Esta relación, que se ha denominado ratio de abandono, muestra cómo en España, al igual que ocurre en otros países europeos, muchos antiguos empresarios deciden dejar de serlo.

GRÁFICO 3.55

RATIO DE ABANDONO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL



Fuente: EUROPEAN COMMISSION (2002), EUROPEAN COMMISSION (2003), EUROPEAN COMMISSION (2004) y elaboración propia.

Las causas de este comportamiento pueden encontrarse en los aspectos financieros, ya que una gran parte del capital de la empresa está

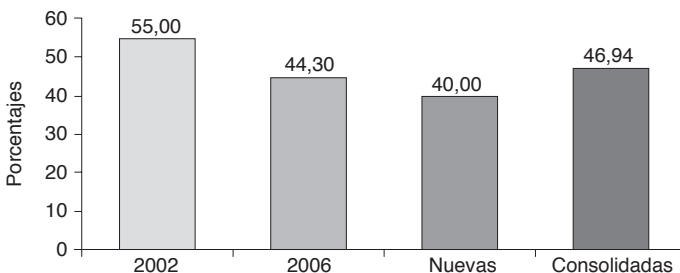
financiado por el propio empresario, con lo que una quiebra supone una dificultad importante al quebrantar su patrimonio y probablemente cerrarle el acceso a nueva financiación. Sin embargo, no son los únicos; los aspectos sociales también inciden.

Mientras que en sociedades más dinámicas y con una mayor valoración de la función empresarial, como la norteamericana, la consideración del empresario que ha tenido un revés en su actividad no es negativa, y se juzga como un hecho que forma parte de la propia naturaleza de la actividad, en España el empresario que ha sufrido un fracaso empresarial es valorado muy negativamente. Esta situación dificulta enormemente que los empresarios con experiencias negativas vuelvan a considerar la posibilidad de crear una empresa por el desgaste personal, además del patrimonial, que ello supone.

Tras un fracaso empresarial, una buena parte de los empresarios, un 44 por 100, vuelve a operar en el mismo sector, debido, probablemente, a que tienen una serie de conocimientos o de costes hundidos difícilmente rentabilizables en otros sectores. Respecto a la encuesta realizada en 2002 se observa un sensible retroceso, muestra, quizás, de una mayor capacidad de los empresarios para probar nuevos ámbitos de actuación. Si esta hipótesis se confirmara supondría una mejora en la elevada inercia sectorial a la que se ha hecho referencia con anterioridad (gráfico 3.56).

GRÁFICO 3.56

PORCENTAJE DE EMPRESARIOS CON EXPERIENCIAS NEGATIVAS PREVIAS QUE REPITEN EN EL SECTOR



Las causas del fracaso empresarial que adujeron los empresarios con este tipo de experiencias, aunque fueron múltiples, pueden resumirse en cuatro grupos: las relacionadas con las propias características del empresario, las ligadas con la organización y la gestión de su empresa, los pro-

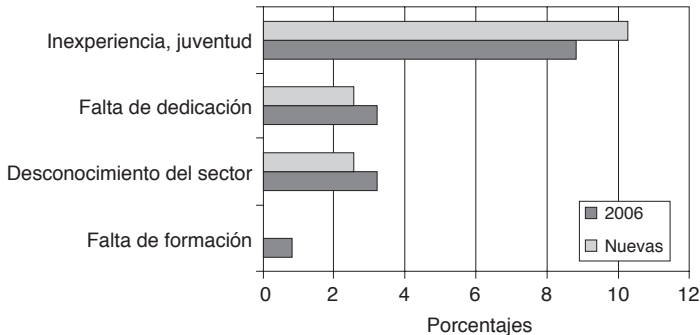
blemas de orden sectorial y lo que podría denominarse como problemas externos.

Entre las características del emprendedor, la principal causa aducida, a gran diferencia de las demás, fue su propia inexperiencia o juventud —un 9 por 100 de los casos—; tras ella, aunque a bastante distancia, con sólo un 3 por 100 del total, se encuentra la falta de dedicación y el desconocimiento del sector.

Resulta interesante señalar que, a pesar de la baja cualificación de muchos de los empresarios, solamente un 1 por 100 considerara que su falta de formación fue un elemento determinante en la quiebra de su empresa. Esto parece indicar que los empresarios valoran principalmente la experiencia adquirida en su actividad empresarial, considerando la formación únicamente como algo complementario (gráfico 3.57).

GRÁFICO 3.57

CAUSAS DEL FRACASO EMPRESARIAL
(CARACTERÍSTICAS DEL EMPRESARIO)



Respecto a los problemas ligados con la organización y gestión de la empresa, el más destacado fue el de las relaciones con los socios, con un 12 por 100, seguido por los problemas de organización y planificación, con un 10 por 100. Otros problemas apuntados fueron la falta de capitalización, el elevado endeudamiento y el crecimiento excesivo (gráfico 3.58).

Fuera ya del ámbito de la propia empresa y centrándonos en los aspectos sectoriales, el principal problema señalado, con el 9 por 100 de las respuestas, fue la crisis sectorial, seguido de la fuerte competencia, la adquisición por otra empresa y el impago por parte de los clientes. Otros problemas considerados como importantes fueron la competencia de las grandes empresas o los problemas con los proveedores (gráfico 3.59).

GRÁFICO 3.58
CAUSAS DEL FRACASO EMPRESARIAL
(ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE LA EMPRESA)

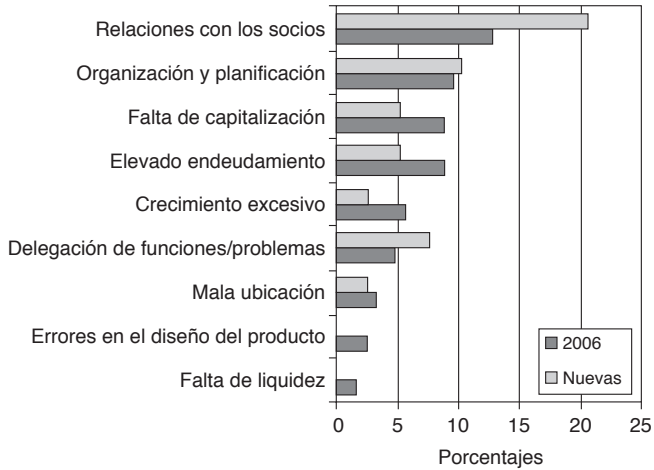
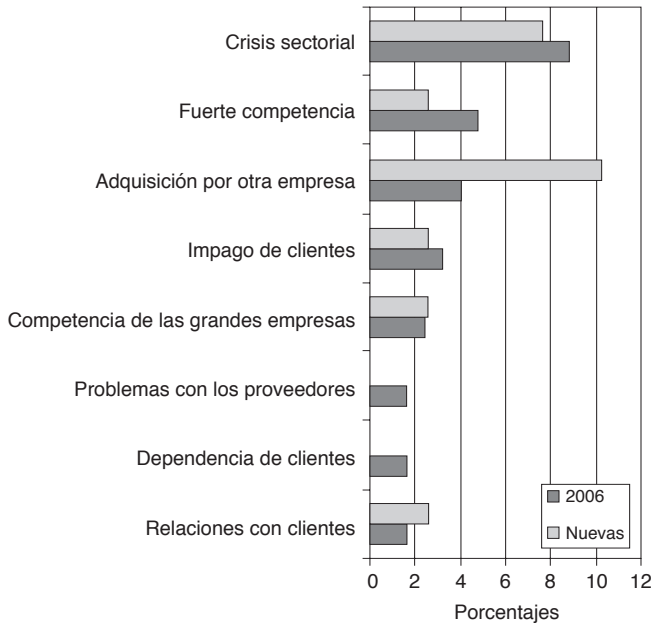
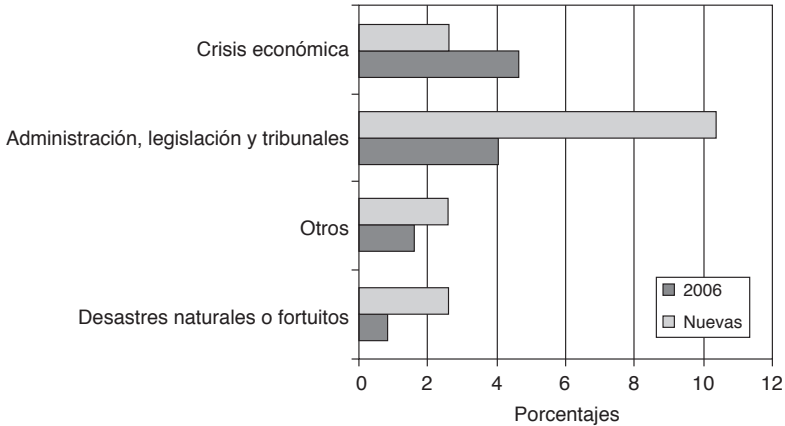


GRÁFICO 3.59
CAUSAS DEL FRACASO EMPRESARIAL
(PROBLEMAS SECTORIALES)



En cuanto los aspectos externos, el principal problema señalado fue la crisis económica, con un 5 por 100 de los empresarios consultados (gráfico 3.60).

GRÁFICO 3.60
CAUSAS DEL FRACASO EMPRESARIAL
(PROBLEMAS EXTERNOS)



5. CONCLUSIONES

En la presente edición de la encuesta se ha realizado una importante labor de mejora de la muestra, consiguiéndose una mayor representación de las empresas más pequeñas que redonda, especialmente, en una más precisa visión del colectivo de nuevos emprendedores. Pese a este cambio metodológico, los resultados obtenidos no muestran en la mayor parte de los temas analizados cambios sustanciales respecto a la encuesta de 2002, debido en buena medida al mantenimiento del ciclo expansivo de la economía española.

Aunque la participación de los hombres en el empresariado español sigue siendo claramente mayoritaria, especialmente entre las empresas grandes y medianas, se advierte una clara tendencia hacia la equiparación. En los cuatro años transcurridos entre ambas encuestas el porcentaje de **mujeres empresarias** ha pasado del 8,5 al 13 por 100. Entre las empresas de reciente creación la participación es aún mayor, superando el 20 por 100.

La mayor parte de los empresarios tienen entre cuarenta y cincuenta años, aunque la **edad media** con la que suelen comenzar su actividad es

de 25 años. Las diferencias en términos de edad entre hombres y mujeres se encuentran fundamentalmente en la mayor concentración en torno a la edad media de éstas.

El porcentaje de empresarios pertenecientes a familias con alguna **tradición empresarial** se mantiene en torno al 60 por 100, confirmando el importante papel desempeñado por el entorno familiar en la aparición de vocaciones empresariales. El entorno familiar influye en la decisión de ser empresario, pero también en la elección del sector en que se desarrolla. Un entorno familiar emprendedor dota al empresario de una serie de recursos y habilidades de orden práctico —actitudes, contactos, conocimientos específicos— que facilitan su éxito.

Desde el punto de vista de los **niveles educativos**, los emprendedores se distribuyen en torno a dos polos: por una parte, un nutrido grupo formado por más del 40 por 100 de los empresarios que sólo cuenta con estudios primarios; por otra, un porcentaje similar que tiene estudios universitarios. Merece destacarse la sensible reducción en el número de empresarios con estudios de postgrado. Una posible explicación es que en las fases expansivas del ciclo, como la actual, resulta más fácil —y rápido— convertirse en empresario, lo que reduce la propensión a aprovechar el tiempo de espera formándose.

Las **motivaciones** que mueven a que un individuo escoja el arduo camino de la actividad empresarial son muy diversas, pero pueden clasificarse en tres grandes grupos: las relacionadas con la calidad de vida, las que afectan a la satisfacción que produce el trabajo realizado y las que afectan a la renta obtenida.

Respecto a la **calidad de vida**, los aspectos ligados a la vertiente profesional, como la autorrealización personal o el trabajar para uno mismo, siguen desempeñando un papel más importante que los relacionados con la vertiente personal, aunque en el caso de las mujeres estas diferencias son mucho menores.

Las motivaciones relacionadas con la **satisfacción laboral** se han mostrado prácticamente invariables en las dos encuestas realizadas. Los motivos considerados más importantes siguen siendo los relacionados con «ser su propio jefe», «aceptar un desafío» y «contribuir a la sociedad». Otros aspectos como la exhibición de las habilidades personales o la obtención de reconocimiento social tuvieron una menor valoración. Por géneros no se aprecian diferencias significativas a excepción de la mayor valoración por parte de las mujeres de la obtención de reconocimiento social.

Tampoco se han apreciado cambios sustanciales en los aspectos ligados con la **obtención de renta**. La mayor parte de los empresarios con-

sideró más importante la obtención de rentas en consonancia con el esfuerzo realizado o la consecución de un nivel de vida adecuado que la obtención de altos niveles de renta en sí mismo.

Una de las principales novedades incluidas de la presente edición de la encuesta la constituye el análisis de los distintos aspectos relacionados con la puesta en marcha del proyecto empresarial.

Cuando una persona desea convertirse en empresario tiene que dar respuesta a tres cuestiones trascendentales que afectarán a su futuro no solamente profesional, sino también personal. Estas cuestiones se refieren al sector en el cual desarrollará su actividad, el lugar donde la emplazará y el momento en que comenzará. Estas preguntas cruciales no se contestan necesariamente de forma secuencial, en muchos casos las respuestas surgen de forma simultánea, especialmente cuando aparece una oportunidad. En todo caso, muestran un fuerte grado de predeterminación que puede afectar muy negativamente a las posibilidades de éxito futuro de los proyectos empresariales.

La experiencia laboral previa junto con el conocimiento del sector son los principales determinantes de la elección del **sector** de actividad, sumando entre ambos casi el 60 por 100 de las respuestas. Tienen un papel claramente menor los motivos puramente económicos, como la detección de oportunidades de negocio (12 por 100) o el aprovechamiento de activos preexistentes (3 por 100).

Menos del 20 por 100 de los empresarios no han desempeñado previamente ninguna actividad profesional, lo que supone una reducción significativa respecto a la anterior encuesta. Paralelamente se observa un aumento muy importante de los empresarios con experiencia en pyme, que pasan de un 25 por 100 en 2002 a un 35 por 100 en 2006. El resto de los grupos han experimentando cambios de menor cuantía. Los empresarios que en su actividad anterior eran empleados de gran empresa y autónomos mantienen una presencia en torno al 15 por 100, mientras que los empresarios que anteriormente eran directivos de pequeñas y medianas empresas suponen algo más del 10 por 100. Por géneros se aprecia una mayor experiencia profesional previa en los hombres que entre las mujeres, especialmente en la dirección de empresas.

El **lugar** donde se realizará la actividad empresarial se elige en más del 50 por 100 de los casos por la cercanía al lugar de residencia; otros aspectos no económicos, como la calidad de vida o el arraigo personal, también tienen cierta trascendencia. Los aspectos puramente económicos, como los estratégicos o los logísticos, tienen una importancia escasa, no superando en ningún caso el 10 por 100.

La elección del **momento** concreto para el comienzo de la actividad empresarial puede deberse a múltiples y muy diferentes motivos, pero pueden resumirse en tres: económicos, personales y fortuitos. En el primero se encuadran los relacionados con la aparición de una oportunidad empresarial que debe concretarse en un momento determinado y, por tanto, no permite dilación. En el segundo estarían los relacionados con la llegada a una etapa de la vida que «exige» al emprendedor el comienzo de la actividad empresarial. La finalización de los estudios es un claro ejemplo de este tipo. Por último, los fortuitos engloban aquellos comienzos motivados por cuestiones ajenas al propio empresario, que van desde la pérdida del puesto de trabajo a la sucesión en la empresa familiar tras la muerte del progenitor que la dirigía.

El tiempo que transcurre desde que se ha decidido crear la empresa hasta que efectivamente está en marcha supera el año en el 30 por 100 de los casos, no encontrándose diferencias entre los nuevos empresarios y aquellos que comenzaron su actividad hace más tiempo.

En cuanto a la gestión empresarial, la mayor parte de los empresarios toman todas las **decisiones importantes** en su empresa —un 60 por 100, como ocurría en 2002—, lo que indica una escasa delegación de funciones. Entre los que delegan funciones se observa un creciente mantenimiento del control directo sobre las decisiones estratégicas, en especial las de orden financiero (80 por 100), las de producción (75 por 100) y las de recursos humanos (70 por 100).

La **estructura media de las plantillas** es bastante homogénea por tamaños de empresas, no observándose cambios importantes entre la encuesta de 2002 y la de 2006. La mayor parte del personal, casi un 60 por 100, es asalariado fijo a tiempo completo. Entre las diferencias destaca la reducción de la presencia de propietarios en puestos de gerencia, que pasa del 14 al 7 por 100, quizás debido a una mayor profesionalización de la dirección. Por tamaños, se confirma la mayor presencia de la dirección familiar en las pequeñas empresas.

Las **actividades de investigación y desarrollo** son realizadas por un número muy reducido de empresas: solamente un 10 por 100 de los empresarios declaró haber realizado o contratado actividades de este tipo durante el año precedente, lo que supone una ligera, aunque preocupante, reducción frente a los datos de 2002.

Los emprendedores encuestados declararon prácticamente los mismos factores que señalaron cuatro años antes en lo referente a los determinantes del **éxito empresarial** —aspectos que permiten obtener una posición de liderato en el mercado—: la dedicación y la constancia

en el trabajo, el servicio al cliente, la calidad —aunque en menor medida que en 2002—, el conocimiento del mercado y la buena cultura empresarial. Sí que experimentaron algunos cambios los factores cruciales para la **supervivencia**, aquellos sin los cuales se pone en peligro la viabilidad de la empresa, pero que en sí mismos no garantizan el éxito. En especial, una reducción de la importancia del esfuerzo tecnológico realizado y un aumento de la disponibilidad de recursos financieros.

El porcentaje de empresarios con **fracasos** empresariales previos aumenta respecto a la encuesta de 2002 hasta alcanzar el 15,5 por 100. Un porcentaje todavía reducido comparado con otros países, pero indicador de una mayor permeabilidad de la economía para la reentrada de empresarios con experiencias negativas previas. La inercia en la elección del sector atendiendo a la experiencia se muestra de nuevo entre los empresarios con fracasos. Un 44 por 100 de ellos repite, pero sensiblemente menos que en 2002, cuando el porcentaje era del 55 por 100. Hecho sin duda positivo que sugiere una mayor apertura de miras en el momento de la creación de la empresa.